

TIMUR TENGAH

PANDANGAN



DR AMEEN TALIB

Bola sepak jadi pemacu imej dunia Arab?

SELEPAS kejohanan bola sepak Piala Dunia di Qatar, bintang Portugal, Cristiano Ronaldo memeterai perjanjian untuk bermain dengan kelab Al-Nasser, di Arab Saudi.

Beberapa pengulas bola sepak menyifatkan langkah bekas penyerang Manchester United, Real Madrid dan Juventus itu sebagai “menyedihkan.”

Bekas rakannya di United, Rio Ferdinand, yang kini pengulas sukan, cepat membalas dengan mengatakan tidak adil mengkritik langkah itu.

Ferdinand mengingatkan bagaimana para pengulas yang sama, sebelum ini memuji-muji bintang bola sepak seperti David Beckham, Frank Lampard dan Wayne Rooney, ketika mereka berpindah untuk bermain di Amerika Syarikat.

Rudi Garcia, jurulatih Al-Nasser, menyifatkan langkah Ronaldo menyertai Al-Nasser, sama seperti yang dilakukan Pele, bermain dengan New York Cosmos, pada 1970-an.

Malah, Garcia membuat perbandingan yang tepat.

Legenda bola sepak Pele dikenang sebagai pemangkin bagi mempromosi bola sepak di Amerika.

Ronaldo juga akan dikenang sebagai pemangkin bagi perubahan persepsi bola sepak antarabangsa di Arab Saudi.

Bola sepak amat popular di Arab Saudi, dan negara itu adalah kuasa besar bola sepak di Asia, dan sering mewakili Asia dalam kejohanan Piala Dunia.

Peranan Ronaldo adalah untuk merancakkan lagi pendedahan antarabangsa dan minat terhadap bola sepak di Arab Saudi. Ia memang sudah bergerak ke arah itu.

Media antarabangsa mulai sering melaporkan tentang pemindahan Ronaldo ke Al-Nasser.

Ronaldo dijangka memainkan peranan utama sebagai duta bagi Arab Saudi untuk menjadi tuan rumah bersama, kejohanan Piala Dunia 2030.

Langkah Ronaldo berpindah ke Arab Saudi, bukan sesuatu yang mengejutkan.

Dunia Arab sudah menggunakan bola sepak untuk mempromosikan imej mereka kepada masyarakat antarabangsa.

Lama sebelum ini, Qatar melihat perlunya mempunyai saluran berita televisyen, untuk membalas laporan berita yang berat sebelah oleh pihak Barat.

“Orang Arab mengorak langkah memenangi hati masyarakat Barat melalui bola sepak. Langkah seterusnya adalah melalui industri perfileman, terutama Hollywood.”

– Penulis.

Mereka menubuhkan stesen Al-Jazeera yang telah berjaya. Ini disusuli pula dengan saluran Bein Sports yang cepat menjadi popular, terutama dalam siaran bola sepak.

Ini adalah “perjuangan” untuk memenangi hati orang ramai.

Kejohanan bola sepak Piala Dunia 2022 di Qatar, menjadi wadah besar-besaran untuk mempromosi budaya Arab dan meningkatkan imej awam.

Arab Saudi mengalahkan Argentina, dan Maghribi berjaya hingga ke peringkat separuh akhir, membantu meningkatkan lagi imej.

Qatar menjadi pemilik Kelab PSG, yang sejak beberapa tahun mempromosikan Qatar.

Abu Dhabi menjadi pemilik Manchester City, dan baru-baru ini Arab Saudi menjadi pemilik Newcastle FC.

Langkah Arab Saudi mengambil alih Newcastle FC adalah sesuatu yang penting, setelah mereka dihalang sebelum ini.

Percubaan pertamanya mengambil alih Newcastle bertukar menjadi kempen imej awam yang membawa bencana.

Arab Saudi disifatkan sebagai tidak layak dan tidak sesuai memiliki sebuah kelab Liga Perdana England (EPL).

Ia memberi satu gambaran negatif.

Kejayannya mendapat kelulusan bagi memiliki Newcastle FC adalah satu kemenangan besar dari segi perhubungan awam bagi Arab Saudi.

Ia testimoni penerimaan Inggeris terhadap pemulihan sosial yang telah dilaksanakan oleh Arab Saudi.

Ia juga memenangi hati banyak pihak setelah berjaya mengambil alih kelab itu.

Newcastle telah menunjukkan kelakuan yang baik dalam EPL.

Langkah Ronaldo berpindah dan percubaan Arab Saudi menjadi tuan rumah

bersama Piala Dunia Fifa 2030 adalah di antara strategi bola sepak yang digunakan oleh negara-negara Arab.

Lionel Messi, Sergio Ramos, Kylian Mbappe, Erling Haaland dan Kevin De Bruyne, sudah bermain bagi kelab-kelab milik Arab di Eropah.

Tidak hairanlah jika pada masa depan kita menyaksikan ramai lagi bintang bola sepak berpindah untuk bermain di Arab Saudi.

Kita mungkin dapat melihat bintang seperti Eden Hazard, Luka Modric dan atau Ramos bermain di sana.

Kejayaan besar adalah mendapatkan Messi atau Neymar bermain bagi kelab Arab Saudi, sementara Ronaldo masih bermain di sana.

Arab secara beransur menjadi lebih menyerlah dan berpengaruh dalam arena bola sepak Eropah dan antarabangsa.

Bintang bola sepak Arab, seperti Mohamed Salah, Achraf Hakimi, Hakim Ziyech dan Riyad Mahrez menaikkan profil bola sepak Arab.

Kejayaan Qatar menganjurkan kejohanan Piala Dunia dan kejayaan pasukan kebangsaan Maghribi, hingga ke peringkat separuh akhir telah menyumbang ke arah kejayaan strategi dan memenangi hati masyarakat antarabangsa.

Menariknya, selepas peristiwa 11 September, mantan Presiden Amerika Syarikat, Encik George Bush, bercakap tentang memenangi hati dan minda rakyat di Timur Tengah terutama di Iraq.

Orang Arab mengorak langkah memenangi hati masyarakat Barat melalui bola sepak.

Langkah seterusnya adalah melalui industri perfileman, terutama Hollywood.

Orang Arab selalunya digambarkan sebagai “yang tidak baik” dalam filem-filem Hollywood.

Satu strategi untuk menembusi Hollywood, sama dengan bola sepak dan boleh berhasil dalam merubah gambaran buruk seperti itu.

Secara tradisi, Hollywood adalah pro-Israel kerana pengaruh Yahudi.

Mungkin akan berlaku tentangan keras terhadap kemasukan pengaruh Arab di Hollywood.

Ini menjadikan lebih sukar. Alternatifnya adalah Netflix.

Beberapa filem Arab dan yang pro-Arab sudah masuk ke Netflix, termasuk filem *Farha*.

Israel tidak senang dengan Netflix menayangkan filem itu dan mengutuknya.

Langkah seterusnya adalah memiliki Hollywood.

Untuk memenangi hati dan minda melalui Hollywood, kelihatan seperti sesuatu yang sukar.

Bagaimanapun, melihat para penyokong Newcastle mengenakan hiasan di kepala mereka, tertulis Gutra dan Agal, setelah Arab Saudi berhasil mengambil alih kelab itu, adalah suatu petanda telah berhasil memenangi hati mereka.

Sekitar 40 tahun lalu, apabila Kuwait bermain menentang New Zealand dalam perlawanan kelayakan pada 10 Oktober, 1981, para penyokong pasukan tuan rumah di Stadium Mount Smart, Auckland, berarak dengan membawa kain rentang tertulis “Pulanglah kepada unta kamu”.

Kuwait menang 2-1 dan bermain dalam kejohanan Piala Dunia 1982 di Sepanyol.

Selepas itu, dalam satu lagi perlawanan kelayakan menentang New Zealand di Kuwait, 100 ekor unta dibawa ke stadium al-Qadsia, bagi membalas ejekan dan melambangkan kebanggaan mereka.

Kuwait juga membawa seekor unta ke Sepanyol, yang diberi nama Haydoo, dijadikan maskot dengan cogan kata “unta kami adalah pemenangnya”.

Sejak itu, imej Arab di arena bola sepak antarabangsa telah banyak berubah.

Arab telah berhasil memenangi hati melalui bola sepak.

Adakah industri filem menjadi sasaran selanjutnya?

► Penulis ialah Ketua Projek Gunaan, Universiti Sains Kemasyarakatan Singapura (SUSS) dan setiausaha kehormat Persatuan Arab Singapura (Al-Wehdah).