

الگوی ارتقای سرمایه فرهنگی
در ایران

سرشناسه: صالحی امیری، سید رضا، ۱۳۴۰ -
عنوان و نام پدیدآور: الگوی ارتقای سرمایه فرهنگی در ایران / سید رضا
صالحی امیری، رزیتا سپهرنیا.
مشخصات نشر: تهران: ققنوس، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری: ۲۸۰ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۸-۱۰۷-۹
وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا
یادداشت: کتابنامه.
موضوع: سرمایه فرهنگی - ایران
موضوع: سرمایه فرهنگی
موضوع: فرهنگ - جنبه‌های اجتماعی
شناسه افزوده: سپهرنیا، رزیتا، ۱۳۴۷ -
رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۳ الف۲۴ص/HD۵۳
رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۶۳
شماره کتاب‌شناسی ملی: ۳۷۳۹۹۶۳

الگوی ارتقای سرمایه فرهنگی در ایران

سیدرضا صالحی امیری
رزیتا سپهرنیا





انتشارات ققنوس

تهران، خیابان انقلاب، خیابان شهدای ژاندارمری،

شماره ۱۱۱، تلفن ۴۰ ۸۶ ۴۰ ۶۶

ویرایش، آماده‌سازی و امور فنی:

تحریریه انتشارات ققنوس

* * *

سید رضا صالحی امیری و رزیتا سپهرنیا

الگوی ارتقای سرمایه فرهنگی در ایران

چاپ اول

۱۱۰۰ نسخه

۱۳۹۴

چاپ ترانه

حق چاپ محفوظ است

شابک: ۹ - ۱۰۷ - ۲۷۸ - ۶۰۰ - ۹۷۸

ISBN: 978 - 600 - 278 - 107 - 9

www.qoqnoos.ir

Printed in Iran

فهرست

۱. مفهوم‌شناسی سرمایه فرهنگی..... ۷
- تاریخچه سرمایه فرهنگی ۷
- مفاهیم و مبانی مرتبط با سرمایه فرهنگی ۱۱
- سرمایه ۳۳
- سرمایه فرهنگی و اشکال آن ۷۴
- چگونگی ارتباط سرمایه‌های گوناگون..... ۸۵
۲. شناسایی شاخص‌های سرمایه فرهنگی..... ۸۹
- مروری بر شاخص‌های سرمایه فرهنگی در مطالعات خارجی ... ۹۱
- مروری بر شاخص‌های سرمایه فرهنگی در مطالعات داخلی... ۱۰۹
- شاخص‌های اندازه‌گیری سرمایه فرهنگی در ایران..... ۱۱۴
۳. آسیب‌شناسی سرمایه فرهنگی در ایران ۱۲۳
- جایگاه ابعاد سه‌گانه سرمایه فرهنگی در ایران ۱۳۴
۴. ارتقای سرمایه فرهنگی در ایران ۱۵۳
- تعریف ارتقای سرمایه فرهنگی و سرمایه‌گذاری فرهنگی ۱۵۶
- شاخص‌های ارتقای سرمایه فرهنگی در مطالعات تطبیقی ۱۷۱

- ۱۷۷ شاخص‌های ارتقای سرمایه فرهنگی در ایران
- ۲۳۳ الگوی ارتقای سرمایه فرهنگی در ایران
۵. راهکارهای برون‌رفت از چالش در حوزه سرمایه فرهنگی در ایران ۲۳۷
- ۲۳۸ راهکارهای کلان در حوزه سرمایه فرهنگی
- ۲۴۲ راهکارهای خرد در حوزه سرمایه فرهنگی
۶. نتیجه‌گیری ۲۶۳
- کتابنامه ۲۶۹

مفهوم‌شناسی سرمایه فرهنگی

تاریخچه سرمایه فرهنگی

اصطلاح سرمایه فرهنگی را نخستین بار پی‌یر بوردیو (۱۹۳۰-۲۰۰۲) به ادبیات علوم اجتماعی و انسانی وارد کرد. بوردیو متفکری است که موضوع نابرابری فرهنگی و اجتماعی از اهتمامات جدی او بود. او متولد دهکده‌ای کوهستانی در منطقه پیرنه فرانسه است. او ابتدا در دانشگاه معتبر اکول نورمال سوپریور^۱ به تحصیل فلسفه پرداخت و سپس به علوم اجتماعی روی آورد. او با تحقیقاتش بر روی جامعه الجزایر توجه محافل آکادمیک فرانسه را به خود جلب کرد. بوردیو با نثر ثقیل و اصطلاحات پیچیده یکی از مؤثرترین متفکران علوم اجتماعی فرانسه است که توانسته در دنیای غیرفرانسوی زبان هم به شهرت برسد. او مفاهیم بسیاری را به دایرةالمعارف علوم اجتماعی افزوده است؛ مفاهیمی چون عادت‌واره،^۲ میدان،^۳ خشونت نمادین^۴ و سرمایه فرهنگی^۵ از آن جمله‌اند. بوردیو که خارج از محیط شهری فرانسه بزرگ شده بود، برای کسب موقعیت خود زحمات زیادی کشید. او آنچه را در

1. Ecole Normale Superior 2. habitus 3. champ 4. symbolic violence
5. cultural capital

دانشگاه‌های فرانسه می‌دید اشرافیت دانشگاهی تعبیر می‌کرد. از نظر بوردیو در نظام دانشگاهی فرانسه افرادی رشد می‌کنند که روابط بهتری با استادان باسابقه یا جافتاده دارند یا با کسانی که از موقعیت اقتصادی بالایی برخوردارند. کاری که بوردیو در مورد انسان دانشگاهی فرانسه انجام می‌دهد، از زوایای زیادی قابل تأمل است. یک عضو دانشگاهی برای به دست آوردن هرگونه سرمایه دانشگاهی به زمان نیاز دارد. فرایند کسب سرمایه دانشگاهی به بار آورنده جریان پویای جالبی است که میان استادان جافتاده و دانشجویان دوره بالاتر از لیسانس و اعضای علمی جوان‌تر به کار می‌افتد. آن‌هایی که قدرت دانشگاهی را در دست دارند، فعالیت اعضای جوان‌تر و جویای نام را تحت نظر می‌گیرند و این دسته دوم باید سربه‌زیر و مطیع دسته نخست باشند (ریتزر، ۱۳۷۸: ۷۳۲). طبق نظر بوردیو برای موفقیت در نظام دانشگاهی فرانسه باید از خود سازگاری نشان داد نه نوآوری. بنابراین سرمایه فرهنگی را می‌توان توانایی تصرف و استفاده از کالاهای فرهنگی و نیز توانایی‌های ادبی-گفتاری تعریف کرد.

اصطلاح سرمایه فرهنگی بازنمای جمع نیروهای غیراقتصادی مثل زمینه خانوادگی، طبقه اجتماعی، سرمایه‌گذاری‌های گوناگون، تعهد به تعلیم و تربیت و مانند آن‌هاست که بر موفقیت آکادمیک (علمی یا تحصیلی) تأثیر می‌گذارد. سرمایه فرهنگی یک مکانیزم مهم در بازتولید سلسله‌مراتب اجتماعی است. هسته نظریه سرمایه فرهنگی این است که نظام آموزشی، که بازتاب فرهنگ طبقه حاکم است، فرهنگ را انتقال می‌دهد، تقویت می‌کند و نهایتاً موجب بازتولید همان فرهنگ می‌شود. ریچارد زوئینگهافت سرمایه فرهنگی را انواع گوناگون دانش‌ها و مهارت‌ها می‌داند. برکس و فولک واژه سرمایه فرهنگی را برای اشاره به قابلیت‌های انعطاف‌پذیر جوامع انسانی برای پرداختن به زیست محیط و اصلاح آن به کار می‌برند (تراسبی، ۱۳۸۲: ۷۴). گرچه تعریف برکس و فولک از آنچه در این اثر مدنظر است تا اندازه‌ای

کلی‌تر است و به نظر می‌رسد آن‌ها بر قابلیت‌های ناملموس اشاره دارند؛ یعنی دانش‌ها و مهارت‌ها و نیز مجموع کالاهای فرهنگی که شخص می‌تواند آن‌ها را کسب کند. سرمایه فرهنگی جزء ارزش‌ها و هنجارهای والای جامعه است که نمی‌توان یک‌شبه (مثل سرمایه اقتصادی) آن را کسب کرد یا انتقال داد یا خرید و فروش کرد. بورديو سرمایه فرهنگی را دانشی (شناختی) می‌داند که افراد را قادر به تفسیر کدهای فرهنگی گوناگون می‌کند.

بورديو سرمایه فرهنگی را به سه بخش تقسیم می‌کند: (۱) سرمایه تجسم‌یافته یا مجسم^۱ که با کالبد و بدن فرد مرتبط است و به صورت مهارت و تربیت در فرد دیده می‌شود. (۲) سرمایه عینیت‌یافته^۲ که به صورت کالاهای فرهنگی چون تصاویر، کتاب‌ها، کامپیوتر و هنر بروز می‌کند. (۳) سرمایه نهادی‌شده^۳ که از طریق مدارک واقعی و دیگر شواهد پایگاه فرهنگی بازنمایی می‌شود (Soroka, 2006). برخی دیگر از دانشمندان از جمله گولد^۴ اظهار می‌کنند که سرمایه فرهنگی جزئی از سرمایه اجتماعی است. اعضای یک اجتماع با پذیرش مبادلات فرهنگی، پیوندهای اجتماعی را نیز توسعه می‌دهند و بنابراین، به ارتقای سرمایه اجتماعی کمک می‌کنند، که البته چندان با آنچه مدنظر بورديو است همخوانی ندارد. افراد دیگری هم مانند پاتنام^۵ سرمایه اجتماعی و فرهنگی را در مقابل هم می‌بینند. سرمایه فرهنگی متعلق به فرد و سرمایه اجتماعی متعلق به گروه است. گیدنز اظهار می‌کند که شیوه‌های گفتاری و رفتاری کودکان طبقه اجتماعی و خانوادگی فرودست، به‌ویژه کودکان گروه‌های اقلیت قومی، با شیوه‌های گفتاری و رفتاری مسلط در مدرسه مغایر است. اگرچه نظریات مطرح‌شده در زمینه سرمایه فرهنگی در جهت ایجاد تمایز و تولید نابرابری است، دانشگاه می‌تواند شرایطی یکسان فراهم کند تا هرکس بنا بر استعداد و توانایی خود از آن بهره‌برد (گیدنز، ۱۳۸۰). سرمایه فرهنگی، جدا از هرگونه ارزش اقتصادی آن،

دارایی‌ای است که مجسم‌کننده، ذخیره‌کننده یا تأمین‌کننده ارزش فرهنگی است. همچون دیگر انواع سرمایه، مهم است که بین موجودی‌ها و روابط، خدمات، کالاها و جز آن‌ها تمایز قائل شد. موجودی سرمایه فرهنگی، به طور عام یا خاص، به کمیت چنین سرمایه‌ای در یک زمان مفروض اشاره می‌کند و برحسب واحد شمارش مناسبی از قبیل کمیت‌های مادی یا نوعی از ارزش‌گذاری تجمعی اندازه‌گیری می‌شود. این موجودی سرمایه‌ای به مرور زمان منجر به ایجاد جریانی از خدمات می‌شود که ممکن است برای تولید کالاها و خدمات بیشتری مصرف یا استفاده شود (فکوهی، ۱۳۸۱). از طرفی می‌توان میان سرمایه فرهنگی و دارایی‌های اقتصادی «معمولی» تمایز قائل شد. از این رو، سرمایه فرهنگی هم ارزش فرهنگی می‌آفریند هم ارزش اقتصادی، در حالی که سرمایه «معمولی» فقط ارزش اقتصادی می‌آفریند و می‌تواند با کارکرد خود به سرمایه اقتصادی تبدیل گردد و بالعکس (صالحی امیری، ۱۳۸۶: ۶۶). کارکردهای اجتماعی، مهارت‌ها، صلاحیت‌ها و دانش‌های فرهنگی کسب‌شده دقیقاً شبیه کارکرد سرمایه اقتصادی است (میلنر و براویت، ۱۳۸۷: ۳۱۸). اصطلاح سرمایه فرهنگی از قیاس با سرمایه اقتصادی و نظریات و قوانین و تحلیل مباحث مربوط به سرمایه‌داری پدید آمد. با این تعریف (تعریفی که بیشتر جامعه‌شناسان به کار می‌برند تا مردم‌شناسان)، سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از روابط و معلومات و اطلاعات و امتیازات است که فرد برای حفظ کردن یا به دست آوردن موقعیتی اجتماعی از آن استفاده می‌کند. این مجموعه عبارت است از سرمایه‌ای فرهنگی که به طور دائمی در قلمرو امکانات یک قشر، گروه، طایفه یا طبقه می‌باشد (روح‌الامینی، ۱۳۶۸: ۱۱۶). شاید به همین دلیل سرمایه فرهنگی از منظرهای گوناگون تعریف شده و به حوزه‌های متنوع علم وارد شده است. ولی آنچه به طور مشترک در میان تمامی این تعاریف وجود دارد معرفی سرمایه‌ای جدید در عرصه‌های اجتماعی است که می‌تواند موازنه قدرت

سرمایه‌ها را در شرایط موجود مختل کند و مزیت بالقوه‌ای برای تولید قدرت و هژمونی‌های ارزشی به شمار آید.

مفاهیم و مبانی مرتبط با سرمایه فرهنگی

جامعه‌شناسی بوردیو

پی‌یر بوردیو، جامعه‌شناس فرانسوی، مسلماً یکی از مهم‌ترین شخصیت‌ها در حوزه نظریه فرهنگی و پژوهش‌های فرهنگی امروز است. او تلاش می‌کند سطوح خرد و کلان تحلیل را در هم آمیزد. در عین حال، به تجربه ذهنی و ساختارهای عینی توجه دارد. بوردیو از جامعه‌شناسی انتقادی مارکس و وبر به طور همزمان سود می‌برد، از این رو نظریه‌اش مانند نظریه فوکو، جذب پهنه تفکر چپ میانه‌ای می‌شود که دیدگاه متعصبانه‌تر آموزه مارکسیستی جامعه طبقاتی را رد می‌کند. بوردیو الگوهای نظری انتزاعی را بسط داده و مطالعات تجربی مفصلی را به آن‌ها ضمیمه کرده است، از همین رو هم نزد نظریه‌پردازان محض و هم جامعه‌شناسان فرهنگ‌گرایی که بیشتر انگیزه‌های روش‌شناختی دارند اعتبار کسب کرده است. آثار تجربی او حوزه آموزش، فرهنگ عامه، هنر، انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی را پوشش می‌دهد و از این راه مخاطبانش را به حداکثر می‌رساند. او به شماری مفاهیم (از قبیل حوزه، سرمایه فرهنگی، ذائقه، عادت‌واره و...) پرداخته است که به لحاظ پژوهشی و نظری قابل استناد و انتقال‌اند (اسمیت، ۱۳۸۴: ۲۱۶). بوردیو جامعه‌شناسی سنتی را با نظریه خود درآمیخت و همواره در پی ارتباط مفاهیم نظریه شناختی خود با تحقیق تجربی بود. وی آثارش را که حوزه گسترده‌ای از علوم، فلسفه و نظریه ادبی تا جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی، را در بر می‌گرفت «ثوری عمل» نامید. مطالعات بوردیو همه مرزهای آکادمیک و سنت‌های فکری را در هم آمیخت. بوردیو کار خود را با تحصیل و تدریس فلسفه آغاز کرد و سپس رو به سوی حوزه اجتماعی آورد و در این حوزه از سه منبع

اساسی تأثیر پذیرفت و آن‌ها را در آن واحد در یک نظریه عمومی توسعه بخشید و میانشان تلفیقی ایجاد کرد:

الف) جامعه‌شناسی انتقادی مارکس: بورديو بسیار از مارکس تأثیر پذیرفته است اما او عمدتاً تحت تأثیر مارکس جامعه‌شناس بوده است. جامعه‌شناسی مارکس امروز بیش از پیش مطرح است، در حالی که نظریه‌های اقتصادی او – که البته بیشتر نظریه‌های اقتصاد سیاسی بریتانیایی قرن هجدهم و نوزدهم بود – امروزه تقریباً به طور کامل زیر سؤال رفته است. نفوذ مارکس در رادیکالیسم انتقادی نظریه بورديو به خصوص در رابطه با حوزه سیاست کاملاً آشکار است.

ب) جامعه‌شناسی کارکردی پوزیتویستی دورکیم: بورديو همچون دورکیم تأکید داشت که علوم اجتماعی از یکدیگر تفکیک‌ناپذیرند ولی آنچه از دورکیم، بیش از هر چیز، بر او تأثیر گذاشته روش‌شناسی دورکیمی است. علاقه بورديو به حفظ روش‌های کمی و پوزیتویستی، که در بسیاری از آثار او مشاهده می‌شود، این تأثیر را نشان می‌دهد.

ج) جامعه‌شناسی تاریخی-تفهیمی وبر: جامعه‌شناسی تفهیمی وبر در دیدگاه فلسفی او و توجهش به امر تاریخی در تحلیل‌هایش مشهود است. تمایل بورديو به سازش دادن ذهنیت‌گرایی و عینیت‌گرایی گویای تأثیرپذیری او از وبر است. او مفهوم مبارزه طبقاتی را از مارکس، تقلید را از گابریل تارد، هژمونی را از گرامشی، ایدئولوژی را از مانهایم، کارکرد پنهان را از مرتون و متد را از دورکیم می‌گیرد و با استفاده از این مفاهیم به سراغ خودش و جامعه‌اش می‌رود و مهم‌ترین تئوری‌هایش را عرضه می‌کند. در این مواجهه جهان اجتماعی را یک خانواده می‌پندارد؛ خانواده‌ای که ظاهراً نرمال است، هر کسی در آن نقش و پایگاهی دارد، اما این خانواده اسرار خانوادگی خود را هم دارد که می‌خواهد این اسرار را پنهان کند، فروبخورد، فراموش کند، صدایش را درنیآورد. جامعه هم مثل خانواده، واقعیتی آشکار و حقیقتی پنهان

دارد. مهم‌ترین محورهای اندیشه بوردیوی در تمایل او به ایجاد سازش و سنتز (ساخت) میان دوگانه‌های به‌ظاهر سازش‌ناپذیر آشکار است، برخی از این دوگانه‌ها به‌قرار زیر هستند:

۱. تقابل ذهنیت‌گرایی و عینیت‌گرایی، یعنی تقابل میان ساختارهای مادی حیات و ذهنیت‌ها و ساخت‌های غیرمادی و شناختی،
۲. تقابل روش‌های کمی و روش‌های کیفی در جامعه‌شناسی،
۳. تقابل تاریخ‌گرایی در زمان،^۱ با کارکردگرایی همزمان^۲ در تفکر اجتماعی،
۴. تقابل تقسیم امر اجتماعی به ابعاد شناخت‌شناسی، در برابر امر اجتماعی به مثابه یک کل،
۵. نگاه به امر اجتماعی به مثابه یک کل تفکیک‌ناپذیر، جز از خلال رویکردهای روش‌شناختی (جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی)،
۶. درک امر اجتماعی به مثابه سازوکار اصلی بازتولید نظام اجتماعی که خود مبتنی بر بازتولید نظام قدرت است،
۷. تأکید بر محدودیت و توهم‌زا بودن مفهوم تحرک اجتماعی و قابلیت تغییر (فکوهی، ۱۳۸۱).

ساختمان ذهنی (منش عادت)

ساختمان ذهنی به ساختارهای ذهنی یا شناختی اطلاق می‌شود که انسان از طریق آن‌ها با جهان اجتماعی برخورد می‌کند. انسان‌ها مجهز به یک رشته از طرح‌های ملکه ذهن شده‌اند که با آن‌ها جهان اجتماعی‌شان را ادراک، فهم، ارزیابی و ارزش‌گذاری می‌کنند. از طریق همین طرح‌های ذهنی است که آدم‌ها عملکردهایشان را تولید و آن‌ها را ادراک و ارزش‌گذاری می‌کنند. ساختمان ذهنی در نتیجه اشغال بلندمدت یک جایگاه در داخل جهان

اجتماعی شکل می‌گیرد و متناسب با ماهیت جایگاه افراد در جهان اجتماعی تغییر می‌پذیرد. برای همین، افراد گوناگون، ساختمان ذهنی واحدی در جامعه ندارند و با جایگاه یکسان، ساختمان ذهنی مشابهی ندارند. بورديو ساختمان ذهنی را دیالکتیکِ ملکهٔ ذهن شدن عوامل خارجی و خارجی شدن عوامل درون‌ذهنی توصیف می‌کند (ریتزر، ۱۳۷۸: ۷۱۲). ثمرهٔ جامعه‌شناسی بورديو، تغییر کانون تحلیل، هم از لحاظ ساختار و هم از نظر تجربهٔ ذهنی، به سوی رویهٔ اجتماعی بود. او رویه‌ها را بازتابنده و بازتولیدکنندهٔ روابط عینی اجتماعی و تفاسیر ذهنی جهان می‌داند. پس منش عادت، مفهوم محوری در تلاش بورديو برای آشتی دادن ایده‌های مربوط به ساختار با ایده‌های مربوط به رویه است، با این حال مفهومی نسبتاً مبهم است زیرا بورديو به شیوه‌های متفاوتی مفهوم‌پردازی می‌کند؛ او منش عادت را گرایش‌های تجربی برای کنش به طرق خاص (سبک زندگی) می‌داند، منش عادت را گروهی از انگیزش‌ها، اولویت‌بندی‌ها، سلیقه‌ها، عواطف و رفتار تجسم‌یافته است؛ نوعی جهان‌بینی یا جهان‌شناسی که کنشگران آن را باور دارند. منش عادت را مجموعه‌ای پایدار از خلق و خواهایی است که امکان تغییر از یک موضع به موضع دیگر را دارد. عبارت «خلق و خو» جنبه‌های شناختی و انگیزشی منش عادت و نیز جنبه‌های مربوط به قواعد رفتاری را برجسته می‌کند.

بورديو تأکید می‌کند منش عادت در پیوند تنگاتنگ با عمل ناخودآگاه یا غیرانعکاسی است. او می‌نویسد که عادت ذهنی مبتنی بر عقل نیست بلکه تقریباً شبیه تصمیم غیرارادی تنیس‌بازی است که در پی رد کردن توپ از تور است. او نمی‌ایستد فکر کند که توپ را چگونه بزند یا ضربه به توپ وارد کند یا نه؟ یا چرا اصلاً تنیس بازی می‌کند، او صرفاً بازی را پیش می‌برد. منش عادت چیزی است که زمینه را برای فرد فراهم می‌کند تا در تمام جنبه‌های زندگی، و نه فقط در زمین تنیس، به طرز کارآمدی واکنش نشان دهد. مفهوم

منش عادت‌ی، کمابیش شبیه به «زیست‌جهان» شولتز است، از این منظر که انسان را موجودی توانمند می‌داند که می‌تواند راه زندگی را طی کند. منش عادت‌ی مجموعه‌ای از خلق و خواست که در اذهان و بدن‌ها به هم‌جا برده می‌شود و در صحنه‌های اجتماعی متنوع به کار می‌رود. او به ما امکان اعمال کنش‌های فی‌البداهه می‌دهد.

جنبه نامطلوب منش عادت‌ی پیوند آن با نابرابری‌های نظام‌مند جامعه‌ای است که الگوی خود را از قدرت و طبقه گرفته است. منش عادت‌ی برگرفته از این نابرابری‌هاست و خطوطی از کنش عملی تولید می‌کند که گرایش به بازتولید ساختارهای عینی دارند که خود محصول آن‌ها هستند. به عقیده بوردیو، آن‌ها که همیشه در مواضع فرودست قرار گرفته‌اند مجهز به منش عادت‌ی نیستند، که به آن‌ها امکان دهد به الگوهایی از عمل وارد شوند که زندگی را بهبود بخشد. بوردیو بر این نظر است که خانواده و مدرسه نقش مهم و حیاتی در تخصیص تفاوت‌آمیز منش ذهنی ایجاد می‌کنند. این نهادها دست‌اندرکار آن هستند که به مردمی که پس‌زمینه‌های مرفه دارند نامنصفانه امتیازی نسبت به مردمان طبقه کارگر بدهند (اسمیت، ۱۳۸۴: ۲۲۳). برای پی بردن به این‌که چرا چنین است و برای درک این‌که چگونه منش عادت‌ی تولید نابرابری می‌کند باید به سراغ عادت‌واره‌ها و ایجاد ذائقه در تعیین سرمایه فرهنگی رفت.

عادت‌واره

عادت‌واره^۱ واژه قدیمی لاتین به معنی «شیوه بودن» است. این کلمه ریشه در یونان باستان دارد و در دوران جدید نیز امیل دورکیم این واژه را برای اطلاق به رفتارهای متمایزکننده اجتماعی در جماعت‌های انسانی کمابیش بسته سنتی یا مدرن به کار برده است. اما بوردیو از این واژه، تعبیر جدیدی می‌کند و آن را مجموعه‌ای از قابلیت‌ها تعریف می‌کند که فرد در طول حیات خود

آن‌ها را درونی و در حقیقت بدل به طبیعتی ثانویه برای خویش می‌کند، به گونه‌ای که فرد بدون آن‌که لزوماً آگاه باشد، بر اساس آن‌ها عمل می‌کند.

عادت‌واره، ترکیبی پیچیده از ذهنیت‌گرایی و عینیت‌گرایی اجتماعی برای ساختن شخصیت افراد است که هر شخصی را از دیگری متمایز می‌کند. به نظر بورديو عادت‌واره، مجموعه‌ای است که از یک سو شامل قابلیت‌ها و مهارت‌های درونی و انتسابی افراد یا گروه‌ها می‌شود که به دلایل گوناگون جزئی از ذات آن‌ها شده و از سوی دیگر گروه دیگری از مهارت‌ها، قابلیت‌ها، دانش‌ها، رویکردها و رفتارهایی است که در فرایند اجتماعی شدن به دست آمده‌اند. این دو گروه به شکل بسیار پیچیده‌ای با یکدیگر پیوند می‌خورند به‌صورتی که اغلب نمی‌توان آن‌ها را از یکدیگر تمیز داد. عادت‌واره، در واقع، نوعی ترکیب گفتمان روان‌شناختی با گفتمان جامعه‌شناختی است که چگونگی ترکیب ذهنیت و عینیت در سطح فردی و جمعی را با یکدیگر آشکار می‌کند که در پی آن ساختارهایی به وجود می‌آیند که ممکن است خودآگاهانه نباشند اما این امکان هم وجود دارد که به صورت خودآگاه یا به صورت ناخودآگاه خود را بازتولید کنند (فکوهی، ۱۳۸۱).

عادت‌واره را می‌توان «خصلت» نیز ترجمه کرد. خصلت نظامی از ملکات و خلقیات و ذائقه‌های ماندگار است که در هر لحظه تجربه‌های گذشته و کارکردها را به صورت ماتریسی از انگاره و فهم و کنش یکپارچه می‌کند. این‌که بورديو خصلت یا عادت‌واره را محصول درونی شدن ساختارهای محیط اجتماعی می‌داند بسیار مهم است. او به انسان به عنوان موجودی اجتماعی اهمیت می‌دهد، زیرا که ساختارهای محیط اجتماعی، شخص را وادار می‌کنند که به شیوه‌ای خاص عمل کنند. مثلاً کودکی در فضایی اجتماعی درون ساختاری رشد کرده که قواعد زندگی هوشمندانه و متفکرانه را یاد گرفته است. بنابراین، او وارث ثروتی است که از هر چیز دیگری با ارزش‌تر و البته پنهان از چشم دیگران است.

عادت‌واره شامل تمایز میان سلیقه خوب و بد، فرهنگ والا و روشنفکرانه، فرهنگ پست و عوامانه و از این قبیل است. در این فرایند، کودکان طبقه حاکم فرامی‌گیرند که به فرهنگ طبقه خویش ارج نهند و فرهنگ عامه‌پسند طبقه کارگری را امری پست و فرومایه بدانند. افزون بر این، والدین طبقه متوسط سعی می‌کنند تا کودکان خود را به خواندن کتاب‌های «خوب» و تماشای برنامه‌های «مناسب» تلویزیون سوق دهند. کودکان طبقه متوسط نیز بیشتر به سمت بازدید از گالری‌های هنری و ابنیه تاریخی یا تماشای تئاتر تمایل می‌یابند (Taylor, 1997: 200). عادت‌واره به توانایی گویندگان زبان به عنوان بازیگرانی استراتژیک اشاره دارد؛ توانایی آن‌ها در به کار بردن منابع زبان در استفاده‌های کاربردی و همچنین پیش‌بینی ایشان از مقبول واقع شدن و سود بردن از سخنانشان مورد توجه است. به نظر می‌رسد عادت‌واره نوعی تمایل به درونی کردن ساختارهای عینی است، ولی در عین حال، نظامی انتخابی است که تحت تأثیر ساختار دارایی‌های موروثی و انباشتی است (زبان به واسطه پیشینه اجتماعی فرد در مدرسه منتقل می‌شود، به جای آن‌که به صورت انحصاری برآمده از توانایی‌های فردی باشد). رشد یک عادت‌واره از طریق تداوم موفقیت‌ها، شکست‌های نسبی در بازار مبادلات زبانی تضمین می‌شود.

«عادت‌واره» تعریف‌های متعددی دارد: «عادت‌واره» گفتمانی با یک موقعیت، یک بازار، یک میدان سازگار شده است. «عادت‌واره» سرمایه است. «عادت‌واره» یک عادت پایه است و به مجموعه‌ای از تمایلات کالبدی درونی شده اشاره دارد. «عادت‌واره» دانشی الگووار است، زیرا شیوه‌ها و قواعد ارزیابی مقبولیت آن‌ها را به وجود می‌آورد در نهایت تمام ویژگی‌های یک جماعت را در بر می‌گیرد. بورديو اجتماعی بودن انسان را نتیجه زندگی توأم افراد معرفی می‌کند، افرادی که به‌ناگزیر درون بافت یا زمینه‌ای محدودکننده از ارزش‌ها عمل می‌کنند. وی عادت‌واره را دستگامی

دگرگون‌کننده می‌داند که افراد را، هرچند به شیوه‌ای پیش‌بینی‌ناپذیر، در جهت بازتولید شرایط اجتماعی سوق می‌دهد. عادت‌واره هم ساخت‌یافته و هم ساختاردهنده است و به صورت مادی شکل گرفته و در مواردی نسلی است (میلنر و براویت، ۱۳۸۷: ۱۲۵).

بورديو معتقد است بین موقعیت‌های موجود در ساختار اجتماعی و کنش‌ها هیچ رابطه مکانیکی و مستقیمی وجود ندارد و تنها عادت‌واره است که محل برخورد ساختار و کنش است. عادت‌واره به مجموعه‌ای نسبتاً ثابت از خلق و خواها گفته می‌شود که محصول تجربه‌های کنشگران در موقعیت‌های خاصی در ساختار اجتماعی است، ساختاری که کنش‌ها و بازنمودها را تولید می‌کند و به آن‌ها نظم می‌بخشد. عادت‌واره، مجموعه‌ای از قواعد سفت و سخت نیست که بگوید چه کاری باید انجام داد و چه کاری نباید انجام داد، بلکه همچون مجموعه رهنمون‌های انعطاف‌پذیری عمل می‌کند که کنشگران از آن آگاه نیستند و به آسانی با فضای جدید انطباق می‌یابند (جلائی‌پور و محمدی، ۱۳۸۸: ۳۱۹). منش‌ها در حوزه‌هایی به نام میدان شکل می‌گیرند ولی میدان‌ها چه هستند و چگونه شکل می‌گیرند؟ آیا می‌توان میدان را به خواست شخصی خود درآورد یا آن را به نفع خویش تغییر داد؟

میدان و پویایی میدان‌ها

بنا به تعریف بورديو، میدان عرصه‌ای اجتماعی است که در آن مبارزه یا تکاپو بر سر منابع و منافع معین و دسترسی به آن‌ها صورت می‌گیرد و با عناصری تعریف و مشخص می‌شوند که محل منازعه و مبارزه‌اند؛ این عناصر عبارت‌اند از: کالاهای فرهنگی، سبک زندگی، مسکن، تمایز و تشخیص فرهنگی، تحصیلات، اشتغال، زمین، قدرت و سیاست، طبقه اجتماعی و منزلت که ممکن است هر کدام در سطوح خاص مطرح شوند. مفهوم میدان حوزه‌ای است کمابیش یکپارچه و قابل تعریف با قواعد و سازوکارها و الزامات و

نظام‌های مختلف نشانه‌شناختی، نمادین، اجتماعی و غیره که در آن گروهی از کنشگران با یکدیگر بر سر به دست آوردن حداکثر سرمایه‌های ممکن در رقابت هستند؛ مثلاً میدان پزشکی، یا میدان نظام دانشگاهی، یا میدان هنر و غیره که البته میدان‌ها از سطوح کلان تا سطوح بسیار خرد تعریف می‌شوند. پیچیدگی قضیه در آن است که هیچ میدانی کاملاً مستقل از میدان‌های دیگر نیست و تداخل‌ها اغلب بسیار زیاد و متکثرند. بنابراین پهنه‌های کوچک یا بزرگی از یک میدان عموماً با پهنه‌های دیگری از میدان‌های دیگر تماس و تداخل می‌یابد و در این حوزه‌ها روابط کنشگران بسیار پیچیده می‌شود. استراتژی‌ها و تاکتیک‌های آن‌ها نسبت به یکدیگر و نسبت به هنجارها، قوانین، الزامات و سازوکارهای میدان‌ها نیز از شکل یک پویایی ساده به پویایی بسیار پیچیده تبدیل می‌شود. همین امر تحلیل را بسیار مبهم و کنش‌ها و واکنش‌های کنشگران اجتماعی را پیش‌بینی‌ناپذیر یا پیش‌بینی آن‌ها را بسیار سخت می‌کند. هر میدان به دلیل محتوای تعریف‌کننده خود، منطبق متفاوت و ساختار ضروری و بدیهی انگاشته شده متفاوتی دارد که هم محصول و هم تولیدکننده ریختاری است که مختص و درخور آن میدان است. در این میدان منابع و سرمایه‌هایی وجود دارند که دائماً در حال نزاع با هم‌اند (سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین). ماهیت این موقعیت‌ها و تعریف عینی آن‌ها باید در رابطه آن‌ها با شکل مناسب و درخور سرمایه جستجو شوند. نفس وجود یک میدان، به معنی پیش‌فرض گرفتن و خلق کردن عقیده، به مشروعیت و ارزش سرمایه محل نزاع در میدان است (Bourdieu, 1990).

میدان، بنا بر تعریف، مبارزه‌ای است که در آن استراتژی‌های عاملان به حفظ یا بهبود موقعیت‌های موجود، با توجه به سرمایه تعریف‌کننده میدان، می‌پردازد. کاربرد مفهوم میدان بوردیو در پژوهش اجتماعی متضمن سه عملیات جداگانه است. نخست، باید رابطه میدان مورد نظر با «میدان قدرت»

را فهمید. در گام بعدی ترسیمی از توپولوژی اجتماعی و نقشه «ساختار عینی» و موقعیت و روابط موجود را آماده کرد. و در مرحله نهایی رینختارهای عاملان این میدان را تجزیه و تحلیل نمود و خط سیر یا استراتژی‌هایی که در تعامل میان رینختار و قید و بندها و فرصت‌ها و امکانات ایجاد می‌شوند مشخص ساخت (Jenkins, 1992).

سرمایه فرهنگی در خلأ فرهنگی عمل نمی‌کند، بلکه نیرویی است که نقش خود را در یک ساختار فراخ اجتماعی ایفا می‌کند. به نظر بوردیو حوزه‌ها و قلمروهای زندگی اجتماعی از قبیل هنر، صنعت، قانون، پزشکی، سیاست و غیره جایگاه بروز سرمایه فرهنگی اند. در هر یک از این حوزه‌ها، عاملان به سبب کسب قدرت و منزلت با یکدیگر در کشمکش اند. آن‌ها به وسیله منش عاداتی خود در کسب و مستقر ساختن اشکال، به خصوص سرمایه فرهنگی مورد نیاز برای توفیق در هر عرصه، یاری می‌بینند یا در تنگنا قرار می‌گیرند. آن‌ها به طور غیرمعمول می‌کوشند که بخت خود را با عوض کردن حوزه‌های خود بهبود بخشند، در عین این‌که از وجهه خویش استفاده می‌کنند و سرمایه فرهنگی خویش را در سرمایه‌گذاری‌های دیگر به کار می‌اندازند؛ مثلاً در فلان شخص دانشگاهی که به نویسنده‌ای پر فروش یا روزنامه‌نگاری بدل می‌شود. کشمکش همواره میان حوزه‌ها و میدان‌ها، زیرحوزه‌ها و کنشگران درون حوزه‌ها رخ می‌دهد. منازعه‌ای درازمدت میان فرهنگ‌های «والا» و «پست»، میان ژانرهای مختلف و میان هنرمندان فردی بر سر مشروعیت یا برتری روی می‌دهد. کشمکش میان افراد برای به دست آوردن کنترل یک حوزه، کشمکش میان سبک‌های کار یا رویکردهای فکری، کشمکش میان رشته‌ها و دانشکده‌ها بروز می‌نماید (اسمیت، ۱۳۸۴: ۱۲۵).

میدان به استعاره‌ای کلیدی در جامعه‌شناسی فرهنگ بوردیو تبدیل شده است. او به میدان همچون یک شبکه یا پیکربندی از روابط عینی بین موقعیت‌ها می‌نگرد. این موقعیت‌ها را وضعیت بالقوه و کنونی خودشان و با

توجه به حالت و موقعیت عینی تعریف می‌کنند. میدان‌ها عرصه‌هایی از تولید، گردش و تخصیص کالاها، خدمات، دانش، یا منزلت (پایگاه اجتماعی) و نیز جایگاه‌های رقابتی بازیگران در مبارزه آن‌ها برای انباشت و انحصار انواع مختلف سرمایه محسوب می‌شوند. میدان در نظریه بوردیو پهنه اجتماعی کمابیش محدودی است که در آن تعداد زیادی از بازیگران یا کنشگران اجتماعی با عادت‌واره‌های تعریف‌شده و توانایی‌هایی سرمایه‌ای وارد عمل می‌شوند و به رقابت، همگرایی یا مبارزه با یکدیگر می‌پردازند تا بتوانند به حداکثر امتیازات ممکن دست یابند.

میدان در وهله اول، فضای ساخت‌مندی از جایگاه‌هاست، میدان قدرتی است که تصمیمات خود را بر کسانی که وارد آن می‌شوند تحمیل می‌کند. در وهله دوم، میدان صحنه کشاکشی است که کنشگران و نهادها از طریق آن در پی حفظ یا براندازی نظام موجود توزیع سرمایه‌اند. سومین ویژگی میدان، آزادی عمل است، به این معنی که هر میدان امکانات و قابلیت‌هایی دارد که در طول مراحل رشد خود آن‌ها را به دست می‌آورد تا خود را در برابر تأثیرات خارجی مصون نگه دارد و بر ضوابط و ملاک‌های ارزیابی خود در برابر و در مواجهه با میدان مجاور و متجاوز صحنه گذارد و آنان را رعایت کند (استونز، ۱۳۸۸: ۳۳۶).

نظریه کنش

اندیشه اصلی بوردیو را تحت عنوان نظریه کنش یا «عمل» می‌توان مطرح نمود. تبیین کنش به صورت سنتی با دو رویکرد مجزای عینیت‌گرا و ذهنیت‌گرا بررسی شده است، اما بوردیو نیز مانند گیدنز در نظر داشته است با گذر از این دوگانه، نگاه جدیدی به کنش داشته باشد. بوردیو این کار را با تأکید بر مفهوم «رابطه» انجام داد. به این معنی که واقعیت اجتماعی را نه نتیجه مستقیم رفتار فردی و نه حاصل تعین‌های ساختار اجتماعی می‌دانست، بلکه

آن را در رابطه دیالکتیک عینیت و ذهنیت تعریف می‌کرد. به این ترتیب، رابطه متقابلی میان کنشگر و ساختار شکل می‌گرفت. از نظر بوردیو، واقعیت‌های اجتماعی روابط عینی‌اند که نه می‌توان آن‌ها را نشان داد و نه با انگشت لمس کرد، بلکه باید آن‌ها را به دست آورد، وی با کار علمی به آن‌ها اعتبار داد (جمشیدیها و پرستش، ۱۳۸۶: ۲). بوردیو این گذار را به واسطه دو مفهوم عادت‌واره و میدان انجام می‌دهد. میدان از منظر بوردیو، فضاهای ساختارمند موقعیت‌هاست که از قواعد خاص خود پیروی می‌کند. در هر میدانی مبارزه‌ای میان قدیمی‌ها که بر میدان مسلط‌اند، و می‌کوشند انحصار آن را با از بین بردن رقبا در دست داشته باشند، و تازه‌واردان وجود دارد. هر میدان با منافع خاص خود تعریف می‌شود که الزاماً برای افرادی که خارج از میدان قرار دارند، قابل تشخیص نیست. لازمه کارکرد هر میدان وجود منافع مشخص و نیز افرادی است که به قواعد بازی تن می‌دهند. در اندیشه بوردیو میدان جایگزین ساختار و نمود وجه ساختارگرایی اندیشه اوست. در واقع میدان مجموعه‌ای از قواعد و موقعیت‌هاست که در خارج از فرد تصور می‌شود. در مقابل، عادت‌واره درون فرد است و گویای وجه فردگرایی اندیشه بوردیو است. از نظر بوردیو عادت‌واره یعنی درونی کردن مجموعه قواعد اجتماعی که در فرد از بدو تولدش ثبت می‌شود. این درونی کردن به شکل ناخودآگاه فقط از طریق مشارکت فرد در زندگی اجتماعی رخ می‌دهد. عادت‌واره را میدان یا میدان‌هایی که فرد در آن‌ها رشد می‌کند ساختارمند می‌کنند و همین عادت‌واره است که به فرد امکان مداخله در میدان را می‌دهد. از نظر بوردیو شکل‌گیری عادت‌واره بر مبنای باور بر این اصل استوار است که «بازی به بازی کردنش می‌ارزد»؛ اصلی که هیچ‌گاه مورد پرسش قرار نمی‌گیرد. بوردیو معتقد است که واقعیت اجتماعی دو بارو در دو جا وجود دارد، در اشیا و در مغزها. در اشیا یعنی در بیرون که در اندیشه بوردیو میدان نامیده می‌شود و در مغزها یعنی در درون فرد که بوردیو آن را

عادت‌واره می‌نامد. اما باید در نظر داشت که از نظر بوردیو وجود میدان و عادت‌واره لازم و ملزوم یکدیگرند و این به طور دقیق همان منطق رابطه‌ای است که بوردیو آن را پایه نظریه کنش قرار داده است. رابطه میان میدان و عادت‌واره چنین است: فرد با قرار گرفتن در موقعیتی مشخص از میدانی خاص، قواعد و الگوهای آن میدان را درونی می‌کند، سرمایه‌های آن میدان را می‌شناسد و بر این اصل پذیرفته شده ایمان می‌آورد که بازی کردن در این میدان برای دستیابی به سرمایه‌های ارزشمند است. در نتیجه درونی شدن این قواعد و الگوهای بیرونی، عادت‌واره در فرد شکل می‌گیرد. این‌جا بازی آغاز می‌شود. فرد در میدان – که جایی برای تعارض میان کنشگران بر سر دستیابی به سرمایه‌هاست – بر مبنای این الگوها یعنی عادت‌واره وارد عمل می‌شود. اما این عمل، برخلاف رویکرد ساختارگرایان، جبرگرایانه نیست. از سوی دیگر، بنا بر نظر کسانی که خلاقیت و آزادی تام برای کنشگر قائل‌اند، به طور کامل آگاهانه نیست. بوردیو با استفاده از مفهوم استراتژی، مفهوم شکل‌گیری کنش را این‌گونه شرح می‌دهد که استراتژی‌ها، بر مبنای منطق عملی استوارند. تمثیل بوردیو در توضیح این قضیه، تمثیل بازی است. مثلاً، یک فوتبالیست، در میدان ورزشی، زمانی که در موقعیتی مشخص قرار می‌گیرد، عملش نه بر مبنای جبر جایگاهش و نه بر مبنای تفکر عقلانی صرف رخ می‌دهد بلکه عمل او بر مبنای منطق عملی یعنی یک تجربه زیسته و درونی شده (در موقعیتی نامشخص بین خودآگاهی و ناخودآگاهی) بروز می‌کند که بوردیو آن را استراتژی می‌نامد.

این استراتژی‌ها از نظر بوردیو، نتایج دیگری نیز دارند. انتخاب یک گزینه از میان مجموعه گزینه‌های ممکن، مثلاً یک نوع غذا از میان انواع غذاها، یک نوع موسیقی از میان انواع موسیقی‌ها یا هر مثال دیگری نیز بر مبنای همین عادت‌واره صورت می‌گیرد. بوردیو می‌گوید عادت‌واره‌ها، ذائقه یا سلیقه فرد را شکل می‌دهند و فرد بر مبنای این سلیقه، دست به انتخاب می‌زند؛ انتخابی

که در مرحله بعدی به شکل‌گیری تمایزها منجر می‌شود، تمایزهایی که گروه‌ها و ساختارهای گوناگون اجتماعی را شکل می‌دهند. مثال بورديو در مورد کارگران گویای این قضیه است. او می‌گوید در حالی که هیچ مانع اقتصادی در مقابل کارگران برای استفاده از کالاهای طبقه فرادست وجود ندارد، کارگران با تکیه بر سلیقه به انتخاب‌هایی دست می‌زنند که آن‌ها را از گروه‌های دیگر متمایز می‌کند. بورديو در نظریه کنش، با تکیه بر منطق عملی و منطق رابطه‌ای، میدان را جایگزین ساختار، و عادت‌واره را جایگزین فرد می‌کند و با تأکید بر لازم و ملزوم بودن این دو، سعی می‌کند از دوگانه سنتی عاملیت-ساختار بگذرد. با این همه، بسیاری از منتقدان او به دلیل جایگاهی که میدان در اندیشه بورديو دارد او را به ساختارگرایی، متمایل‌تر می‌دانند. لذا میدان بورديو جایگاه کنش و واکنش‌هایی است که در آن عادت‌واره‌ها و سلايق افراد شکل می‌گیرد و تمایزات فردی مشخص می‌گردند؛ سلايقی که به واسطه آن می‌توان طبقات اجتماعی افراد را مشخص نمود.

این سلايق چگونه شکل می‌گیرند و خاستگاه آن‌ها کدام‌اند؟ آیا می‌توان به تولید ذائقه و سلیقه در افراد پرداخت؟

ذائقه و سلیقه طبقاتی

ذائقه یک عملکرد است که به افراد ادراکی از جایگاهشان در نظام اجتماعی می‌دهد. ذائقه افرادی را که ترجیح همسانی دارند به هم نزدیک و افرادی را که سلايق متفاوتی دارند، متمایز می‌کند (ریترز، ۱۳۷۸: ۷۲۱).

دو زمینه مرتبط در بررسی بورديو از ذائقه دخالت دارد، یکی روابط طبقاتی (درون جناح‌های طبقه مسلط) و دیگری روابط فرهنگی. او فرض را بر این می‌نهد که می‌توان تمام کنش‌های انسانی را کنش اقتصادی معطوف به افزایش سود مادی یا سود نمادین به حساب آورد. او نتیجه می‌گیرد که طبقه مسلط دارای بخشی فرادست به نام بورژوازی است که به طور کامل سرمایه

اقتصادی را در اختیار دارد و بخش فرودست به نام روشنفکری که سرمایه فرهنگی را در کنترل خویش دارد (میلنر و براویت، ۱۳۸۷: ۱۲۵). از دیدگاه بورديو کسانی که در طبقه اجتماعی بالاتر جای دارند، بهتر می‌توانند ذائقه‌شان را مقبول طبع دیگران سازند و با ذائقه طبقات پایین‌تر مخالفت کنند. او ذائقه را با ساختمان ذهنی نیز پیوند می‌دهد. ترجیح مردم در مورد مادی‌ترین جنبه فرهنگ مانند خوراک و پوشاک مبتنی بر عادت‌واره است. البته از نظر او ساختار طبقه است که شکل ساختمان ذهنی را تعیین می‌کند. بورديو طبقه اجتماعی را به مواد اقتصادی یا روابط تولید تقلیل نداده است و آن را با ساختمان ذهنی تعریف می‌کند (ریترز، ۱۳۷۸: ۷۲۸). به عقیده بورديو میان محصولات فرهنگی و ذائقه رابطه دیالکتیکی وجود دارد. دگرگونی در کالاهای فرهنگی تغییرهایی را در ذائقه به بار می‌آورد همچنان که دگرگونی در ذائقه، منجر به تغییر شکل محصولات فرهنگی مصرفی می‌شود (ریترز، ۱۳۷۸: ۷۲۷).

سلیقه یکی از دال‌ها و عناصر اصلی هویت اجتماعی است. بورديو مدلی سه‌وجهی از سلیقه‌های فرهنگی مطرح می‌نماید: سلیقه مشروع، سلیقه میان‌مایه و سلیقه عام (جنکینز، ۱۳۸۵: ۲۱۱) ذائقه مشروع در میان بخش فرهیخته طبقه مسلط رواج دارد. مشخصه اصلی آن چیزی است که آن را تمایل زیباشناختی می‌نامند که به دفاع از اولویت کامل فرم نسبت به کارکرد می‌پردازد. ذائقه طبقه متوسط در میان طبقه متوسط رایج است. ذائقه عامه‌پسند در طبقات کارگر وجود دارد. ذائقه (زیباشناسی) عامه‌پسند مبتنی بر اثبات پیوستگی بین هنر و زندگی و خواست جدی برای مشارکت است. در این مدل بورديو نوع مصارف فرهنگی منطبق با سلاقی می‌توانند «سبک زندگی» هر کسی را مشخص نمایند. لذا با تکیه بر مشترکات سلیقه‌ای افراد می‌توان طبقه آن‌ها را استخراج و تعیین کرد و به پیش‌بینی مصارف فرهنگی‌شان پرداخت (جنکینز، ۱۳۸۵: ۲۱۱). در سلیقه طبیعی یا فطری

(سلیقه مشروع) بورديو معتقد به اين امر است كه هر سلیقه‌ای كه در تكوین آن نشانی از عناصر «آكادميك»، «كتابی» و «تكلف و تظاهر» نباشد و به فرهنگ راستین و سرشت و طبیعت افراد مرتبط باشد، به‌درستی «سلیقه طبیعی» نامیده می‌شود. ذائقه و سلیقه را با فن آشپزی نباید اشتباه گرفت. ذائقه موهبت طبیعی بازشناختن و عشق به كمال است و فن آشپزی مجموعه قواعدی برای پروراندن و آموزش ذائقه است.

اما «سلیقه معرفتی» به سلايقی اطلاق می‌شود كه افراد با توجه به خاستگاه‌های اجتماعی خود و جهت حفظ جایگاه‌های خود در عرصه‌های اجتماعی باید آن را فراگیرند. این‌گونه سلايق معمولاً در حوزه آموزش در مدارس و خانواده و به صورت آموزش‌های مستقیم صورت می‌گیرد. این گروه سلايق قانونمند، علمی و قابل نقد و بررسی‌اند و با سلايق ذاتی كه طرفدار سرشت و طبع و طبیعی‌گرایی‌اند در تقابل‌اند و به حس كردن و لذت بردن قناعت می‌كنند و هرگونه آثار و بقایای روشنفكرمآبی، كتابی بودن و ملانقظی‌گری را از تجربه خود بیرون می‌رانند و مقاومت می‌كنند (بورديو، ۱۳۹۰: ۱۲۰). بورديو اعتقاد دارد امروزه تعیین طبقات اجتماعی منوط به تحصیلات، نژاد، شغل و جنسیت افراد نیست بلکه به‌راحتی می‌توان با استناد به تمایلات ذاتی افراد و استخراج ته‌مایه‌های ذائقه‌ای ایشان پاره طبقات واقعی جامعه را ترسیم كرد. به باور بورديو، جدا از حس‌های شخصی، داوری زیبایی‌شناختی یک توانایی اجتماعی ناشی از تربیت و پرورش طبقاتی است. پی بردن به ارزش یک نقاشی یا یک سمفونی بر اساس این پیش‌انگاشت است كه می‌تواند قابلیت فرد را در چیرگی و مهارت‌یابی بر كدهای نمادین فراهم نماید. این امر نیز خود نیازمند در اختیار داشتن نوع مناسبی از سرمایه فرهنگی است. چیرگی یافتن بر كدها و مهارت‌یابی درباره آن‌ها با تأثیرپذیری فرد از محیط خاستگاه اثر یا به وسیله آموزش صریح و روشن امکان‌پذیر است. زمانی كه آشنایی از طریق شناخت بومی و طبیعی صورت گیرد (مانند كودكان در

خانواده‌های طبقه فرادست)، این توانایی استعداد فردی قلمداد می‌شود که گواهی بر ارزشمندی روحی فرد است.

بورديو ذائقه و سليقه را در وهله اول بي ميلي به سلايق ديگر مي‌داند. اعمال و رويه‌هاي فرهنگي، مانند به تن كردن كت و شلوار يا پوشيدن شلوار جين، بازي گلف يا فوتبال، بازديد از موزه يا نمايشگاه اتومبيل، گوش دادن به موسيقي كلاسيك يا پاپ، معني اجتماعي خود و قابليت مشخص كردن تفاوت و فاصله اجتماعي را نه از ويژگي‌هاي ذاتي افراد، بلكه از موقعيتي كه اين عمل و رويه فرهنگي در نظام اهداف و رويه‌هاي مطلوب افراد دارد كسب مي‌كنند. به بيان ساده‌تر بورديو مي‌كوشد ثابت كند كه فرهنگ مي‌تواند موضوع مناسبی برای بررسی علمی باشد و بیشتر به تنوع‌های ذائقه زیبایی‌شناختی توجه داشته باشد، یعنی گرایش اکتسابی برای تمایز قایل شدن میان فرآورده‌های گوناگون فرهنگی و زیبایی‌شناختی و ارزش متفاوت قایل شدن برای آن‌ها. ذائقه یک عملکرد است و کارکردش این است که به افراد ادراکی از جایگاهشان در نظام اجتماعی می‌دهد. آدم‌ها هر چیزی را از طریق کاربردها و دلالت‌های عملی ذائقه طبقه‌بندی می‌کنند و در این فرایند، خودشان را نیز طبقه‌بندی می‌کنند. مثلاً آدم‌ها را می‌توان بر اساس ترجیح نوع خاصی از موسیقی یا فیلم سینمایی طبقه‌بندی کرد. به باور بورديو ذائقه واسطه‌ای است كه ساختمان ذهني به وسيله آن نزديكي خود را با ساختمان ذهني ديگران تصديق مي‌كند. در نظر او آنچه عظمت و دوام اثر هنري را تعيين مي‌كند خصوصيات ذاتي اثر نيست بلكه نتيجه فرایندهای اجتماعی و خاصه مبارزه برای کنترل منابع است. بنابراین بورديو منتقد زیبایی‌شناسی کانتی است (که به دنبال دفاع از معیارهای عام و غیرتاریخی برای ارزش هنری است). بورديو همچنين منتقد رويکرد فرماليست‌ها به ادبيات نیز است (که در شکلی کاملاً جدا از موقعیت سیاسی و تاریخی تولید و مصرف اثر هنری به بررسی آن می‌پردازند). با این حال بورديو هنوز به دنبال توضیح

«سلیقه» و اساساً ایجاد تمایز بین سلیقه خوب و بد (یا پیراسته و مبتذل) برحسب بازتولید تفاوت اجتماعی و نابرابری قدرت اجتماعی است. هنر و ارزش‌های زیبایی‌شناختی در یک حوزه قدرت تولید می‌شوند. آثار (اعم از هنری و غیرهنری) بر طبق روش پیچیده‌ای که در آن کنشگران خودشان و دیگران را طبقه‌بندی می‌کنند، تولید و مصرف می‌شوند. بنابراین مصرف در خدمت بیان تفاوت فرد با دیگران از راه پیراستگی‌ها و اختلاف‌های ظریفی است که شخص پی می‌افکند و (احتمالاً ناآگاهانه) به عنوان سلیقه خوب می‌پذیرد (ریتزر، ۱۳۷۸: ۷۲۷).

حس تشخیص (تمایز)

مفهوم «تمایز» که بوردیو آن را عمدتاً در کتاب خود با همین عنوان مطرح کرده، یکی از پایه‌های اساسی نظریه عمومی او نیز است که در همه کارهایش به چشم می‌خورد، تمایز بر این محور استوار است که کنشگران اجتماعی، چه فردی و چه جمعی، چه حقیقی و چه حقوقی، از طریق فرایندهای «تفاوت‌یابی» با یکدیگر یا تمیز یافتن از یکدیگر است که می‌توانند موقعیت‌های خود را تولید و بازتولید کنند و این کار را اغلب به صورت خودآگاهانه یا ناخودآگاهانه انجام می‌دهند. بنابراین در «تفاوت» میان این افراد و گروه‌ها بیش از آن‌که سراغ دلایل درونی، در معنای روان‌شناختی، گرفته شود باید به دلایل بیرونی، در مفهوم اجتماعی، توجه نمود.

مفهوم تمایز به معنی مجموعه تفاوت‌هایی است که در رفتارها و سبک‌های زندگی افراد جامعه به دلیل موقعیت‌های متفاوتشان از لحاظ سرمایه و قرارگرفتنشان در میدان‌های اجتماعی گوناگون ظاهر می‌شود. به باور بوردیو همه آنچه سلیقه فرهنگی و انتخاب‌های هنری نامیده می‌شود و ممکن است کاملاً «طبیعی» و ناشی از قریحه ذاتی افراد شمرده شود، رابطه مستقیم و قابل اثباتی با وضعیت و موقعیت اجتماعی آن‌ها دارد. این موضوع

را وی در کتاب معروفش تمایز که حاصل یک تحقیق میدانی گسترده است نشان می‌دهد و ثابت می‌کند که چگونه می‌توان میان حوزه‌هایی چون ورزش، غذا، لباس، سلايق هنری، موسیقی، عکاسی و ادبیات از یک سو و وضعیت اجتماعی افراد از سوی دیگر روابط منطقی ایجاد کرد. بورديو به این ترتیب نشان می‌دهد که در جامعه‌ای چون فرانسه، در میدان قدرت با عملکردها و سبک‌های زندگی‌ای سروکار داریم که سرگرمی‌های مورد علاقه آن‌ها اسکی روی آب، تنیس، اسب‌سواری، شطرنج، گلف، نواختن و گوش سپردن به پيانو است. در حالی که در قطب مقابل (سرمایه کل منفی) با فوتبال، ماهیگیری، نواختن و شنیدن آکاردئون سروکار داریم. او نشان می‌دهد که چگونه از نوع خودروهای انتخاب شده تا دکوراسیون منزل، از موضوع‌هایی که برای عکاسی انتخاب می‌شود تا آنچه افراد می‌خورند و می‌نوشند می‌توان الزامات اجتماعی افراد را جهت داد. بورديو نشان می‌دهد که چگونه سلايق فرهنگی مردم تحت تأثیر طبقه آن‌ها قرار دارد. اعضای طبقه بالاتر اغلب تمایل دارند از آنچه وی سلیقه مشروعیت یافته یا هنر و ادبیات فرهیخته، مثلاً موسیقی باروک، فیلم‌های روشنفکری و هنر مدرن می‌نامد، لذت ببرند. اعضای طبقه متوسط عمدتاً سلیقه یا ذوق حد متوسط را ترجیح می‌دهند. از این رو تمایز نه تنها نشان‌دهنده موقعیت فعلی افراد در حوزه‌ها و میدان‌های اجتماعی است بلکه می‌تواند به ابزار قدرت‌بخش فردی در تسلط بر میدان‌های اجتماعی مبدل شود.

قدرت نمادین

بورديو جامعه‌شناسی قدرت نمادین را مطرح می‌کند و در آن به موضوع مهم رابطه بین فرهنگ، قشربندی (اجتماعی) و قدرت می‌پردازد. او معتقد است که مبارزه برای شناسایی اجتماعی بُعدی اساسی از کل حیات اجتماعی است. در این مبارزه منابع، فرایندها و نهادهای فرهنگی افراد و گروه‌ها را در سلسله‌مراتب رقابتی و دائمی سلطه نگه می‌دارند. او این ادعای جسورانه را

مطرح می‌کند که همهٔ رسوم و نمادهای فرهنگی از سلاقی هنری، سبک لباس و عادات غذا خوردن گرفته تا دین، علم و فلسفه، تا خود زبان، منافی را در بر دارند و کارکردشان افزایش تمایزات اجتماعی است. بورديو نشان می‌دهد چگونه این مبارزات اجتماعی از طریق طبقه‌بندی نمادین تجزیه می‌شوند، چگونه رسوم فرهنگی افراد و گروه‌ها را در سلسله‌مراتب مقامی و طبقاتی رقابتی قرار می‌دهند و چگونه میدان‌های نسبتاً مستقل و متضاد افراد و گروه‌ها را در مبارزه بر سر منابع ارزشمند به هم متصل می‌کنند، او بیان می‌کند چگونه بازیگران مبارزه می‌کنند و به دنبال راهبردهایی برای دستیابی به منافع خود در درون این میدان‌ها هستند و چگونه در چنین کنشی، بازیگران ناآگاهانه نظام قشربندی اجتماعی را بازتولید می‌کنند. بر این اساس، فرهنگ عاری از محتوای سیاسی نیست بلکه نمودی از آن است. بورديو در رویکرد خود به فرهنگ، اقتصاد سیاسی رسوم نمادین را مطرح می‌کند که شامل نظریهٔ منافع نمادین، نظریهٔ سرمایه فرهنگی و نظریهٔ قدرت نمادین است. این نظریه‌ها مباحث نظری منظم و معین نیستند بلکه موضوعاتی توجیهی‌اند که با یکدیگر تداخل دارند و در هم ادغام می‌شوند. این موضوعات متأثر از مکاتب متنوعی از جمله مارکسیسم، ساختارگرایی و پدیدارشناسی است.

بورديو در آثار خود بیش از همه تحت تأثیر مارکس و وبر از مکتب جامعه‌شناختی کلاسیک است. بورديو برای بسط نظریهٔ قدرت نمادین از مفاهیم کاریزما و مشروعیت و بر کمک می‌گیرد. تأکید این نظریه بر نقش فعالی است که فرضیه‌های پذیرفته شده در تشکیل و حفظ روابط، مبتنی بر قدرت، بازی می‌کنند. بورديو همچون وبر معتقد است که اعمال قدرت به مشروعیت نیاز دارد. بورديو استدلال می‌کند که منطق نفع شخصی، که زیربنای همهٔ رسوم (مخصوصاً رسوم حیطه فرهنگی) است، به اشتباه منطق «عدم نفع» تشخیص داده می‌شوند. از نظر بورديو سوءتشخیص، همچون ایدهٔ «آگاهی کاذب» در سنت مارکسیستی، مفهومی مهم و نشانهٔ «انکار» منافع سیاسی و