

دکتر نعمت‌الله قاضی
حاضر هیات علمی
دانشگاه علامه طباطبائی

جایگاه ستاره‌های ورزشی در دنیای امروز

اصلی‌ترین نمادهای جامعه انگلستان تبدیل شده است وجود دارد. در نظرسنجی تلویزیونی بی.بی.سی در اواخر سال ۲۰۰۲ درباره‌ی محبوب‌ترین چهره‌های تاریخی بریتانیا، به نام «بزرگ‌ترین‌های بریتانیا»^۱، نام بکام در مرحله‌ی اول نظرسنجی در فهرست صد نفره، در کنار شخصیت‌هایی چون شکسپیر، نیوتون، چرچیل، تاجر، پرنسس دایانا و ملکه الیزابت قرار داشت. به خاطر چنین نفوذی است که انتشارات «هارپر کالینز»^۲ حاضر می‌شود، مبلغ پنج میلیون پوند برای چاپ و نشر «خود زندگی‌نامه»^۳ی بکام به او پردازد. در حالی‌که ناشر مبلغ پنج میلیون پوند بابت حق نشر به او پرداخته است که این نخستین کتاب درباره‌ی زندگی بکام نیست و پیش از این، چند اثر دیگر به صورت کتاب، فیلم و کاست درباره‌ی او به بازار آمده است [Harman & Robson, 1998].

شاید بارزترین نشانه‌ی قدرت و نفوذ بکام را در تلاش خاندان سلطنتی و دولت‌مردان بریتانیا برای نزدیک کردن خودشان به او بتوان دید. در اواسط سال ۲۰۰۲ ملکه الیزابت، بکام و خانواده‌اش را به یک میهمانی ویژه دعوت و پذیرایی شاهانه‌ای از او کرد. این رفتار از سوی خاندان سلطنتی که حافظ فرهنگ برتر و اشرافی و حافظ نظام طبقاتی سنتی انگلستان هستند، از نظر جامعه‌شناختی بسیار معنادار است. زیرا بکام فردی از طبقه‌ی کارگر و پاره‌ای از فرهنگ جوان و جوانان است که هیچ‌کدام از نظر تاریخی، جایگاهی در نظام سنتی بریتانیا نداشته‌اند. همچنین، اقدامات ملکه برای تجلیل از مقام

چند سال پیش کتابی برای آموزش شهروندان و ساکنان مقیم انگلستان درباره‌ی «شیوه‌ی زندگی» و هویت فرهنگی بریتانیایی^۴ با عنوان «هویت‌های فرهنگی در بریتانیا» (۲۰۰۲) منتشر شد. مایک استوری و پیتر چایلدز، در مقدمه‌ی کتاب با عنوان «بریتانیا در دنیای امروز»، نمادهای اصلی و بنیادهای هویت و شخصیت ملی بریتانیایی را در زمان حال حاضر معرفی کرده‌اند. در فهرست نه چندان طولانی آن‌ها، اقلامی مانند دانشگاه کمبریج / آکسفورد، خاندان سلطنتی، شکسپیر و نمایش‌نامه‌هایش، روزنامه‌ی تایمز، نظام طبقاتی، امپراتوری، شبکه و سازمان بی.بی.سی، و بالاخره دیوید بکام^۵، فوتبالیست مشهور عضو تیم «منچستر یونایتد» و بعد ها تیم رئال مادرید کاپیتان تیم ملی انگلستان قرار دارد. فهم این نکته که دانشگاه کمبریج و آکسفورد با خاندان سلطنتی یا شکسپیر از «بنیادهای هویت فرهنگی» بریتانیاست، چندان دشوار نیست، زیرا هر یک از اقلام مذکور سهم مهمی در تمدن و تاریخ بریتانیا و حتی جهان داشته‌اند. اما سهم دیوید بکام تا به این درجه، تأمل برانگیز است. مؤلفان کتاب هم به این موضوع واقف بوده‌اند. از این رو، برای توجیه این نکته که بکام پاره‌ای از بنیادهای فرهنگی بریتانیاست به این موضوع اشاره می‌کنند که: «در سال ۲۰۰۲، مطبوعات انگلستان ۴۵۰ گزارش درباره‌ی بکام و خانواده‌اش منتشر کرده‌اند» (ص ۲۴). شواهد بسیاری بر درستی این واقعیت که بکام به یکی از



داشت، فرزندش را رومثو^۲ نامیده است. در پاسخ به این پرسش که چرا رومثو، گفت: «ما این اسم را دوست داریم و خیلی هم از آن خرسندیم.»

همان طور که می‌دانید، «رومثو و ژولیت» عنوان یکی از مشهورترین نمایش‌نامه‌های شکسپیر، بزرگترین شاعر انگلیسی زبان است. و جناب رومثو، شخصیت رمانتیکی است که در نهایت خودکشی می‌کند و زندگی او به تراژدی زندگی سیاووش در شاهنامه شبیه می‌شود. ضمناً در این نمایش‌نامه، شکسپیر این پرسش را مطرح می‌کند که «چرا رومثو؟» و این امر بهانه‌ای شد که رسانه‌ها و مطبوعات درباره‌ی اسم نورسیده به کنکاش پردازند و بپرسند: «چرا رومثو؟»

روزنامه‌ی «میرور»^۱، یکی از پرتیراژترین روزنامه‌های مردم‌پسند انگلستان، در همان روز تولد، تمام صفحه‌ی اول خود را به عکس آقای بکام با لباس اتاق عمل اختصاص داد. ضمناً یادآور شوم که در بریتانیا رسم است، پدرها هنگام زایمان در اتاق زایمان حضور داشته باشند. «میرور» در مقاله‌ای به بررسی این موضوع پرداخت که چرا دیوید بکام و ویکتوریا اسم دومین پسرشان را رومثو گذاشته‌اند (پسر دیگرشان بروکلین است). در این مقاله، نام اغلب مکان‌هایی که رومثو است، آورده شده است.

در مقاله‌ی دیگری به قلم یک روانکاو به نام دکتر راجی پرسود، این موضوع که چرا بکام پسرش را رومثو نامیده است، از نظر

بکام و قراردادن نام او در رأس «فهرست افراد افتخاری ملکه الیزابت» و اعطای نشان «Officer of the order of the British Empire» در همین بستر قابل فهم و تفسیر است.

از هر منظری که بنگریم، می‌بینیم که بکام به نوعی در «ساختار احساسات»^۲ جامعه‌ی بریتانیا جای گرفته است. تعمداً تعبیر گوئی «ساختار احساسات» ریموند ویلیامز (۱۹۷۷) را بکار بردم تا نشان دهم، چگونه بکام به پاره‌ای از «نظام اقتصاد سیاسی جدید» که به تعبیر ویلیامز «در زبان، عواطف و تخیل انگلیسی‌ها لانه گزیده» تبدیل شده است. در مقاله‌ی حاضر برای نشان دادن این واقعیت، یکی از واکنش‌های جامعه‌ی بریتانیا را (که رسانه‌ها و مطبوعات معمولاً منعکس کننده‌ی آن هستند) درباره‌ی بکام و حوادث زندگی او تجزیه و تحلیل می‌کنیم. این مطالعه یک «بررسی موردی» است که لایه‌های آشکار و پنهان جامعه‌ی جدید بریتانیا را به خوبی نشان می‌دهد.

روز یکم سپتامبر سال ۲۰۰۲، دیوید بکام و همسرش خانم ویکتوریا بکام (آدامز)، یکی از خوانندگان مشهور باند «اسپایس گرل»، به مبارکی صاحب فرزندی شدند. تمام رسانه‌های ملی و محلی بریتانیا بسیج شدند تا خبر به دنیا آمدن نوزاد را منعکس کنند. ساعت ۹ و ۴۰ دقیقه صبح، «نورسیده» دیده به جهان گشود و لحظاتی بعد، آقای بکام در مصاحبه‌ای تلویزیونی و مطبوعاتی از همان اتاق زایمان در بیمارستان «پورتلند استریت»^۳ اعلام

روان‌شناختی تحلیل شده است. دکتر پرسود می‌نویسد: چهره‌های محبوب و سرشناس عموماً به نام‌های نامتعارف برای فرزندان خود علاقه‌مند هستند. برای مثال، وودی آلن نام فرزندان خود را «استاچل» و «لارک» گذاشت. نظریه‌ی دیگر آن است که ستاره‌های سرشناس می‌خواهند خود را از طریق نام‌های نامتعارف از بقیه‌ی مردم متمایز کنند. دکتر پرسود هشدار می‌دهد: «انتخاب نام‌های نامتعارف تأثیر منفی بر روحیه‌ی فرزندان می‌گذارد و باعث می‌شود، آن‌ها نتوانند راه زندگی‌شان را خودشان انتخاب کنند.»

روزنامه‌ی تایمز نیز در صفحه‌ی اول خود عکس بزرگ بکام را منتشر کرد و به تحلیل نام نورسیده پرداخت. تایمز می‌نویسد، براساس نام‌های ثبت شده در انتخابات، تاکنون ۲۵۰ نفر به اسم رومئو ثبت شده‌اند و پسر بکام دویست و پنجاه یکمین رومئو است. تایمز می‌پرسد: «باید منتظر بود و دید رومئوی جدید چه نقشی برای انگلستان ایفا خواهد کرد!» دیوید بکام گفته است، اگرچه مطبوعات پیشنهادات زیادی برای انتشار عکس رومئوی کوچولو به او کرده‌اند، اما فعلاً اجازه‌ی انتشار عکس فرزندش را نمی‌دهد. همچنین، تمام شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی نیز خبر تولد رومئو بکام را در تیترو اصلی اخبار قرار دادند. شبکه‌ی یک بی. بی. سی. سی. در اخبار صبحگاهی، گزارشی لحظه به لحظه ارائه کرد. شبکه‌ی ۵ تلویزیون نیز تمام برنامه‌ی ساعت ۲-۱ ظهر خود را به تولد رومئو بکام اختصاص داد.

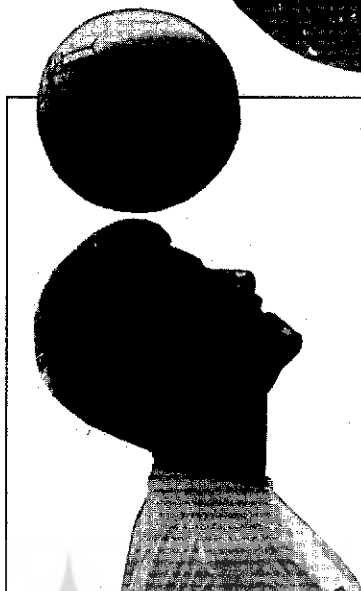
مطبوعات و رسانه‌های بریتانیا، روز ۳ سپتامبر نیز ماجرای تولد فرزند دیوید بکام را به منزله‌ی «موضوعی ملی» ادامه دادند. آن روز، تمام شبکه‌های تلویزیونی خبر مرخص شدن ویکتوریا و رومئو بکام را از بیمارستان منعکس کردند. آن‌ها پس از مرخص شدن، سوار اتومبیلی گرانقیمت شدند که درون آن قابل رؤیت نبود. روزنامه‌ی گاردین که از جمله مهم‌ترین روزنامه‌های روشنفکرانه‌ی بریتانیاست نیز، در ضمیمه‌ی «جامعه»ی خود صفحه‌ی کاملی را به رومئو اختصاص داد. گاردین به بررسی این موضوع پرداخت که چه اتفاقی افتاده است که مردم به نام‌های عجیب و غریب تمایل پیدا کرده‌اند. خانم هدلی فریمن در مطلبی شرح می‌دهد، اسم نامتعارف مزایای زیادی دارد، زیرا اسم او یعنی «هدلی» که اسم تقریباً نامعمولی

است، بهانه یا رسانه‌ی ارتباطی خوبی برای بسط روابط او با دیگران شده است. هر که می‌شنود، می‌گوید عجب اسم غریبی است. معنی آن چیست؟ و این خود آغاز یک ارتباط اجتماعی است. در مطلب دیگری، خانمی که اسم نامتعارفی دارد، از داشتن چنین اسمی رضایت کامل دارد، «زیرا در زمانه‌ای که همه چیز بر اساس مد تعیین می‌شود، داشتن اسمی غیر مد هیجان‌انگیز است.»

جالب‌ترین مطلب آن روز درباره تولد رومئو بکام را، روزنامه‌ی ایندپندنت منتشر کرد. ایندپندنت در صفحه‌ی ۷ خود، در حالی که تصویر بزرگ بکام را انداخته است، از قرار گرفتن نام دیوید بکام در هفدهمین چاپ «فرهنگ زندگی نامه‌های چمبرز» که در همان روز (سوم سپتامبر) منتشر کرد، خبر می‌دهد. فرهنگ زندگی نامه‌های چمبرز در سال ۱۸۹۷، شروع به انتشار کرد، بعد از چند سال، به تجدید چاپ و افزودن نام‌های جدید می‌پردازد. در این چاپ، اسامه بن لادن، ملا عمر، بوش و دیوید بکام به نام‌ها افزوده شده‌اند! این فرهنگ ۱۷۵۰۰ شخصیت جهانی را معرفی می‌کند. جالب این که در چاپ جدید، نام برخی شخصیت‌ها که به تعبیر یونا مک گاورنر، ویراستار کتاب، «در گذشته اهمیت داشته‌اند، ولی دیگر امروز اهمیتی ندارند»، از فرهنگ حذف شده‌اند. یکی از شخصیت‌های حذف شده، جناب هنری آلفورد، از اسقف‌ها و رهبران مسیحی قرن نوزدهم بریتانیاست. خانم مک گاورنر توضیح می‌دهد: «یکی از نکاتی که باید در نظر داشت، این است که چه کسی در جامعه اهمیت کسب می‌کند.» از این رو هر پنج سال یکبار این فرهنگ بازبینی می‌شود و نام کسانی که اهمیت خود را از دست می‌دهند، حذف خواهد شد. این فرهنگ به قیمت ۳۵ پوند روانه‌ی بازار شده است.

روزنامه‌ی پر تیراژ میرور، در دومین روز تلاش‌های خود برای تحلیل و بررسی «حادثه‌ی ملی» تولد رومئو بکام، این نکته را بررسی کرد که رومئو بکام در شش سال آینده تنها نخواهد بود، زیرا از همین امروز اسم رومئو به یکی از اسم‌های مد روز تبدیل شده است و هزاران نفر نام خود را رومئو خواهند گذاشت.

پرسی که رسانه‌ها مطرح نکردند این است که چرا در جامعه‌ی غرب، ستاره‌های سینما، فوتبالیست‌ها، خوانندگان و کم‌دین‌ها تا



این درجه اهمیت دارند که جزئی ترین مسائل زندگی آن‌ها چنین در کانون توجه قرار می‌گیرد و «اهمیت ملی» پیدا می‌کند. بخش وسیعی از رسانه‌ها و مطبوعات دنیای غرب مملو از اخبار و داستان‌هایی درباره‌ی ازدواج، طلاق، تولد، ماجراجویی، اعتیاد، و مسائل عادی و پیش پا افتاده‌ی زندگی افرادی است که «چهره‌های محبوب»^۱ نامیده می‌شوند؟ آیا تولد فرزند یک فوتبالیست واقعاً مسأله‌ای ملی است؟

آیا رسانه‌ها «قهرمان‌سازی» می‌کنند؟ یا آن که به بازتولید چهره‌ی قهرمانان مردمی می‌پردازند؟ و...

یک پاسخ ساده به پرسش‌های مذکور این است که واکنش رسانه‌ها به بکام و تولد فرزند او، تنها امری تصادفی و ناشی از ذوق یا حس ماجراجویی روزنامه‌نگاران و خبرنگاران است. این پاسخ از نظر جامعه‌شناختی پذیرفتنی نیست، زیرا کنش‌ها و رفتارهای فرهنگی همواره دارای معانی هستند و در بستر تاریخی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خاصی شکل می‌گیرند. هیچ پدیده‌ی اجتماعی به گستردگی بکام، تصادفی و یا ناشی از توطئه، و حس ماجراجویی عده‌ای خاص نمی‌تواند باشد.

بدون تردید این حادثه امری اجتماعی است و مانند دیگر واقعیت‌های اجتماعی، در ساختار و شرایط جامعه‌ی انگلیس ریشه دارد. از این رو برای فهم این پدیده، مانند هر کنش و مسأله‌ی فرهنگی دیگر، باید «بستر اجتماعی» آن را بشناسیم. به این منظور در ادامه، «زمینه‌ی اجتماعی» که پدیده‌ی بکام در آن رشد کرده است، با توجه و تمرکز بر واکنش رسانه‌ها و جامعه‌ی بریتانیا نسبت به تولد رومئو، مختصراً شرح می‌دهم.

۱. یکی از سوژه‌های سرشار از حکایت‌های شیرین ماجراجویانه‌ی تلویزیونی و مطبوعاتی، «بارداری» و «زایمان» است. رسانه‌ها از طریق منعکس کردن جزء به جزء حادثه‌ی بارداری و زایمان، توجه «عامه» و «توده‌ای» مخاطبان را جلب می‌کنند. چند سال پیش نیز خبر باردار شدن خانم شری بلر، همسر تونی بلر

نخست وزیر، به سوژه‌ی رسانه‌ای پسر و صدایی تبدیل شد.

بنابراین، اولین و ساده‌ترین جزء «منطق رسانه‌ای»، خبر تولد رومئو بکام، تکنیک‌های جذب مخاطب است.

۲. پرسش دیگری که به خصوص برای مخاطب ایرانی مطرح می‌شود، این است که چرا رسانه‌ها چنان اشتیاقی به جذب مخاطب دارند که از هیچ سوژه‌ی خصوصی چشم نمی‌پوشند؟ آیا این امر نادیده گرفتن

«معیارهای اخلاقی» نیست؟ پاسخ ساده این است که چون رسانه‌های غربی عموماً از نظر مالی مستقل هستند و از بودجه‌ی عمومی دولت تأمین نمی‌شوند، ناگزیر آگهی و تبلیغ مهم‌ترین منبع تأمین مالی و درآمدی آن‌هاست. از این رو، رسانه‌ها ناگزیر پیرو منطق بازار آگهی‌ها و عرضه و تقاضا هستند. بازار آگهی‌ها نیز تابع میزان مخاطبان رسانه است و منطق مخاطبان نیز توان «سرگرم‌سازی» و تأمین خواسته‌های عاطفی، فکری و اجتماعی مردم عادی کوچه و بازار است. در نتیجه، هر سوژه‌ای که بتواند به خواسته‌های مخاطبان پاسخ بهتر و «جذاب‌تری» دهد، اهمیت رسانه‌ای پیدا می‌کند.

«منطق اخلاقی» این کنش رسانه‌ها نیز «دموکراسی فرهنگی» است. در این دیدگاه گفته می‌شود، چهره‌های محبوب و مردمی نمایندگان خواست‌ها و نیازهای عموم مردم هستند و در یک نظام دموکراتیک، رسانه‌ها به موضوعاتی می‌پردازند که افکار عمومی آن‌ها را می‌پذیرد. البته این امر آشکارا در تعارض با نگرش سنتی فرهنگ است. در نگرش سنتی، نجبگان و دولت به منزله‌ی افراد و عوامل صاحب صلاحیت، در حوزه‌ی فرهنگ «اقتدار» دارند، اما این اقتدار امروز به بدنه‌ی جامعه و توده‌ها در حال انتقال است. دیوید چنی (۲۰۰۲)، در بررسی تحولات فرهنگی جامعه‌ی بریتانیا می‌گوید، امروز دیگر فرهنگ چندپاره شده است و مردم عادی در این حوزه صاحب اقتدار شده‌اند. بنابر این گفته می‌شود، اگر «لذت»^{۱۱} گفتمان حاکم بر رسانه‌های غربی است، به دلیل اقتداری است که مردم عادی در حوزه‌ی فرهنگ به دست آورده‌اند.

۳. توجه به دیوید بکام و فرزندش رومئو، از اهمیت اجتماعی ویژه‌ای در القای حس هویت ملی برخوردار است. بکام کاپیتان تیم ملی فوتبال انگلستان است و به منزله‌ی نماد این تیم در رقابت‌های جهانی، حس غرور و افتخار ملی را برای مردم بریتانیا خلق می‌کند. از این دیدگاه، انتخاب نام رومئو نیز انتخابی تصادفی نیست، زیرا این نام ریشه در عمیق‌ترین لایه‌های هویتی مردم بریتانیا دارد. همان‌طور که ذکر شد، رومئو و ژولیت یکی از مشهورترین نمایش‌نامه‌های ویلیام شکسپیر است. شکسپیر «شاعر ملی» بریتانیاست و همانند حافظ، شاعری جاودانه است که اگرچه ۵۰۰ سال از زمان او گذشته، اما در هر دوره‌ای از تاریخ بریتانیا، نقش ویژه‌ای در احیا و تعریف هویت انگلیسی ایفا کرده است. گئورگ گامسر، در کتاب «حقیقت و روش»، نشان می‌دهد که پنج قرائت گوناگون از شکسپیر تاکنون ارائه شده است که تمام آن‌ها به نوعی در ارتباط با هویت انگلیسی‌ها بوده‌اند. امروزه نسل جوان بریتانیا شعرهای شکسپیر را کم‌تر می‌خواند و حفظ می‌کند، اما نام شکسپیر و نمایش‌نامه‌هایش محبوبیت ملی دارد. در سال ۲۰۰۰ نیز، فیلم «شکسپیر عاشق» جایزه‌ی اسکار دریافت کرد و میلیون‌ها بریتانیایی آن را تماشا کردند. تلاش رسانه‌ها و دولت بریتانیا برای حفظ و تقویت هویت ملی بریتانیایی، بعد از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر افزوده شده است و در چند سال گذشته، قهرمان‌سازی‌های ملی برای القای حس «انگلیسی بودن»، در رسانه‌های بریتانیا کاملاً محسوس است.

۴. بکام اهمیت و کارکرد سیاسی ویژه‌ای پیدا کرده است که در نحوه‌ی برخورد خاندان سلطنتی با او نیز منعکس است. از نظر تاریخی، ملکه و خاندان سلطنتی مهم‌ترین نمادهای هویت بریتانیایی محسوب می‌شوند و مهم‌ترین دلیل طرفداران حفظ نظام سلطنتی، همین کارکرد ملکه در حفظ میراث تاریخی و ملی بریتانیاست. بنابراین، بسیار طبیعی است که ملکه و خاندان سلطنتی تلاش کنند، تا به شکل‌های متفاوت، بکام را در «گنجینه‌ی میراث ملی» بریتانیا بگنجانند. او را که تا این لحظه محبوبیت عظیمی در دل‌های مردم به دست آورده است، برای تقویت جایگاه خاندان سلطنتی بزرگ برده، به خدمت بگیرد. در نظام‌های دموکراتیک مدرن، سرمایه‌ای ارزشمندتر از شخصیت‌های محبوب مردمی وجود ندارد.

زیرا آن‌ها کسانی هستند که ممکن است بتوانند، مهر اهل سیاست را به دل مردم بیندازند و مردم را به سیاستمداران خوشبین‌تر و نزدیک‌تر سازند. توسل جستن به بکام برای کسب محبوبیت برای خاندان سلطنتی بریتانیا که هر روز بیش از گذشته از محبوبیتش کاسته می‌شود، بسیار حیاتی است، شاید مناسب باشد، اندکی وضع ملکه الیزابت و میزان محبوبیت او را در میان مردم بشناسیم.

ملکه الیزابت کاملاً متوجه کاهش محبوبیت خود در میان مردم است. از این رو می‌کوشد، محبوبیت و جایگاه مردمی‌اش را ارتقا دهد. از جمله اقدامات او، برگزاری جشن پنجاهمین سالگرد سلطنت در چند سال گذشته بود. ملکه در این جشن اعلام کرد، یکی از افتخارات او این است که در طول ۵۰ سال سلطنتش، هرگز در امور سیاسی دولت دخالت نکرده و همواره تنها یک مشاور خوب برای نخست‌وزیر بوده است. او برنامه‌ی مفصلی برای مراسم جشن پنجاهمین سال سلطنت خود ترتیب داد و موفق شد، نزدیک به یک میلیون نفر را به کاخ باکینگهام بکشاند تا ملکه و خانواده‌ی سلطنتی را که روی بالکن ایستاده بودند، ببینند. اما به رغم این استقبال، مطبوعات خبرهای دیگری را منعکس کردند.

روزنامه‌ی «دیلی تلگراف» (۲۰۰۲/۱۱/۱۲)، در مقاله‌ای به قلم گرام ترنر^{۱۲} نوشت: «با وجود موفقیت‌های ملکه در جشن‌های پنجاهمین سال تاجگذاری، آینده‌ی خانواده‌ی سلطنتی نامشخص است. «آبزرور» (یکشنبه ۸ مه ۱۳۸۱ برابر با ۲۹ دسامبر ۲۰۰۳)، در خبری با عنوان «با کاهش محبوبیت خانواده‌ی سلطنتی نظام سیاسی بریتانیا با بحران روبرو می‌شود»، می‌نویسد: «اگرچه هنوز سه چهارم از مردم، ملکه را قدری سختکوش می‌شمارند، و ۸۵ درصد از آن‌ها وی را نماینده‌ی مطلوبی برای بریتانیا می‌دانند، اما ۵۰ درصد از مردم معتقدند، نظام سلطنتی بیش از ۲۰ سال عمر نخواهد داشت. این درحالی است که یک سال قبل، تنها ۴۲ درصد از مردم این اعتقاد را داشتند. همچنین، ۲۵ درصد از مردم معتقدند، عمر نظام سلطنتی بیش از هرگز ملکه کم‌تر از ده سال خواهد بود. همچنین، درصد کسانی که معتقدند، اعضای خانواده‌ی سلطنتی نباید از محل برده‌جه‌ی کشور (مالیات دریافتی از مردم) هیچ‌گونه وجهی دریافت کنند، از ۲۲ درصد در سال گذشته به ۴۲ درصد در



سال جاری افزایش پیدا کرده است. با توجه به چنین وضعیتی، شاید درک اهمیت بکام برای خاندان سلطنتی چندان دشوار نباشد. البته حتی اگر ملکه در اوج محبوبیت بود، باز در شرایط اجتماعی جدید جامعه‌ی غرب، بکام همین اهمیت سیاسی را داشت؛ زیرا منطبق دموکراسی‌های مدرن، قدرت بخشیدن به کسانی است که خواسته‌های طیف بیش‌تری از مردم را تأمین کنند.

۵. بکام و همسرش نماد فرهنگ جوان و مردم‌پسند جامعه‌ی انگلیس است. برخی از تحلیل‌گران معتقدند، قرن بیست و یکم قرن غلبه‌ی «فرهنگ» بر سیاست و اقتصاد

است. زیرا روند تحولات قرن بیستم نشان داد، در اغلب زمینه‌های اجتماعی، نوعی جابه‌جایی از عرصه‌های سیاسی و اقتصادی به فرهنگ در حال شکل‌گیری بوده است. اهمیت یافتن خوانندگان، فوتبالیست‌ها، ستارگان سینما و هنرمندان، حکایت از این واقعیت می‌کند که نقش سیاستمداران و ثروتمندان در حال کم‌رنگ‌تر شدن است. بازیگران و کشتی‌گران عرصه‌ی فرهنگ اهمیت یافته‌اند و «عصر فرهنگ» آغاز شده است. در جهان فرهنگ نیز آنچه غلبه‌ی و هژمونی دارد، فرهنگ جوانان است.

بکام و همسرش نماد طبقه‌ی جوان، موسیقی‌یاب، فوتبال و شادکامی‌های متعلق به این طبقه هستند. دبیرید بکام نشان داده، فرد پاهوشی است و «منطق اجتماعی» زمانه‌اش را خوب می‌شناسد و در انتخاب‌های زندگی شخصی‌اش «بصیرت فرهنگی» جامعه‌ی امروز بریتانیا را معیار انتخاب‌هایش قرار داده است. او نه تنها با انتخابات رونق‌آز احزاب سبز و لیبرال‌دموکراتی و فاروچی مردم انگلستان برای جلب توجه مردم به حویلی استفاده کرده، بلکه با انتخاب «ویکتوریا آدامز»، خواننده‌ی پرآوازه‌ی یاب، خود را به جهان موسیقی و فرهنگ یاب پیوند زده است. حاصل این پیوند، میلیون‌ها پوند سرمایه‌ای است که رسانه‌ها برای تبلیغ و بهره‌برداری از تصویر و نام

او پرداخته‌اند.
۶. بکام نماد و فخرمان طبقه‌ی کارگر در جامعه‌ی بریتانیا است. شاید بتوان گفت، مهم‌ترین وجهه‌ی اجتماعی او نیز همین نقش باشد که در ابعاد متفاوت تجلی و تبلور پیدا کرده است. جامعه‌ی بریتانیا، مانند دیگر جوامع صنعتی مدرن سرمایه‌داری، نه تنها موفق به کاهش فاصله‌ی طبقاتی میان طبقات پائین و کارگری به طبقات بالای اجتماعی نبوده است، بلکه طی چند دهه‌ی گذشته این فاصله عمیق‌تر و پرناشدنی‌تر شده است. آبر کرامی، در کتاب «جامعه‌ی معاصر بریتانیا» (۲۰۰۰) می‌نویسد: «تأثیرات جزء ساختاری جامعه‌ی سرمایه‌داری است که امکان از میان بردن آن وجود ندارد.» شاید بی‌مناسبت نباشد، برای نشان دادن شدت و میزان این نابرابری، به برخی ارقام و واقعیت‌های اجتماعی بریتانیا توجه کنیم.

روزنامه‌ی «فایننشال تایمز»، یکی از معتبرترین روزنامه‌های اقتصادی، در مقاله‌ای با عنوان «بریتانیای در حال تغییر: غنی و فقیر»، به بررسی وضعیت درآمد مردم بریتانیا پرداخته است. در این گزارش می‌خوانیم: «بر اساس اطلاعات مرکز ملی آمار بریتانیا در سال ۲۰۰۱، بیست و پنج درصد کارگران تمام وقت دارای بالاترین میزان درآمد، هفته‌ای ۵۸۰ پوند، یعنی سالانه ۳۰ هزار پوند درآمد

داشته اند. در همین سال، نیمی از نیروی کار بریتانیا سالانه تنها کم تر از ۱۹ هزار پوند، یعنی ماهیانه حدود ۱۵۰۰ پوند درآمد داشته است. سرعت افزایش نابرابری درآمدها از دهه‌ی ۱۹۸۰ و اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰ سریع تر شده است. به اعتقاد او، کاهش قدرت اتحادیه‌های کارگری، افزایش مالیات‌ها و افزایش ارزش اقتصادی نیروی کار ماهر حرفه‌ای، باعث تشدید نابرابری پرداخت‌ها شده است. خانم گرگ می‌گوید: «چهار میلیون از کل ۱۳ میلیون کودک بریتانیا در فقر نسبی به سر می‌برند. درآمد این کودکان ۴ درصد میانگین درآمدها در بریتانیاست.»

از سوی دیگر پروفیسور اندرو اوسوالد، استاد اقتصاد در دانشگاه وارویک، می‌گوید: «بسیاری از تروتمندان بریتانیا به حدی از ثروت رسیده‌اند که دیگر افزایش درآمد تأثیری بر خوشبختی و بهبود زندگی آن‌ها ندارد. بررسی‌های پیمایشی نشان می‌دهد، رفت و آمدهای طولانی و شلوغی خیابان‌ها موجب زائل شدن خوشبختی این گروه می‌شود. درحالی‌که فقرا در روزهای رسیدن به رفاه به سر می‌برند؛ رویای داشتن خانه‌ای با اتومبیلی شیک در پارکینگ آن.»

پروفیسور کارل چنبا، مورخ دانشگاه بیرمنگام هم معتقد است: «امروزه فقیر بودن بسیار دشوارتر از چند نسل گذشته است. زیرا هر روز فقرا سبک‌های شیک و تازه‌ی زندگی را در برابر چشم‌های خود می‌بینند. و مهم تر آن که ما نیز فقرا را «طبقه‌ی پایین» می‌نامیم و به این وسیله از آن‌ها «انسان‌زدایی»^{۱۳} می‌کنیم.»

فایننشال تایمز، در ستون دیگری در همان صفحه‌ی ۴، در مقاله‌ای از جان کرافت، با عنوان «دوبرابر شدن تعداد تروتمندانی که بیش از ۵ میلیون پوند دارند»، منتشر کرده است. در این مقاله می‌خوانیم: بنا بر گزارش پژوهشی دیتا مونیتور، تعداد تروتمندان بریتانیایی که دارایی‌هایشان بیش از ۵ میلیون پوند است، از ۱۵۰۰ نفر در سال ۱۹۹۷، به ۳۳۰۰ نفر در سال ۲۰۰۱ افزایش یافته است. حدود ۹/۵ درصد این گروه ثروت خود را از راه‌های جدید، مثل کار در زمینه‌ی رایانه به دست آورده‌اند.»

با توجه به واقعیت‌های مذکور، نظام‌های سرمایه‌داری ناگزیرند، تعلق داشتن به طبقه‌ی کارگر را به یک «ارزش اجتماعی» تبدیل کنند تا «نابرابری ساختاری»، وضعیت‌ی شکننده و بحرانی را برای جوامع سرمایه‌داری به وجود نیارزد. به نظر می‌رسد، برجسته‌سازی افرادی همانند دیویده بکام که نماد طبقه‌ی کارگر

محسوب می‌شوند، در راستای چنین سیاست اجتماعی باشد. البته منظور از سیاست اجتماعی، الزاماً اشاره به نقش دولت نیست، بلکه این سیاست توسط رسانه‌ها و دیگر نهادهای اجتماعی دنبال می‌شود و تاکنون این سیاست تأثیر عمیقی بر جامعه و اذهان مردم بریتانیا داشته است؛ چنان‌که به راستی اکثر مردم - حتی طبقات متوسط و متوسط به بالا - ارزش‌های طبقه‌ی کارگر را پذیرفته‌اند.

اجازه بدهید این نکته را بیش تر بکاویم. روزنامه‌های بریتانیا، روز چهارشنبه ۲۱ آگوست سال ۲۰۰۲، نتایج یک نظرسنجی را منتشر کردند که توجه بسیاری را به خود معطوف داشت و رسانه‌ها آن را با تأکید خاصی منعکس کردند. براساس این نظرسنجی، دو سوم بریتانیایی‌ها می‌گویند: «ما از طبقه‌ی کارگریم و به آن افتخار می‌کنیم. ۶۸ درصد از ۶۸ درصد مردم اظهار داشته‌اند کارگر هستند که تنها ۲۹ درصد مردم از نظر استانداردهای زندگی و شاخص‌های طبقاتی، جزو طبقه‌ی کارگر محسوب می‌شوند. به تعبیر دیگر، ۹ درصد «احساس طبقاتی کارگری» دارند، اما در واقع متعلق به طبقه‌ی متوسط هستند. در سال ۱۹۹۷، پنجاه و هشت درصد خود را از طبقه‌ی کارگر دانسته بودند. در آن سال نیز، ۵۱ درصد کارگر بودند و ۷ درصد احساس کارگر بودن می‌کردند.

روزنامه‌ی تایمز در گزارشی به بررسی نتایج این تحقیق پرداخته است. الکساندر فریم، گزارشگر تایمز می‌نویسد: «این نظرسنجی بیانگر نوعی تحول بنیادین در استحکام جایگاه طبقه‌ی کارگر در بریتانیاست.»

چرا مردم بریتانیا خود را کارگر می‌شناسند؟ آیا به این دلیل است که طبقه‌ی متوسط ارزش‌های خود را از دست داده است؟ یا به این دلیل است که مردم مثل کارگران کار نمی‌کنند و زندگی کارگری دارند؟ سیمون اتکینسون، پژوهشگری که این تحقیق را انجام داده است، عقیده دارد: «فقدان قهرمانان طبقه‌ی متوسط باعث شده است، مردم خود را کارگر بشناسند.» به اعتقاد او، در حالی‌که افرادی مثل دیویده بکام و بسیاری از افراد دیگر، نماد طبقه‌ی کارگر هستند و ارزش‌های مثبت این طبقه، مثل سخت‌کوشی، صداقت و حفظ پیوندهای اجتماعی را تبلور می‌بخشند، طبقه‌ی متوسط هیچ قهرمانی در جامعه ندارد و جز آموزش و پرورش هیچ خصیصه‌ی مثبت دیگری نیز برای آن نمی‌توان شمرد. دکتر روبین مونتگومری، از اعضای تیم پژوهش معتقد است: «اگرچه تعداد قابل توجهی از مردم

خود را جزو طبقه‌ی کارگر می‌شناسند، اما واقعیت این است که همه‌ی آن‌ها متعلق به این طبقه نیستند.»

پرسش این است که: چه چیزی باعث این خودکم‌بینی طبقه‌ی می‌شود؟ به اعتقاد نگارنده، فرهنگ مصرف‌گرایی، نابرابری طبقه‌ی و شکاف شدید طبقه‌ی، از عوامل مؤثر در این زمینه هستند. درحالی که مردم از طریق تلویزیون و رسانه‌ها، و همچنین از طریق مشاهدات روزانه‌ی خود، هر روز با الگوها و سبک‌های جدید خانه، لوزام زندگی و شیوه‌های پر زرق و برق آشنا می‌شوند، اما قادر به خرید و استفاده از آن‌ها نیستند، از زندگی سرخورده می‌شوند و ارزیابی از خودشان، همواره با نوعی ناخرسندی و خودکم‌بینی همراه می‌شود. از طرف دیگر، نباید این واقعیت را نادیده گرفت که توسعه‌ی بخش خدمات و صنعت نیز، موجب گسترش شاغلان کارگر شده است. امروزه هزاران مغازه، دفتر کار، شرکت و واحد کاری وجود دارند که افرادی با ویژگی طبقه‌ی کارگر را جذب می‌کنند و به اندازه‌ی کارگر، دستمزد و مزایا به افراد می‌پردازند.

علاوه بر این، خاتمه‌ی دولت رفاه در بریتانیا باعث شده است،

افراد از حمایت اجتماعی کم‌تری از طرف دولت در زمینه‌ی آموزش، بهداشت، حمل و نقل و خدمات عمومی دریافت کنند. در نتیجه، زندگی واقعی آن‌ها زندگی فقیرانه‌ای است.

به جاست این یادداشت را با سخنی از بکام به پایان ببریم که در بخش «کلمات قصار»! او در وب سایت اختصاصی اش نقل شده است. او، بعد از آن که پای چپش آسیب دید، خطاب به انبوه خبرنگاران گفت: «چیزهای زیادی در گوشه و کنار عالم در حال رخ دادن هستند که بسیار مهم‌تر از پای چپ من هستند.» اما آیا مردم انگلیس این سخن بکام را باور می‌کنند؟

زیر نویس:

1. David Robert Joseph Beckham
2. Great Britain's
3. Harper Collins
4. structure of feeling
5. case study
6. Portland Street Hospital
7. Romeo
8. Mirror
9. popular
10. soap
11. fun
12. Graham Turner
13. youth culture
14. dehumanisation

Robson Bryan, & Harman, Neil (1998). *David Beckham: My Story*. London: Andre Deutsch Ltd.
Beckham, David & Watt, Tom (2003). *David Beckham: My Side* Audio Cassette London: Harper Collins.
Abercrombie, N & Warde, A (2000). *Contemporary British Society*. 3rd edition. London: Policy Press.
Chaney, D. (2002). *Cultural Change and Everyday Life*. London: Palgrave.
Story, Mike & Childs, P. (2002). *British Cultural Identities*. 2nd edition. London: Routledge.

