

درآمدی بر نظریه سرمایه فرهنگی

دکتر حسن روحانی*

چکیده

ورود مفاهیم جدید به مباحث توسعه، امروزه افق جدیدی به روی اندیشمندان این حوزه گشوده است؛ به طوری که مفاهیمی چون سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی جایگاه ویژه‌ای در مطالعات توسعه انسانی یافته‌اند. در این مقاله، در راستای تبیین نظریه سرمایه فرهنگی، نخست به زمینه و زمانه ظهور نظرات سرمایه اجتماعی و فرهنگی توسط پوتنام و بوردیو اشاره شده، پس از تعریف انواع سرمایه‌ها و چگونگی تعامل آنها، دیدگاه بوردیو تشریح گردیده، برخی دیدگاه‌های تکمیلی آورده شده و در پایان قیل از نتیجه‌گیری، از نسبت سرمایه فرهنگی با تعلیم و تربیت سخن گفته شده است.

واژگان کلیدی

سرمایه، فرهنگ، سرمایه فرهنگی، نظریه سرمایه فرهنگی.

*. Email: Rouhani@csr.ir

تاریخ پذیرش: ۸۸/۰۵/۱۷

تاریخ ارسال: ۸۸/۰۳/۳۱

فصلنامه راهبرد / سال هجدهم / شماره ۵۳ / زمستان ۱۳۸۸ / صص ۳۵-۷

تا پیش از به میان آمدن مضامین «سرمایه اجتماعی» و «سرمایه فرهنگی»، نگاه به مؤلفه‌های توسعه و عوامل دخیل در آن، محدودتر از امروز بود. بنیانگذاران نظریه‌های سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی، به واقع چشم‌اندازهای نوینی را گشوده‌اند که بر عملکرد مؤسسات و نهادهای حکومتی، تأثیرات شگرفی داشته است. اگر در گذشته، پس از عبور از دوران تأکید بر سرمایه‌های مادی و فیزیکی، بر سرمایه انسانی تأکید می‌شد، امروزه بر ارتقاء سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی تأکید می‌شود و تحقق توسعه انسانی - به‌ویژه از جنبه عدالت - عمیقاً در گرو توسعه اجتماعی و فرهنگی تلقی می‌گردد. در نوشتار حاضر تمرکز اصلی بر روی نظریه سرمایه فرهنگی است و قصد آن است که با ارائه شرحی در این زمینه، تعریف آن تدقیق شود و تصویری از کارکردهای آن نیز ارائه گردد. چنین به نظر می‌رسد که این نظریه می‌تواند برای لایه‌های تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر حوزه توسعه و اقتدار ملی که تأکید بر ابعاد وحدت و عدالت دارند، مفید باشد.

۱- سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی

پیش از همه، این روبرت پوتنام^۱ بود که برای نخستین بار به عنوان دستاورد یک پژوهش ۲۰ ساله در ایتالیا، از سرمایه اجتماعی در قالب یک نظریه سخن گفت. پوتنام در مطالعات خود متوجه شد که نواحی مختلف ایتالیا (به رغم برخورداری از یک دولت، یک زبان و یک نظام حقوقی و اجتماعی)، از جهت توسعه‌یافتگی با هم تفاوت دارند. پرسش از چرایی این رویداد، انگیزه اصلی پوتنام گردید و سرانجام او را به ایده سرمایه اجتماعی، رهنمون ساخت. این عالم امور سیاست و جامعه، در کتاب خود^۲ حاصل پژوهش‌های جامع کیفی - کمی خود را که از سال ۱۹۷۰ آغاز کرده بود، منتشر ساخت و در آن اثر نشان داد که تأثیر دولت‌های محلی، وابستگی زیادی به سطح سرمایه اجتماعی هر منطقه دارد. در شمال ایتالیا که شهروندان به نحو فعالی در سازمان‌های مدنی - مردمی، لیگ‌های فوتبال، انجمن‌های اختیاری و... مشارکت دارند؛ دولت‌های محلی، در اقدامات داخلی، خلاقیت و ابتکارات، بسیار کارآمدتر هستند؛ در حالی که برعکس، در قسمت جنوبی ایتالیا که الگوهای مداخلات مدنی بسیار ضعیف‌تر

1. Robert Putnam
2. Making Democracy Work

می‌باشند، دولت‌های محلی کمتر کارآمد بوده و حتی با فساد مواجه هستند. یافته‌های پوتنام روشن می‌سازد که سرمایه اجتماعی، شهروندان را در راستای منافع متقابل به مشارکت با یکدیگر قادر می‌سازد، ضمن اینکه بر معماهای^۳ منطوی در عمل جمعی، غلبه می‌نماید.^(۱) شهروندانی که در مناطقی زندگی می‌کنند که از سطح بالای سرمایه اجتماعی برخوردارند، بسیار متمایل به اعتماد ورزیدن به یکدیگر می‌باشند و به ارزش‌های «وحدت» و «عدالت» گرایش بیشتری دارند.

سرمایه فرهنگی اصطلاحی جامعه‌شناختی است که از زمانی که پی‌یر بوردیو^۴ در سال ۱۹۷۳ آن را مطرح ساخت، کاربرد گسترده‌ای پیدا کرد. او به همراه ژان کلود پاسرون^۵ برای اولین بار عبارت «بازتولید فرهنگی و بازتولید اجتماعی»^۶ را در عنوان اثر خود به کار بردند. در این اثر، بوردیو کوشید تفاوت درآمدهای ناشی از فعالیت آموزشی در فرانسه را در دهه ۱۹۶۰ تبیین نماید. او دیدگاه خود را بعدها بسط داد و در قالب کتاب‌های «صورت‌های سرمایه»^۷ و «اصالت دولت»^۸، نگرورزی‌های تازه‌تری را پیش کشید. از دیدگاه بوردیو، سرمایه آن چیزی است که به عنوان یک رابطه اجتماعی در درون یک سازواره از تعاملات، عمل می‌نماید و دامنه آن بدون هیچ تمایزی به تمامی کالاها، اشیاء و نشانه‌هایی که خود را به عنوان چیزهای کمیاب و ارزشمند، عرضه می‌دارند (و در یک ساختار مشخص اجتماعی، مورد تقاضا هستند) کشیده می‌شود و سرمایه فرهنگی به عنوان یک رابطه اجتماعی درون سازواره‌ای از تعاملات که مشتمل بر دانش فرهنگی انباشته عمل می‌کند، منتهی به قدرت و منزلت می‌گردد. (Harker, 1990, p. 13)

۲- تعریف فرهنگ

۱. اعلامیه جهانی حقوق بشر در سال ۱۹۴۷، حقوق فرهنگی را به مثابه حقوق بشر اعلام کرد و تعریفی کلی از آن ارائه داد. با وجود این، حقوق فرهنگی در مقایسه با حقوق سیاسی، مدنی، اقتصادی و اجتماعی تا سال‌های طولانی، مقوله‌ای فرعی و فراموش شده باقی ماند.

3. Dilemmas
4. Pierre Bourdieu
5. Jean Claude Passeron
6. Cultural Reproduction and Social Reproduction
7. The Forms of Capital
8. The State Nobility

هالینا نیک یکی از دلایل این غفلت را ابهام در تدقیق معنای فرهنگ می‌داند. ماده ۲۷ اعلامیه جهانی حقوق بشر اشعار دارد: "هر کس آزادانه حق مشارکت در زندگی فرهنگی جامعه را دارد". ظاهراً انتزاعی و کلی بودن مفهوم فرهنگ، اجرای جهانشمول این ماده را - حتی به فرض تضمین ضمانت اجرای آن - دشوار نموده است. تعابیری همچون "برابری در شأن و حقوق"، "حق آزادی و امنیت"، "اصل برائت"، "مصونیت حیثیت و آبرو و حریم خصوصی"، "آزادی فکر، وجدان، دین، عقیده، قلم، نشر افکار" و غیره، اگرچه متضمن واژه‌هایی انتزاعی هستند، اما از آنجا که قابلیت اجماع جهانی آنها بیشتر است، منازعه و اختلاف نیز درباره آنها کمتر است. اما در مورد فرهنگ، موضوع تا اندازه‌ای فرق می‌کند.

۲. در آنچه به فرهنگ و همچنین به دین مربوط می‌شود، به شهادت رخدادهای گونه‌گون، تاکنون عملاً اجماع با مشکل مواجه بوده است. اگر به قول مایکل پین، فرهنگ، اصطلاحی با کاربردی نامحدود است که شامل هر آنچه که آفریده انسان و نه طبیعت است می‌شود (و در واقع همه آزادی‌های مصرح در اعلامیه حقوق بشر ذیل مقوله فرهنگ قرار می‌گیرد) (بری، ۱۳۸۲، ص ۱۸)، اما دین به سبب پیوندی که با سنت دارد، صرفاً یکی از عناصر بی‌شمار متشکله فرهنگ نیست، بلکه همان‌گونه که تی. اس. الیوت تصریح می‌کند، دین ملازم با فرهنگ است. تلازم دین و فرهنگ تنها از آن رو نیست که به لحاظ کمی، بخش عمده‌ای از تاریخ فرهنگ‌ها و تمدن‌ها (آیین‌ها، اساطیر، مقدسات اقوام و آثار ناشی از این اعتقادات) می‌باشد، بلکه این تلازم از آنجاست که کارکرد فرهنگ، بنیان پیوستگی هویت‌بخش یک جامعه را می‌سازد. (Tymon & Stump, 2003, p. 9.)

دانیل بل بر آن است که: «قوت دین از هیچ کیفیت سودجویانه‌ای (از نفع فردی یا نیاز فردی) برخاسته است، دین نه قراردادی اجتماعی است، نه نظامی تعمیم یافته از معانی جهان‌شناسانه. نیروی دین برخاسته از این واقعیت است که دین قبل از ایدئولوژی‌ها یا صورت‌های دیگر اعتقاد سکولار، ابزار گردآورنده‌ای بوده است که مفهوم امر مقدس را در قالبی نیرومند و واحد ریخته است، یعنی همان چیزی که به عنوان وجدان جمعی مردم به‌گونه‌ای مشخص وجود دارد.» (Tymon & Stump, 2003, p. 8.)

تی. اس. الیوت، دیدگاه آرنولد را از آن رو قابل ایراد می‌داند که آرنولد فرهنگ را شامل‌تر از دین دانسته و دین را یکی از عناصر فرهنگ پنداشته است. وی «قاطعانه» بر آن است که

«هیچ فرهنگی نمی‌تواند جز در رابطه با مذهب، پدیدار شود یا گسترش یابد». به عقیده الیوت، توازن وحدت و کثرت «یعنی توازن عمومیت آیین با خصوصیت کیش و مراسم عبادی» و خطه‌گرایی (یا تحقق در یک محل و موقعیت خاص) را در زمره شرایطی می‌داند که بدون آنها فرهنگ ماندگار نمی‌ماند، بلکه روبه زوال و نابودی می‌رود. (هانتینگتون و هریسون، ۱۳۸۳، ص ۸۹)

از آنجا که بررسی انتقادی و احراز صحت و سقم نظر فوق، ما را از بحث خارج می‌کند، به همین حد بسنده می‌شود که: اولاً دین، آیین، هویت و آنچه به روح جمعی معروف است، حتی اگر همبسته فرهنگ نباشد، جانمایه اصلی آن است. و ثانیاً در نظریه تلازم فرهنگ و دین باید توجه نمود که دین به مفهومی بسیار گسترده یعنی به مفهوم قلمروی امر نمادین به کار می‌رود.

۳. تری ایگلتون که فرهنگ عقل‌مدار غرب را فرهنگ والا می‌داند، تحقق این فرهنگ را در گرو نیروی آیین‌ساز عقلی فرافرهنگی و امری جهانی قلمداد می‌کند؛ «بدین معنا، خود فرهنگ، گونه‌ای نماد رمانتیک است، همچون امر نامتناهی که تحقیقی محلی می‌یابد. فرهنگ، کانون ساکن و آرام جهانی است که در آن زمان و ابدیت، احساسات و روح و حرکت و سکون تلاقی می‌کنند». (هانتینگتون و هریسون، ۱۳۸۷، ص ۸۰)

البته ادعای والایی فرهنگ غرب جای چون و چرا دارد، با این حال می‌توان پذیرفت که فرهنگ، برحسب آثار آن در شیوه زندگی یک ملت، سنجیدنی و نیروی آیین‌ساز و قلمرو نمادین آن، غیر قابل انکار است. به عنوان مثال در فرهنگ ما نام‌های مقدسی چون امام علی (ع) و امام حسین (ع) صرف نظر از ابعاد و فراز و نشیب‌های حیات تاریخی خود، اسوه‌هایی فراتاریخی هستند که نوعی پیوستگی در احساسات مشترک پدید می‌آورند. به قول الیوت «توسعه فرهنگ و توسعه مذهب را در جامعه‌ای که هیچ تأثیری از خارج نپذیرفته است، نمی‌توان به روشنی از یکدیگر جدا کرد و این بستگی به گرایش ناظری دارد که تهذیب فرهنگی را عامل پیشرفت در مذهب بداند، یا پیشرفت در مذهب را عامل تهذیب فرهنگی فرض کند. شاید به علت تاریخ تأثیرگذاری دین مسیح بر فرهنگ یونانی - رومی است که تاکنون بیشتر به مذهب و فرهنگ به صورت دو چیز مختلف پرداخته‌ایم». (روح‌الامینی، ۱۳۶۸، ص ۲۳)

فرهنگ‌شناسانی چون تایلور، ویسلر، لووی، کلاکن و کلی، کروبر، هرسکوویتس و اتوکلاین برگ نیز فرهنگ را با تأکید بر عناصر متشکله و اجزای آن تعریف کرده‌اند. با این حال تعریف سر ادوارد برنت تایلور، انسان‌شناس انگلیسی، در آغاز کتاب **فرهنگ بدوی** وی، نه تنها نخستین تعریف علمی (۱۸۷۱) بلکه غالباً به عنوان تعریفی جامع و مانع محسوب می‌گردد: «فرهنگ، کلیت درهم تافته‌ای شامل دانش، دین، هنر، اخلاقیات، آداب و رسوم و هرگونه توانایی و عادت است که آدمی همچون عضوی از جامعه به دست می‌آورد.» (آشوری، ۱۳۸۰، ص ۱۱۲)

تایلور در مقام انسان‌شناسی تکامل‌گرا قائل به درجات ابتدایی، پیشرفته و پیشرفته‌تر فرهنگ است. او در عین اینکه عناصر متشکله فرهنگ را در تعریف خود می‌گنجاند، به پرسش فرهنگ چیست، پاسخ می‌دهد. به بیانی دیگر، کثرت اجزای فرهنگ، الزاماً باعث نمی‌شود که تعریفی توتولوژیک و همانگویانه ارائه بدهیم و بگوییم «فرهنگ، فرهنگ است دیگر!» نه تایلور و نه هیچ فرهنگ‌شناس دیگری نتوانسته است تک تک این عناصر را در تعریف خود بگنجانند و نه اساساً قادر به چنین کاری هست. در عوض تایلور به مدد همان نیرویی که زادین فرهنگ و انسانیت است، همه عناصر را در مفاهیم انتزاعی، کلی و نمادین (چون دانش، دین، هنر، اخلاقیات، آداب و رسوم) و انتزاعی‌تر از این (چون توانش و عادات مکتسب آدمی در مقام عضو یک جامعه) گنجانده است.

۳- تعریف انواع سرمایه، با تأکید بر سرمایه فرهنگی

۱. اصطلاح سرمایه به ثروت انباشته (به خصوص آنچه برای تولید ثروت بیشتر به کار می‌رود) اطلاق می‌شود. (www.meriam-webster.com) سرمایه، موجودی پول متعلق به یک فرد و یا مؤسسه است که ممکن است برای کسب درآمد و نه به قصد استهلاک آن به کار برده شود. (فرنچ و سارد، ۱۳۷۱، ص ۸۷). سرمایه ثروتی است مولد، یا منبعی که شخص می‌تواند جهت ایجاد درآمد یا منابع اضافی دیگر به کار برد. (Wogget, 1993, p. 29) بورديو سرمایه را کار انباشته تعریف می‌کند و از این نظر تا حدودی به تعریف مارکسیستی وفادار است. با این حال درک بورديو از سرمایه، وسیع‌تر از معنای پولی سرمایه در اقتصاد است، سرمایه یک منبع عام است که می‌تواند شکل پولی و غیر پولی و همچنین ملموس و غیر ملموس به خود گیرد. بنابراین به نظر بورديو، سرمایه هر منبعی است که در عرصه خاصی اثر بگذارد و به فرد امکان

دهد که سود خاصی را از طریق مشارکت در رقابت بر سر آن به دست آورد (Stones, 1998, p. 221). البته وقتی واژه سرمایه را در عرصه‌های دیگر به کار می‌بریم، چیزی دیرپا یا ماندگار را می‌رساند. واژه سرمایه در عین حال رساننده چیزی است که هویت خود را حتی پس از استفاده مکرر حفظ می‌کند، چیزی است که می‌توان بارها به کارش برد، نابودش کرد و یا بهبود بخشید. پرسش‌هایی که نوعاً در باره سایر اشکال سرمایه پیش می‌آید، از این قرار است:

الف) چه خدماتی از طریق سرمایه حاصل می‌شود؟

ب) چه کسی سرمایه را کنترل می‌کند، یا سرمایه کجا قرار می‌گیرد؟

پ) خدمات سرمایه چگونه اندازه‌گیری و ارزیابی می‌شود؟ (Argen, 1999, pp. 73-85)

۲. اشکال مختلف سرمایه در سراسر تاریخ تجارت وجود داشته است. با وجود این در طی زمان، اهمیت نسبی هر یک از آنها تغییر یافته است. سرمایه و کار به عنوان مهم‌ترین عوامل محسوب می‌شدند و چندین دهه در دنیای اقتصاد آزاد به عنوان عناصری بودند که باید کسب و مدیریت می‌شدند. سرمایه در دهه ۱۹۰۰ نوعاً به معنی منابع مالی مورد استفاده (هزینه) برای خرید زمین، وسایل تولید، تجهیزات، مواد خام و مواردی از این قبیل بود. سرمایه به عنوان تجمیع کالاهایی که برای تولید سایر کالاها اختصاص می‌یافت، اندازه‌گیری می‌شد و سرمایه به شکلی که بتوان آن را به صورت پول در هر شکل نگه داشت، نسبتاً کم بود و بازار اقتصاد آزاد این را به مدیر دیکته می‌کرد که سرمایه را سازماندهی نماید.

زمانی که بازارهای مالی رشد یافتند و استفاده جایگزین از سرمایه معمول شد، صفت مالی اضافه شد تا سرمایه پولی را از سرمایه فیزیکی (مانند زمین، کارخانه، ابزار و غیره) متمایز نماید. با رشد اقتصاد خدماتی (جایی که نیاز به داشتن زمین، موجودی انبار و ابزار، درصد کمی از دارایی‌های سازمان را تشکیل می‌دهند) اقتصاددانان و حسابداران، مفهوم سرمایه انسانی را معرفی کردند. شاید این تعریف ساده‌ای از نیروی کار بود، ولی اصطلاح سرمایه انسانی، تمایز مهمی را در استفاده‌ای که قبلاً از نیروی کار می‌شد، ایجاد نمود. سرمایه انسانی به عنوان مزیتی برای تعقیب اهداف فردی در نظر گرفته شد و در نتیجه، دیگر به سرمایه انسانی سرمایه‌گذاری شده و نیروی کار، مانند گذشته نگرسته نشد.

اینک سه شکل سنتی سرمایه که در اقتصاد نوین، طی چند سال اخیر مفاهیم عام‌پسندی

شده‌اند، عبارت‌اند از:

الف) سرمایه بازار

ب) سرمایه فکری

پ) سرمایه دانشی

سرمایه بازار، ارزشی است که به یک شرکت بر اساس سهم تجاری و تعداد سهامداران نسبت داده می‌شود. از زمانی که اقتصاد به تکنولوژی اطلاعات و کارکنان دانشی وابسته‌تر شد، دو شکل از سرمایه ظاهر گردید که متفاوت از سرمایه انسانی هستند، یعنی سرمایه فکری و سرمایه دانشی. این دو نوع سرمایه قبلاً وجود داشت، ولی به عنوان سرمایه کسب و کار اندازه‌گیری نمی‌شدند. اما در حال حاضر تکنولوژی‌ها، کپی رایت‌ها، علائم و نام‌های تجاری، حق اختراع‌ها و... در زمره سرمایه فکری هستند، و کتاب‌ها و کتابخانه‌ها و دیگر مخازن، سرمایه دانش محسوب می‌شوند. امروزه استفاده از دانش برای اداره و مدیریت کسب و کار، توسعه‌یافته و مهارت فکری برای حل مشکلات کسب و کار افزایش یافته است.

۳. گفتیم که سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی، تعبیری جدید هستند و به عبارت دیگر قرن ۲۱ در شرایطی آغاز شد که شاخص‌های این سرمایه‌ها مورد توجه قرار گرفت و در برنامه‌ریزی‌های مؤسسه‌ای، بخشی، ملی و جهانی دخالت یافت. بوردیو در کتاب «**صورت‌های سرمایه**»، سرمایه اجتماعی را متشکل از منابعی می‌داند که مبتنی بر عضویت در تشکل‌ها، روابط و شبکه‌های تأثیرگذاری است. از دیدگاه بوردیو، سرمایه اجتماعی را عنوان عملی و ظرفیتی منابعی می‌داند که با یکدیگر مرتبط می‌شوند تا یک شبکه دیرپای کم و بیش نهادینه‌شده از جنبه روابط داد و ستدی و بازشناسی متقابل را عرضه نمایند. وی، سرمایه فرهنگی را نیز چنین تعریف می‌کند: «صورت‌هایی از دانش، مهارت‌ها، آموزش و مزایایی که یک انسان واجد آن است و به او اجازه می‌دهد که یک جایگاه بالاتری در جامعه کسب کند». از دیدگاه بوردیو، پدران و مادران به فرزندان خود (با انتقال نگرش‌ها^۹ و معرفت‌هایی که در سیستم آموزشی جاری، به موفقیت آنان کمک می‌کند) سرمایه فرهنگی می‌بخشند.

(Bourdieu, 1986, pp. 241-258)

به عقیده بوردیو در هر میدانی، میان بازیگران یا گروه‌های اجتماعی، چهار نوع سرمایه رد و بدل می‌شود که عبارت‌اند از:

الف) سرمایه اقتصادی، یعنی ثروت و پولی که هر بازیگر (کنشگر) اجتماعی در دست دارد و شامل درآمدها و بقیه انواع منابع مالی است که در قالب مالکیت جلوه نهادی پیدا می‌کند.

ب) سرمایه اجتماعی، یعنی شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی که هر فردی در اختیار دارد و آن شامل همه منابع واقعی و بالقوه‌ای است که می‌تواند در اثر عضویت در شبکه اجتماعی کنشگران یا سازمان‌ها به دست آید.

پ) سرمایه فرهنگی، یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و آن در برگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی‌شدن در فرد انباشته می‌شوند.

ت) سرمایه نمادین، یعنی مجموعه ابزارهای نمادین، حیثیت، احترام و قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) که فرد در اختیار دارد. سرمایه نمادین جزئی از سرمایه فرهنگی است و به معنای توانایی مشروعیت دادن، تعریف کردن و ارزش گذاردن است. (فکوهی، ۱۳۸۱، ص ۳۰۰)

به باور تیلور، سرمایه فرهنگی از مؤلفه‌های بسیاری تشکیل شده است، برای مثال در یک فرهنگ غربی شاخص‌های زیر، جهت سرمایه فرهنگی مطرح می‌شود که مؤلفه‌هایی نازل به نظر می‌رسند:

الف) دانش، زبان، سلاط و سبک‌های زندگی؛

ب) آنچه به آن فرهنگ فرهیختگان می‌گویند؛

پ) شمار و دامنه فرهنگ واژگان افراد؛

ت) توانایی افراد در شناخت و تشخیص غذاها و نوشیدنی‌های اشرافی؛

ث) انتخاب بازی راگی به جای فوتبال.

اما بوردیو موضوع را قدری ژرف‌تر می‌بیند و تنها به تأثیرات طبقه اجتماعی بر سلاط فرهنگ مردم نمی‌پردازد، بلکه همچنین نقشی را که فرهنگ در بازه تولید روابط طبقاتی در جامعه ایفا می‌کند، مورد توجه قرار می‌دهد. او مدعی است که افراد می‌توانند موقعیت مربوط به طبقه اجتماعی خویش را نه تنها با مالکیت سرمایه اقتصادی (ثروت/رفاه) که با دارا بودن آنچه که وی سرمایه فرهنگی می‌نامد، بهبود بخشند. دلالت سرمایه فرهنگی از نظر بوردیو، به

مجموعه‌ای از توانمندی‌ها، عادت‌ها و طبع‌های فرهنگی، شامل دانش، زبان، سلیقه یا ذوق و سبک زندگی است. انتقال سرمایه اقتصادی از نسلی به نسل دیگر و از طریق ارث و میراث صورت می‌گیرد، در حالی که انتقال سرمایه فرهنگی امری پیچیده‌تر است. مفهوم کلیدی این فرآیند مفهومی است که بورديو عادت‌واره قالب‌مانندی از حساسیت‌ها، ارج‌شناسی‌ها و کنش‌ها می‌نامد. (Flora, 2005, p. 8)

عادت‌واره شامل تمایز میان سلیقه خوب و بد، فرهنگ والا و روشنفکرانه و فرهنگ پست و عوامانه و از این قبیل است. در این فرآیند، کودکان طبقه حاکم فرا می‌گیرند که به فرهنگ طبقه خویش ارج نهند و فرهنگ عامه‌پسند طبقه کارگری را به مثابه امری پست و فرومایه بنگرند. افزون بر این باز هم برای نمونه، 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 و یا تماشای تئاتر تمایل دارند. (Taylor, 1997, pp. 199-200)

از سوی دیگر، هایس^{۱۰} اصطلاح سرمایه فرهنگی را بازنمای جمع نیروهای غیر اقتصادی مانند زمینه خانوادگی، طبقه اجتماعی، سرمایه‌گذاری‌های گوناگون و تعهدات نسبت به تعلیم و تربیت، منابع مختلف و مانند آنها دانست که بر موفقیت آکادمیک (علمی یا تحصیلی) تأثیر می‌گذارد. سرمایه فرهنگی به عنوان صلاحیت در فرهنگ پایگاه‌ها، گرایش‌ها و ایده‌ها تعریف می‌شود که اغلب یک مکانیسم مهم در بازتولید سلسله مراتب اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. تمرکز اصلی تئوری سرمایه فرهنگی این است که فرهنگ از طریق سیستم آموزشی که بازتاب فرهنگ طبقه حاکم است، انتقال می‌یابد و تشویق می‌شود و در نهایت موجب بازتولید همان فرهنگ خواهد شد. همچنین ریچارد زوئینگه‌هافت، سرمایه فرهنگی را انواع گوناگون دانش‌ها و مهارت‌ها می‌داند و برکس^{۱۱} و فولک^{۱۲} واژه سرمایه فرهنگی را برای اشاره به قابلیت‌های انعطاف‌پذیر جوامع انسانی برای پرداختن به محیط زیست و اصلاح آن به کار می‌برند. (تراسبی، ۱۳۸۲، صص ۷۴-۶۸)

10. Hayes
11. Brex
12. Volk

چنین می‌توان برداشت نمود که سرمایه فرهنگی به مثابه نوع خاص سرمایه در زمره ارزش‌ها و هنجارهای والای جامعه است و طوری نیست که شخص یک‌شبه (مثل سرمایه اقتصادی) آن را کسب کند و یا انتقال دهد و یا اینکه قابل خرید و فروش باشد. بورديو سرمایه فرهنگی را به مثابه دانشی (شناختی) می‌داند که افراد را قادر به تفسیرکدهای فرهنگی گوناگون می‌کند. با این حال برخی آن را با طبقات مسلط، مرتبط می‌دانند و برخی آن را با زبان، در پیوند می‌یابند. آشافنبرگ^{۱۳} و ماس^{۱۴} (۱۹۹۷) ویژگی‌های اصلی سرمایه فرهنگی را مهارت و آشنایی با رمزهای فرهنگی و اعمال طبقات مسلط می‌دانند. دومایس^{۱۵} (۲۰۰۲) اشاره می‌کند که سرمایه فرهنگی مشتمل بر کفایت زبانی و فرهنگی و مهارت در فرهنگ طبقات بالاتر است. موضوع زبان مناسب و «فره‌یخته» به عنوان جزئی مهم از تعریف سرمایه فرهنگی به وسیله سولیوان^{۱۶} (۲۰۰۱) ارائه شده است. نهایتاً اینکه سرمایه فرهنگی ناظر بر این ادعاست که شخص بر اساس منش برتر فرهنگی جامعه، جامعه‌پذیر می‌شود. بورديو ضمن بحث از سرمایه فرهنگی که منجر به بازتولید فرهنگ طبقه مسلط می‌شود، اشاره به این امر دارد که چون طبقات مسلط دارای امکانات مادی بیشتری هستند و دسترسی بیشتری به انواع مثلاً موسیقی‌ها، ورزش‌ها، غذاها و... دارند، می‌توانند ذائقه‌های خود را مستقر سازند. به عبارت دیگر بورديو هر آنچه را جزء علائق خاص طبقه مسلط است، به عنوان معیار سنجش سرمایه فرهنگی در نظر می‌گیرد.

به نظر بورديو، سرمایه فرهنگی برآیند ترکیبی از سرمایه اقتصادی و به کارگیری عادت‌واره‌هاست،^{۱۷} ریتزر در توضیح نظریه سرمایه فرهنگی بورديو می‌نویسد: «این سرمایه بیشتر از خاستگاه طبقه اجتماعی مردم و تجارب آموزشی‌شان سرچشمه می‌گیرد. در این بازار، انسان‌ها سرمایه‌شان را جمع می‌کنند و آن را یا برای بهبود جایگاه اجتماعی‌شان هزینه می‌کنند و یا جایگاهشان را از دست می‌دهند و باعث می‌شود که جایگاهشان در چارچوب اقتصاد فرهنگی وخیم‌تر شود». (ریتزر، ۱۳۷۴، ص ۷۲۸) برخی دیگر چون گولد^{۱۸} (۲۰۰۱)

13. Aschaffenburg

14. Mass

15. Dumais

16. Sullivan

17. Habitués

18. Guold

اظهار می کنند که از نظر آنها سرمایه فرهنگی جزئی از سرمایه اجتماعی است. که البته چندان با آنچه مد نظر بوردیو است، همخوانی ندارد. با این حال، پاتنام نگاه دقیق تری دارد و سرمایه اجتماعی و فرهنگی را به لحاظ تعلق در مقابل هم می بیند. سرمایه فرهنگی متعلق به فرد و سرمایه اجتماعی نزد اعضای یک گروه است. سرمایه اجتماعی را می توان مجموعه ای از ارزش ها یا هنجارهای غیر رسمی مشترک میان گروهی از افراد دانست که با همدیگر همکاری می کنند. اگر اعضای این گروه انتظار داشته باشند که همگی به طرزی صادق و معقول رفتار کنند، آنگاه می توان گفت که اعضای این جامعه به همدیگر اعتماد دارند. (هانتینگتون و هریسون، ۱۳۸۳، ص ۲۰۵)

۴- ارتباط سرمایه های گوناگون

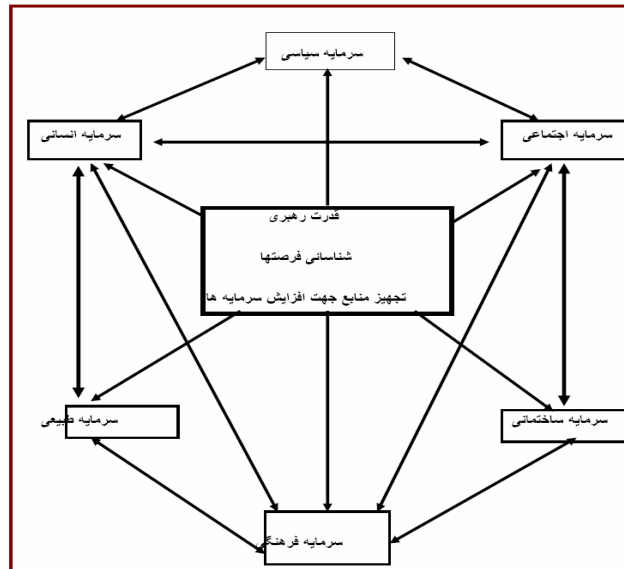
نزد محققان مسائل اجتماعی، همواره این پرسش مطرح بوده که چه ممیزه هایی انواع سرمایه ها را از یکدیگر جدا نموده و علاوه بر آن، چه پیوندهایی بین این سرمایه وجود دارد. دستامد پژوهش های تایمون و استامپ (جدول شماره ۱) و فلورا (شمای ۱) کوشیده است تا این پرسش را پاسخ گوید.

جدول شماره (۱) - انواع سرمایه و ویژگی های نسبی اشکال مختلف سرمایه

	فیزیکی	مانی	انسانی	بازار	فکری	دانش	اجتماعی
فعالان مدیری	بالا	بالا	معمولی	معمولی	معمولی	بالا	پایس
قلبلیت کنترول	بالا	بالا	معمولی	پایس	معمولی	بالا	پایس
قلبلیت تعویض	پایس	بالا	معمولی	معمولی	معمولی	معمولی	پایس
آشروپیک	معمولی	معمولی	بالا	معمولی	پایس	پایس	بالا
عم اهزایی	پایس	بالا	بالا	پایس	معمولی	معمولی	بالا

برگرفته از: تایمون و استامپ، ۲۰۰۳ (Tymon & stump, 2003, pp. 3-12)

شمای (۱) - پیوند بین انواع سرمایه‌ها



(برگرفته از فلورا، ۲۰۰۵) (Flora, 2005)

یکی از اصول مطروحه توسط فلورا، استناد و استمداد از نهادها و سازمان‌ها با الگوی یادگیری مداوم می‌باشد، به نوعی که تمامی سرمایه‌ها تا وقتی که قابل اندازه‌گیری نباشند، در سیستم اطلاعاتی برنامه‌ریزی قابل ارائه و استناد نمی‌گردند.

همان‌طور که در شمای (۱) دیده می‌شود و بیشتر محققین علوم اجتماعی نیز معتقدند، سرمایه‌های موجود در جهان، همگی به نحوی قابل تبدیل به یکدیگر می‌باشند. در این راستا، تحقیقات متعددی انجام شده است که از آن جمله می‌توان به کار باتلر و همکارانش در ترسیم چگونگی تغییرات سرمایه‌ای مختلف اشاره نمود. باتلر به همراه شماری از محققین به منظور نمایش سرمایه‌های موجود و همچنین نحوه ارتباط آنان در راستای ارتقای توسعه اقتصادی جوامع، الگویی را مطابق با جدول شماره (۲) ارائه می‌دهد که ضمن معرفی مفاهیم سرمایه‌های مختلف، فرآیندهایی را که می‌تواند در ارتقاء توسعه اقتصادی سرمایه قابل ارزیابی باشد، مطرح می‌کند و همچنین شاخص‌های اجرایی در متن جامعه را مورد توجه قرار می‌دهد. طبق این الگو در سه بخش «زمینه»، «فرآیند» و «نتیجه» می‌توان ارتباط موجود بین سرمایه‌های مختلف را جهت ارتقاء توسعه اقتصادی جوامع به نمایش گذارد. (Butler, 2005)

جدول شماره (۲) - الگوی سه بخشی باتلر

زمینه	فرایند	نتیجه
سرمایه طبیعی کیفیت هوا، آب، منابع طبیعی، تنوع زیستی زمین و خاک	سرمایه‌گذاری در سرمایه طبیعی حفظ، نگهداری، بازسازی و ارتقاء عوامل محیطی	تغییرات در سرمایه طبیعی
		<ul style="list-style-type: none"> ○ شاخص‌ها: سلامتی محیط زیست با سود چندگانه اجتماع ○ اندازه‌گیری: فرصت‌های گشت و گذار، کیفیت آب و خاک و هوا، میزان آلودگی، حیات وحش، سیاست توسعه زمین
سرمایه فرهنگی ارزش‌ها، شناخت و آشنائی با مراسم و میراث فرهنگی	سرمایه‌گذاری در سرمایه فرهنگی تسهیم هویت فرهنگی (میراث فرهنگی، تاریخ، قومیت...)	<ul style="list-style-type: none"> ● تغییرات در سرمایه فرهنگی ○ شاخص: آگاهی و هوشیاری فرهنگی ○ اندازه‌گیری: تشکیل فستیوال‌های جدید
		<ul style="list-style-type: none"> ● تغییرات در سرمایه انسانی ○ شاخص: به کارگیری افراد ماهر و کارآمد، (مدیریت بحران، نوآوری، حل مشکل)، افزایش ابتکار عمل، مسئولیت‌پذیری و نوآوری ○ اندازه‌گیری: ارتقاء نیروهای آموزش دیده، توسعه نیروی کار، توسعه سلامتی
سرمایه انسانی جمعیت، آموزش، مهارت، خلاقیت، تنوع جمعیتی	سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی بهره‌مندی از نیروی کار متخصص	<ul style="list-style-type: none"> ● تغییرات در سرمایه اجتماعی ○ شاخص: افزایش شبکه‌ها و اجتماعات، اعتماد و مشارکت ○ اندازه‌گیری: افزایش گروه‌های توسعه اقتصادی، رهبران جدید، حضور بیشتر مردم محلی در سازمان‌ها
		<ul style="list-style-type: none"> ● تغییرات در سرمایه اجتماعی ○ شاخص: افزایش شبکه‌ها و اجتماعات، اعتماد و مشارکت ○ اندازه‌گیری: افزایش گروه‌های توسعه اقتصادی، رهبران جدید، حضور بیشتر مردم محلی در سازمان‌ها
سرمایه اجتماعی اعتماد، روابط متقابل، ساختار شبکه‌ای، گروه‌های مشارکت، اشتراک هدف، رهبری، جمع‌گرایی، پذیرش راهکارها، تنوع راه حل	سرمایه‌گذاری در سرمایه اجتماعی پذیرش خطرات احتمالی، بروز عقاید گوناگون، مشارکت جوانان و سازمان‌ها در توسعه اقتصادی، افزایش گروه‌های تصمیم‌گیرنده	<ul style="list-style-type: none"> ● تغییرات در سرمایه اجتماعی ○ شاخص: افزایش شبکه‌ها و اجتماعات، اعتماد و مشارکت ○ اندازه‌گیری: افزایش گروه‌های توسعه اقتصادی، رهبران جدید، حضور بیشتر مردم محلی در سازمان‌ها
		<ul style="list-style-type: none"> ● تغییرات در سرمایه اجتماعی ○ شاخص: افزایش شبکه‌ها و اجتماعات، اعتماد و مشارکت ○ اندازه‌گیری: افزایش گروه‌های توسعه اقتصادی، رهبران جدید، حضور بیشتر مردم محلی در سازمان‌ها

<p>سرمایه سیاسی حدود سازمان‌های اجتماعی که از حکومت استفاده می‌کنند، توانایی دولت در بهره‌مندی از منابع انباشته</p>	<p>سرمایه‌گذاری در سرمایه سیاسی میزان و حدود وابستگی گروه‌های خواستار توسعه اقتصادی با حکومت مرکزی، منطقه‌ای و ناحیه‌ای</p>	<p>● تغییرات در سرمایه سیاسی ○ شاخص: افزایش توانایی منابع امنیتی در خصوص مقامات اجتماعی انتخاب‌شده ○ اندازه‌گیری: اجتماعات جدید و ارتباطات حکومتی در سطوح مختلف</p>
<p>سرمایه مالی وضوح مالیهات، عوارض، سرمایه‌گذاری، معافیت، کمک‌های بشردوستانه، اوراق قرضه، فقر</p>	<p>سرمایه‌گذاری در سرمایه مالی نوع حمایت‌های منطقه‌ای و خارجی از برنامه توسعه اقتصادی، مکانیسم‌های حمایتی مالی از بله‌ی به دارایی کشور</p>	<p>● تغییرات در سرمایه مالی ○ شاخص: اقتصاد متنوع و زنده و پویا ○ اندازه‌گیری: کاهش فقر، توسعه نهادهای حمایتی مالی، توسعه تجاری و بازرگانی و زیر بنایی</p>
<p>سرمایه ساختمانی خانه‌سازی، حمل و نقل، ارتباطات زیر بنایی و سخت‌افزاری، ساختمان‌ها، تسهیل‌کننده‌هایی چون آب، برق، تلفن...</p>	<p>سرمایه‌گذاری در سرمایه ساختمانی تلاش‌هایی در راستای ایجاد فعالیت‌های زیر بنایی توسعه اقتصادی</p>	<p>● تغییرات در سرمایه ساختمانی ○ شاخص: اقتصاد متنوع و زنده و پویا ○ اندازه‌گیری: راه‌اندازی مراکزی چون؛ فرودگاه، آموزشگاه...</p>

۵- صورت‌های سرمایه فرهنگی

سرمایه فرهنگی ممکن است ملموس باشد، یعنی به شکل بناها، محل‌ها، مکان‌ها، مناطق، آثار هنری مثل نقاشی‌ها و مجسمه‌ها، مصنوعات و نظایر آنها باشد؛ با این حال سرمایه فرهنگی محدود به میراث فرهنگی ملموس نیست. چنین سرمایه‌ای واجد همان ویژگی‌های ظاهری سرمایه مادی یا انسانی است؛ یعنی مانند سرمایه فیزیکی (مادی) که به وسیله فعالیت انسانی

به وجود می‌آید، برای دوره‌ای از زمان می‌پاید، اگر دوام نیابد، می‌تواند از بین برود، به مرور زمان موجب جریانی از خدمات شود، می‌تواند از طریق سرمایه‌گذاری منابع جاری در تولید آن افزایش یابد و معمولاً می‌تواند خرید و فروش شود و دارای ارزش مالی قابل اندازه‌گیری باشد. در واقع می‌توان ارزش فرهنگی آن را (خواه به صورت موجودی یا جریان)، با استفاده از انواع نماگرها تعیین نمود. در عین حال باید اشاره کرد که سرمایه فرهنگی ممکن است ناملموس باشد، یعنی به صورت سرمایه معنوی به شکل ایده‌ها، اعمال، عقاید و ارزش‌هایی باشد که در یک گروه، مشترک است. این صورت از سرمایه فرهنگی مطابق با تفسیر و نگرش سازنده از فرهنگ است. این صورت از سرمایه فرهنگی به شکل آثار هنری از قبیل موسیقی و ادبیات نیز وجود دارد که در زمره کالاهای عمومی است. در این معنا، موجودی سرمایه می‌تواند بر اثر بی‌توجهی از بین برود یا از طریق سرمایه‌گذاری جدید افزایش یابد. این موجودی هم به مرور زمان موجب پیدایش جریانی از خدمات می‌شود. همچنین حفظ سرمایه موجود و هم آفرینش سرمایه جدید از این نوع، نیازمند منابع است.

برای خلاصه کردن بحث، می‌توان هم سرمایه فرهنگی مادی و هم سرمایه فرهنگی غیر مادی موجود در یک زمان مفروض را به عنوان موجودی سرمایه‌ای در نظر گرفت که هم بر حسب شرایط اقتصادی و هم بر حسب شرایط فرهنگی به نوبه خود به عنوان یک دارایی، ارزش‌گذاری می‌شود. این موجودی، موجب پیدایش جریانی از خدمات سرمایه‌ای می‌شود که ممکن است مستقیماً مورد مصرف نهایی قرار گیرد یا ممکن است با دیگر نهاده‌ها ترکیب شود تا کالاها و خدمات بیشتری را تولید نماید که هم ارزش اقتصادی دارد و هم ارزش فرهنگی. ممکن است این کالاها و خدمات، بیشتر خودشان مورد مصرف نهایی قرار گیرند یا به نوبه خود با نهاده‌های بیشتری ترکیب شوند، و به همین ترتیب در هر مرحله از این توالی تولید، ممکن است کالاها و خدمات فرهنگی تولید شده به موجودی سرمایه، افزوده شوند و سطح یا ارزش آن را در ابتدای دوره بعدی بالا ببرند. به همین منوال، موجودی سرمایه ممکن است به مرور زمان از بین برود و حفظ کردن آن نیاز به صرف منابع داشته باشد. تأثیر خالص همه این جمع و تفریق‌ها از موجودی سرمایه در یک دوره زمانی مفروض، نشان‌دهنده سرمایه‌گذاری/ سرمایه‌برداری در سرمایه فرهنگی طی آن دوره است که هم بر حسب شرایط اقتصادی و هم

بر حسب شرایط فرهنگی قابل اندازه‌گیری است و ارزش اولیه موجودی در ابتدای دوره بعدی را معین می‌کند. (ایزدی، ۱۳۸۶)^(۳)

اکنون از نزدیک‌تر به ارزش اقتصادی و فرهنگی و رابطه میان آنها، در زمینه سرمایه فرهنگی، نگاه کنیم. یک مورد از سرمایه فرهنگی ملموس تعریف‌شده پیشین (مانند یک بنای تاریخی) را در نظر بگیرید. این دارایی ممکن است دارای ارزشی اقتصادی باشد که صرفاً از وجود فیزیکی آن به عنوان یک بنا (صرف نظر از ارزش فرهنگی آن) ناشی شود؛ ولی ارزش اقتصادی این دارایی می‌تواند، (شاید تا حد زیادی) به دلیل ارزش فرهنگی آن افزایش یابد. بنابراین می‌توانیم یک رابطه علی مشاهده کنیم: ممکن است ارزش فرهنگی، موجب ارزش اقتصادی شود. بنابراین، برای مثال ممکن است افراد تمایل داشته باشند که برای محتوای فرهنگی تجسم‌یافته این دارایی، مبلغی را بپردازند که بیشتر از قیمتی است که فقط برای وجود فیزیکی آن می‌پرداختند. به عبارت دیگر، ممکن است یک بنای تاریخی، ارزش فرهنگی (خالص) را مطابق یک یا تعداد بیشتری از معیارهای پیشنهادی قبلی مجسم کند و در عین حال به عنوان یک دارایی، واجد ارزشی اقتصادی باشد که هم از محتوای فیزیکی آن ناشی می‌شود و هم از محتوای فرهنگی آن. ارزش دارایی دیگر شکل‌های سرمایه فرهنگی ملموس را می‌توان به همین ترتیب تفسیر کرد. برای مثال، آثار هنری از جمله نقاشی‌ها ممکن است بخش عمده‌ای از ارزش اقتصادی را از محتوای فرهنگی خود به دست آورند، زیرا ارزش فیزیکی (مادی) خالص آنها (تکه‌هایی از بوم، قطعاتی از چوب) احتمالاً چشم پوشیدنی هستند. (ایزدی، ۱۳۸۶)

از طرف دیگر، سرمایه فرهنگی ناملموس، رابطه متفاوتی میان ارزش فرهنگی و اقتصادی دارد. برای مثال، موجودی (ذخیره) عقاید و آداب و رسوم فرهنگی یا موجودی موسیقی و ادبیات، یا موجودی زبان، ارزش فرهنگی زیادی دارند، ولی هیچ‌گونه ارزش اقتصادی ندارند، زیرا نمی‌توانند به عنوان دارایی مورد داد و ستد قرار گیرند، مگر زمانی که حقوق مربوط به عایدات آتی (برای مثال حق امتیاز ادبی یا هنری) خرید و فروش شود. در عوض، این موجودی‌ها موجب پیدایش جریان‌های خدمات می‌شوند که هم ارزش اقتصادی و هم ارزش فرهنگی دارایی‌ها را به وجود می‌آورند. در اینجا نیز بخشی از ارزش اقتصادی چنین جریان‌هایی در چارچوب‌های کاملاً فیزیکی یا مکانیکی وجود دارد، یعنی در قالب کالاهای

عمومی که بنا به دلایل کاملاً اقتصادی مورد تقاضا هستند، برای مثال کارکرد فایده‌گرایانه زبان، یا استفاده از موسیقی. ولی در اینجا نیز احتمال دارد که ارزش اقتصادی جریان خدمات حاصل از این دارایی‌های فرهنگی، در اکثر کاربردهایشان، به عنوان نتیجه ارزش فرهنگی آنها زیاد شود.

این بررسی‌ها نشان می‌دهند که میان ارزش فرهنگی و اقتصادی اقلام سرمایه فرهنگی، همبستگی وجود دارد، اما این رابطه به هیچ وجه رابطه کاملی نیست. (مدنی، ۱۳۸۶) بوردیو از سه گونه سرمایه فرهنگی سخن می‌گوید:

الف) مضمون^{۱۹}: که مشتمل بر هر دو گونه مکتسبات آگاهانه و میراث‌بری‌های منفعلانه یک شخص می‌باشد.^(۳) نکته‌ای که بوردیو بر آن تأکید می‌گذارد، آن است که سرمایه فرهنگی به صورت خودانگیخته (همچون کادو) منتقل نمی‌گردد، بلکه دستامدی است که در طول زمان خود را در یک شخص (شخصیت و نحوه تفکر) مجسم می‌سازد. بوردیو همچنین از سرمایه زبانی^{۲۰} نام می‌برد و آن را نوعی از انواع سرمایه فرهنگی مضمون می‌خواند که یک معنای ارتباط و خودعرضه داشتن یک فرد را از فرهنگ پیرامون او متبادر می‌سازد. (Bourdieu, 1990)

ب) عینیت‌یافته^{۲۱}: که سرمایه‌های فرهنگی است که به صورت اعیان فیزیکی به تملک درآمده است (مانند ابزارهای اندازه‌گیری علمی یا آثار هنری).
 پ) نهادینه‌شده^{۲۲}: گونه‌ای سرمایه فرهنگی است که اغلب به صورت اعتبارها یا کیفیات علمی یک فرد شناخته می‌شود. بوردیو از دامنه سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده مثال می‌زند و می‌گوید وجود این سرمایه، باعث می‌شود که تبدیل سرمایه فرهنگی به سرمایه اقتصادی (به واسطه خدمت اکتشافی که به فروشندگان می‌دهد تا سرمایه خود را به خوبی توصیف کنند و به خریداران می‌دهد تا نیاز سرمایه‌ای خود را به خوبی تبیین نمایند) با سهولت بیشتری صورت پذیرد. (Bourdieu, 1977, p. 42)

19. Embodied
 20. Linguistic Capital
 21. Objectified
 22. Institutionalized

در خصوص سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته، باید گفت که این نوع از سرمایه فرهنگی چند خصوصیت دارد که فقط در رابطه با سرمایه فرهنگی در شکل مضمون (یا شامل) آن به تعریف درمی‌آید. سرمایه فرهنگی که به شکل اشیاء مادی و رسانه‌هایی چون نوشته‌ها، نقاشی‌ها، بناهای تاریخی، ابزارها و غیره، عینیت پیدا می‌کند، در حالت مادیت خود قابل انتقال است. برای مثال، مجموعه‌ای از تابلوهای نقاشی را می‌توان درست همانند سرمایه اقتصادی (اگر نگوئیم بهتر از آن، زیرا انتقال سرمایه در اینجا نهانی‌تر است) منتقل کرد. در واقع کالاهای فرهنگی را می‌توان هم به طور مادی به تملک در آورد (که مستلزم سرمایه اقتصادی است) و هم به طور نمادین (که مستلزم سرمایه فرهنگی است). این بدان معناست که مالک ابزار تولید باید راهی بیابد که یا سرمایه مضمون را که پیش‌شرط یک مالکیت مشخص است، از آن خود کند یا خدمات صاحبان این سرمایه را.

در زمینه تعاملات سرمایه فرهنگی نظراتی وجود دارد که در ادامه به شماری از آنها اشاره می‌شود:

الف) سوروکا (۲۰۰۴) می‌نویسد که «کسب سرمایه فرهنگی ضروری است، اما شرط کافی برای داشتن سطح بالایی از سرمایه اجتماعی نیست؛ اما همان طور که دیدیم، بورديو (۱۹۸۶) اظهار می‌دارد که همه اشکال سرمایه به هم وابسته‌اند، به عنوان مثال، سرمایه اجتماعی می‌تواند به سرمایه اقتصادی تعبیر شود، اگر پیوندهای شخصی به یک تاجر، جهت بستن یک قرارداد مهم کمک کند. سرمایه اجتماعی می‌تواند به سرمایه فرهنگی تعبیر شود، اگر آگاهی و شناخت شخص، او را برای مثال با جهان تئاتر آشنا سازد. با این حال، سرمایه فرهنگی برعکس سرمایه اقتصادی نمی‌تواند به ارث برده شود و یا به صورت خیلی ملموس در تصرف و مالکیت فرد باشد، بلکه به طور ضمنی و در طی فرآیند جامعه‌پذیری انتقال پیدا می‌کند. به عبارت آخری می‌توان گفت که سرمایه فرهنگی دائماً خود را بازتولید می‌کند. آزاده (۱۳۷۹) می‌نویسد: «بدین ترتیب اگرچه افراد در طول زندگی خود، دائماً مجهز به ابعاد فرهنگی جدیدی می‌شوند که به گونه‌ای آزادانه از بین تجربیات مطلوب برمی‌گزینند، ولی این انتخاب‌ها تنها از بین جنبه‌هایی از فرهنگ صورت می‌گیرد که با جهت‌گیری و عادات وی منطبق باشد. بنابراین تنها چیزهایی را می‌آموزند که شبیه عادات و سلیق آنان می‌باشد و تغییر چندانی در سرمایه فرهنگی آنان ایجاد نمی‌کند». (کیاسی، ۱۳۸۷، ص ۴۵)

ب) با عطف نظر به ابعاد مادی سرمایه فرهنگی، مصرف کالاها و فرآورده‌های فرهنگی می‌تواند به عنوان یکی از شاخصه‌های اصلی این سرمایه می‌باشد. کالاهای فرهنگی شامل آن دسته از کالاها خواهد بود که تعریف‌کننده شیوه متمایزی از زیست می‌باشد و لذا دربرگیرنده اندیشه ویژه‌ای نیز خواهد بود. از این رو می‌توان به مصرف مدل‌های پوشش، وسیله‌های تزئینی بدن، رفتن به فضاهای منتشرکننده تفکری ویژه همچون قهوه‌خانه‌ها، سینماها، فرهنگسراها، سالن‌های ورزشی، کتابخانه‌ها، مساجد و دیگر فضاهای معروف به اماکن فرهنگی اشاره کرد.

پ) کالاهای فرهنگی به دلیل برخورداری از بار نمادین بسیار قدرتمند می‌توانند طبقه‌بندی و سلسله‌مراتبی بودن اعضای جامعه را در فضاهای تعاملی اجتماعی مشخص سازند. زمانی که نسبت تقاضا و برآورده شدن مصرف این نوع از کالاهای فرهنگی در اعضای جامعه بالا رفت، می‌توان گفت که این افراد دارای سرمایه اجتماعی بالاتری می‌باشند. تهیه کردن کالاهای فرهنگی، سرمایه مادی را می‌طلبد. اما قطع نظر از بُعد مادی سرمایه فرهنگی، بعد عینی - ذهنی آن را می‌توان در انواع مهارت‌ها مشاهده نمود. از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی هر چه که تعداد و کیفیت مهارت‌های یک فرد بیشتر باشد، جایگاه و موقعیت اجتماعی او نیز افزایش می‌یابد؛ چرا که افراد بیشتری برای برخورداری و رفع نیاز به وی رجوع خواهند کرد و او خواهد توانست فضای ویژه‌ای را به خود اختصاص دهد و شروع به آفرینندگی در شیوه‌های مخصوص به خود در میدان فعالیت‌های فرهنگی نماید. در عین حال، کسب مهارت‌ها (در اکثر موارد) نیاز به مصروف داشتن زمان و منابع اقتصادی دارد که چه بسا، بسیاری از آن محروم باشند و نتوانند آنها را کسب نمایند.

ت) بُعد ذهنی سرمایه فرهنگی شامل دانش، اطلاعات و فایل‌هایی در ذهن می‌باشد که می‌تواند به طور مستقل و بدون توسل به سرمایه‌های فرهنگی مادی دست به آفرینش و ایجاد شیوه‌های جدیدی در روند زندگی جمعی بزند و یا حداقل با در دست داشتن خزانه اطلاعاتی در مواقع حساس و یا موقعیت‌هایی که برای آن واکنش از قبل تعریف‌شده‌ای تعیین نشده است، اقدام به واکنشی مناسب و یا با هزینه کم بنماید.

ث) چرخش کنونی سرمایه‌های فرهنگی به سوی بعد اطلاعاتی آن لزوم ایجاد ارتباطات بسیار گسترده را نشان می‌دهد. کنشگران اجتماعی تنها با افزایش دایره فعالیت‌ها و افزایش محدوده شبکه‌های ارتباطی است که می‌توانند به تولیدکنندگان دانسته‌ها دست یابند. البته

پیش شرط و پیش نیاز سرمایه‌های فرهنگی معنوی، تهیه و تدارک سرمایه‌های فرهنگی مادی است. به عبارت دیگر، همان لوازم معیشت پایدار است که رویکرد "توسعه انسانی" سازمان ملل متحد آنها را شامل "درآمد"، "سواد" و "بهداشت و سلامتی" می‌داند. (ایزدی، ۱۳۸۶)

ج) بورديو و پاسرون در تحقیقی که مبتنی بر فرض عدم تساوی سرمایه فرهنگی نزد افراد انجام دادند، چنین نتیجه‌گیری کردند که نابرابری فرهنگی فقط با بررسی رفتار و اعمال فرهنگی مقدور برای افراد و گروه‌ها مشخص می‌شود. از دیدگاه این دو، تئاتر رفتن، مجله و روزنامه خواندن، سینما رفتن، دوربین عکاسی داشتن و امثال آن می‌تواند به عنوان نشانه‌ها و امکانات سرمایه فرهنگی به شمار آید؛ امکاناتی که به طور یکسان در دسترس همه نیست. بورديو در تحقیقی که در سال ۱۹۶۶ در باره بازدیدکنندگان موزه‌های اروپا انجام داد، نوشت که علاقه به هنر و کیفیت دلبستگی به آثار هنری، ارتباط نزدیکی با موقعیت و امکانات خانوادگی و طبقاتی افراد دارد. (روح‌الامینی، ۱۳۶۸، ص ۱۱۶)

وقتی یک کارگر نمایشگاه نقاشی را تماشا می‌کند، غالباً نیاز به یک راهنما دارد که برای او تابلوها و سبک‌ها و ریزه‌کاری‌ها را توضیح دهد، ولی یک تحصیلکرده نیازی به راهنما ندارد. وی نتیجه می‌گیرد که کشش و علاقه افراد و گروه‌ها از منبع و میراثی بهره می‌گیرد که مانند یک سرمایه اختصاصی و خانوادگی حفظ شده است. سرمایه اجتماعی مانند گروه همفکران سیاسی و اجتماعی، گروه دوستان و همکلاسان قدیم، گروه هم‌زمان و امثال آن در شمار عوامل تشکیل‌دهنده سرمایه فرهنگی است. در سرمایه‌گذاری فرهنگی، کاری که دولت برای آموزش نظریه‌ها و تکنیک‌ها در مدارس و دانشگاه‌ها می‌کند، همانند سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی، قسمتی از ثروت و ذخیره مملکت محسوب می‌شود که افراد به عنوان تولیدکننده و مصرف‌کننده به آن دسترسی دارند. (روح‌الامینی، ۱۳۶۸، ص ۱۱۷)

۶- درنگی در نسبت سرمایه اجتماعی و فرهنگی

همان‌طور که گذشت، دو مضمون سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی توسط پوتنام و بورديو مطرح شد و به عبارت دیگر هر کدام از منظری، به آن پرداختند و به همین جهت، همپوشانی‌هایی را نیز از جانب این دو در قبال تعریف این دو گونه سرمایه شاهد هستیم. با این

حال، ضروری به نظر می‌رسد تا تدقیق بیشتری از این تعاریف صورت بپذیرد و مرزبندی‌های روشن‌تری از این دو به دست داده شود.

همان‌گونه که لوئیجی گیزو^{۲۳} و همکاران نشان داده‌اند، کانونی‌ترین مؤلفه‌ای که در تعریف سرمایه اجتماعی شاهد هستیم، مسئله اعتماد است. گیزو و همکاران با عطف توجه به این مؤلفه - به عنوان بنیادی‌ترین عنصر سرمایه اجتماعی - نشان داده‌اند که چگونه فقدان این عنصر، منجر به عقب‌ماندگی اقتصادی در بخش جنوبی ایتالیا در مقایسه با بخش شمالی آن شده است. آنان ترس از معاملات غیر نقدی، اصرار بر معاملات نقد، نگرانی از تبادل چک و دیگر ابزارها و اسناد مالی، کم بودن اعتبار افراد و مؤسسات و... را محصول فقدان اعتماد اجتماعی، و ریشه اقتصاد عقب‌مانده‌تر جنوب ایتالیا را در همین نکته دانسته‌اند. آنان در مقدمه تحقیق خود به گفته‌ای از آرو^{۲۴} (اقتصاددان) اشاره می‌کنند که می‌گوید: «به نحو اجتناب‌ناپذیری قائل به این هستیم که عقب‌گرد اقتصادی هر جامعه در دنیای امروز، با فقدان اعتماد متقابل آحاد آن جامعه، توضیح داده‌شدنی است.» (Arrow, 1979, pp. 343-362) محققان مذکور همچنین به تعبیری از وی تحت عنوان: «فامیل‌گرایی غیر اخلاقی» اشاره می‌کنند که منعکس‌کننده اعتماد زیاد در داخل طایفه، قوم یا فامیل خودی است (و پارتی‌بازی‌های آن گونه را به دنبال دارد) و بی‌اعتمادی در خارج از این دایره را منعکس می‌سازد. لوئیجی گیزو و همکاران با قبول فاکتورهایی که پوتنام از سرمایه اجتماعی می‌دهد (مانند مشارکت در مؤسسات مردم‌نهاد، مشارکت در انتخابات‌ها، نسبت روزنامه‌خوان‌ها، تعداد مؤسسات خیریه و...)، نهایتاً این فاکتورها به مؤلفه اعتماد، فروکاسته و با یک کار آماری جالب نشان داده‌اند که نقش این عامل بر عقب‌ماندگی اقتصادی، قاطع است. یک عامل مشخص که توجه این محققان را به خود جلب نموده، کاسته‌شدن اعتماد و کاهش چرخش اقتصادی منطقه جنوب ایتالیا است. (Guiso, 2009)

بورديو وقتی از سرمایه اجتماعی سخن می‌گوید، به امتیازات و فرصت‌هایی اشاره می‌کند که از رهگذر عضویت مردم در اجتماعات به دست می‌آید؛ (Bourdieu, 1985, p. 249) که نسبت به تعریفی که پوتنام به دست می‌دهد، دامنه محدودتری را می‌پوشاند. اما در تعریف

23. Luigi Guiso
24. Arrow

سرمایه فرهنگی، بورديو در درجه نخست به معلومات كسب شده مانند بافرهنگ بودن، دست داشتن در حوزه خاصی از دانش و... اشاره دارد و در درجه بعد به عينیت یافته‌های فرهنگی مانند اموال فرهنگی از قبیل تابلوها، كلکسیون‌های مختلف، اجناس عتیقه و... و نهایتاً به اشكال نهادینه شده مانند مدارك تحصیلی و موقعیت‌های شغلی همچون معلم، پزشک، کشیش، شهردار و... می‌پردازد. البته شكل اخیر سرمایه فرهنگی است که می‌تواند سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و نمادین را با خود به همراه بیاورد و بعضاً شكل سوداگرانه‌اش مورد انتقاد جدی قرار گرفته است.

نگاه اسمیت به سرمایه فرهنگی، متوجه منش عاداتی آن است و آن را شامل ابعادی همچون: دانش عینی درباره هنرها و فرهنگ، سلیقه‌ها و ترجیحات فرهنگی و ویژگی‌های صوری (مانند داشتن مدارج دانشگاهی و گذراندن آزمون‌های موسیقی)، مهارت‌ها و بلد بودن فرهنگی (مانند توانایی نواختن آلات موسیقی) و توانایی تمیز و تشخیص «خوب» و «بد» می‌داند. (اسمیت، ۱۳۸۴، ص ۲۲۴)

بورديو سرمایه فرهنگی را بعدی از یک منش عاداتی گسترده‌تری می‌بیند که بازتاباننده محل اجتماعی صاحب آن سرمایه است. وی در یک پژوهش نشان می‌دهد که طبقات و گروه‌های شغلی خاصی در جامعه فرانسه (از قبیل کارگران، دانشگاهیان، تکنسین‌ها) گرایش به سلايق متمایزی در موسیقی، هنر، غذا و غیره دارند. این گفته، مؤید نظر وی است مبنی بر اینکه سرمایه فرهنگی (که سلیقه تنها یکی از شاخص‌های آن است) به وسیله محل اجتماعی شکل می‌گیرد. در عین حال بورديو استدلال می‌کند که گروه‌های نخبه تعیین می‌کنند که چه چیزی پذیرفتنی یا سرمایه فرهنگی با ارزش است و چه چیزی بی‌ارزش است.

در اینجا موضوع مهم، نحوه و چرایی برتری دادن به «فرهنگ والا» در برابر فرهنگ مردمی است، آن هم از راه تمایزگذاری میان امر با ارزش و امر مبتذل. از نظر اسمیت، گروه‌های نخبه با تعریف مشروع و نامشروع، ارزش مهارت‌ها و دانش خاص خودشان را محفوظ نگه می‌دارند و از این طریق منزلت یا شأن خود را تحکیم می‌بخشند. فرهنگ والا که پالوده، روشنفکرانه، پایدار و جدی است در تقابل با فرهنگ مردمی (که مبتذل و زودگذر است) قرار می‌گیرد. (اسمیت، ۱۳۸۴، ص ۲۲۴)

دقت در تعاریف سرمایه‌های پیش‌گفته، مؤدی به این است که اول، سرمایه اجتماعی عمدتاً در پیوندهای اجتماعی و به طور مشخص در اعتماد اجتماعی تجلی و بروز پیدا می‌کند و تأثیرات آن در توسعه اقتصادی، بسیار تعیین‌کننده است. دوم اینکه ما مجاز هستیم تا به تأسی از شیوه کار بورديو، سرمایه اجتماعی را در سه شکل مضمون، عینی و نهادینه‌شده نیز در جامعه بیابیم و تعاریفی از آنها به دست بدهیم و سوم، در تعریف سرمایه فرهنگی، نخست اینکه از جنبه سلبی بهتر است آن را از ابعادی همچون سلیق، خالی کنیم (چرا که دچار بی‌معناری می‌شویم، ضمن آنکه دلیلی برای مبنا قراردادن سلیق لایه‌های فرادست جامعه به‌عنوان سرمایه‌های بالاتر فرهنگی در اختیار نداریم) و دوم اینکه از جنبه ایجابی بهتر است آن را در ظرفیت‌ها، هنجارها و توانش‌های معقول فرهنگی افراد و جوامع، خلاصه کنیم. این نحوه نگرش، ما را از گم‌گشتگی در تعاریف و بازشناسی مؤلفه‌ها، مانع می‌گردد.

۷- سرمایه اجتماعی و تعلیم و تربیت

عطف توجه به مفهوم سرمایه فرهنگی، این امکان را به وجود آورده است تا دستاورد آموزشی نابرابر کودکان برخاسته از طبقات متفاوت اجتماعی تبیین شود؛ آن هم با ارتباط برقرار کردن میان توفیقات دانشگاهی و توزیع سرمایه فرهنگی در بین طبقات و اقشار اجتماعی. این نقطه عزیمت، گسستی بود بر پیشداوری‌های ذاتی عرف عام که توفیق یا ناکامی تحصیلی را معلول استعداد های طبیعی می‌داند. مطالعات بیکر (۱۹۶۴) و همکارانش درباره ارتباط میان قابلیت تحصیلی و سرمایه‌گذاری دانشگاهی نشان داد که آنان آگاهی ندارند که قابلیت یا استعداد، خود محصول سرمایه گذاری بر روی سرمایه فرهنگی است.

تعجبی ندارد که بیکر و همکارانش وقتی می‌کوشیدند تا فواید سرمایه‌گذاری آموزشی را ارزیابی کنند، کاری از دستشان بر نمی‌آمد، جز اینکه سوددهی هزینه‌های آموزشی برای جامعه را در کلیت آن (نرخ بازدهی اجتماعی) یا فایده اجتماعی آموزش را از طریق سنجش تأثیرات آن بر بهره‌وری ملی محاسبه کنند. این تعریف نوعاً کارکردگرایانه از کارکردهای تعلیم و تربیت، سهم و نقشی را که نظام آموزشی در بازتولید ساختار اجتماعی ادا می‌کند، نادیده می‌گیرد. از جمله، از این واقعیت غفلت می‌کند که بازده آموزشی، به عمل آموزشی برخاسته از سرمایه‌گذاری فرهنگی مصروفه به وسیله خانواده بستگی دارد و این دستاورد مهمی است که

ملهم از بسط نظریه سرمایه فرهنگی به دست می‌آید و می‌تواند برای مسئولان و برنامه‌ریزان توسعه، جالب توجه باشد.

فرجام

۱. مضامین و نظریه‌های سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی که توسط پوتنام و بوردیو ارائه شده‌اند، افق‌های نوینی را در امر توسعه و به ویژه در فراهم‌آوردن بنیان‌های عدالت اجتماعی گشوده‌اند. این رویکردها به ویژه بر نقش و اهمیت این سرمایه‌ها تأکید ویژه می‌گذارند.
۲. دیدگاه‌های مطروحه، مؤید این معنا هستند که انواع سرمایه‌ها اعم از اقتصادی (متشکل از سرمایه بازار، سرمایه فکری و سرمایه دانشی) اجتماعی، فرهنگی و نمادین، همانند انواع انرژی‌ها در حوزه فیزیک و مهندسی، قابل تبدیل به یکدیگر می‌باشند.
۳. پوتنام و بوردیو، سرمایه اجتماعی را متشکل از منابعی می‌دانند که بر عضویت در تشکلهای، روابط و شبکه‌های تأثیرگذار مبتنی است. بوردیو ضمن تقسیم سرمایه فرهنگی به اشکال مضمون، عینیت یافته و نهادینه شده، در درجه نخست به معلومات کسب شده (مانند فرهنگ‌مندی، برخورداری از دانش در حوزه‌های خاص و...) اشاره می‌کند. با این حال وقتی از تبدیل سرمایه‌ها به یکدیگر سخن می‌گوییم، رویکرد درست آن است که در تدقیق و شفاف‌سازی مرزبندی‌های این سرمایه‌ها بکوشیم.
۴. دقت در تعاریف سرمایه‌های پیش‌گفته مؤدی به این است که اول، سرمایه اجتماعی عمدتاً در پیوندهای اجتماعی و به طور مشخص در «اعتماد اجتماعی» تجلی پیدا می‌کند و تأثیرات بسیار تعیین‌کننده‌ای بر روند توسعه دارد (که البته ما هر روز شاهد ضعف بیشتر آن در جامعه خود می‌باشیم). دوم، در تعریف سرمایه فرهنگی از جنبه ایجابی بهتر است آن را در هنجارها و توانش‌های فرهنگی و دانشی افراد و جوامع، ردیابی کنیم.
۵. عطف توجه به مفهوم سرمایه فرهنگی، این امکان را پدید آورده تا بتوان شناخت بهتری نسبت به بی‌عدالتی‌های حوزه تعلیم و تربیت به دست آورد. این توجه، منعکس‌کننده این نکته حیاتی است که بازده آموزشی به عمل آموزشی برخاسته از سرمایه اجتماعی مصروفه توسط خانواده بستگی دارد.
۶. درباره کارکردهای سرمایه فرهنگی باید گفت اولاً کسب مشروعیت از طریق بقیه سرمایه‌ها منوط به تبدیل شدن آنها به سرمایه فرهنگی است، یعنی کسی که به واسطه سرمایه

فرهنگی منزلت دارد، می‌تواند روایت و برداشت خود را از دنیای اجتماعی بر دیگران تحمیل کند. ثانیاً داشتن سرمایه فرهنگی بدان معناست که فرد می‌تواند خود را از الزامات زندگی روزمره جدا کند و نوعی گزینش دلخواه در عرصه فرهنگ انجام دهد. به بیان خود بوردیو، «زیبایی‌شناسی محض، از اخلاق یا همان خلق و خوی فاصله گرفتن گزینشی از الزامات دنیای طبیعی و اجتماعی منشأ می‌گیرد». و درباره اثرات کمبود سرمایه فرهنگی باید گفت: از دیدگاه انسان‌شناسی مخرب‌ترین کمبود سرمایه (در مقایسه فقدان سرمایه‌های محیطی، فیزیکی، مالی)، کمبود سرمایه‌های اجتماعی - فرهنگی و به تعبیری انسان‌شناسانه‌تر، سرمایه انسانی می‌باشد.

۷. میزان مصرف کالاها و فرآورده‌های فرهنگی به عنوان یکی از شاخصه‌های اصلی تعیین سرمایه فرهنگی می‌باشد. کالاهای فرهنگی شامل آن دسته از کالاها خواهد بود که تعریف‌کننده شیوه متمایزی از زیست هستند و لذا دربرگیرنده اندیشه ویژه‌ای نیز می‌باشند. می‌توان به مصرف مدل‌های پوشش، وسیله‌های تزئینی، داشتن ابزارها و تکنولوژی‌ها (وسایل خانگی، وسیله‌های ارتباطی و...)، رفتن به فضاهای منتشرکننده افکار (سینماها، فرهنگسراها، قهوه‌خانه‌ها، سالن‌های ورزشی، کتابخانه‌ها و دیگر فضاهای معروف به اماکن فرهنگی و یا اماکن دینی و مذهبی مانند مساجد، مراکز زیارتی، حسینیه‌ها) و امثال آنها اشاره کرد. کالاهای فرهنگی به دلیل داشتن بار نمادین بسیار قدرتمند، می‌توانند طبقه‌بندی و سلسله‌مراتبی بودن اعضای جامعه را در فضاهای تعاملی مشخص سازند. زمانی که نسبت تقاضا و مصرف این نوع از کالاهای فرهنگی در اعضای از جامعه بالا رفت، می‌توان گفت که این افراد دارای سرمایه بالاتری می‌باشند. در عین حال تهیه کردن برخی از کالاهای فرهنگی، سرمایه‌های مادی را می‌طلبد. طبقات کم‌درآمد اجتماع به دلیل کمبود سرمایه‌های مادی نمی‌توانند شماری از کالاهای فرهنگی را به دست آورند.

۸. در ابعاد عینی - ذهنی، سرمایه فرهنگی را می‌توان در انواع مهارت‌ها ردیابی کرد. از دیدگاه روانشناسی اجتماعی، هرچه تعداد (فراوانی تجمعی) و کیفیت مهارت‌های یک فرد بیشتر باشد، جایگاه و موقعیت اجتماعی او نیز افزایش می‌یابد؛ چرا که افراد بیشتری برای برخورداری و رفع نیاز به وی رجوع خواهند کرد و او خواهد توانست فضای ویژه‌ای را به خود اختصاص دهد و شروع به آفرینندگی در شیوه‌های مخصوص به خود در میدان فعالیت‌های

فرهنگی کند. در این مورد نیز کسب مهارت‌ها (در اکثر موارد) نیاز به هزینه کردن زمان و منابع اقتصادی دارد که طبقات کم درآمد از آن محروم‌اند و لذا نمی‌توانند درصد کسب آنها برآیند.

بعد ذهنی سرمایه فرهنگی شامل دانش، اطلاعات و فایده‌هایی در ذهن می‌باشد که می‌تواند به طور مستقل و بدون توسل به سرمایه‌های فرهنگی مادی، دست به آفرینش و ایجاد شیوه‌های جدیدی در روند زندگی جمعی بزند و یا حداقل با در دست داشتن خزانه اطلاعاتی در مواقع حساس یا تنش‌زا و یا موقعیت‌هایی که برای آن واکنش از قبل تعریف شده‌ای تعیین نشده است، اقدام به واکنشی مناسب و یا با هزینه بسیار کمی کند. چرخش کنونی سرمایه‌های فرهنگی به سوی بعد اطلاعاتی آن لزوم ایجاد ارتباطات بسیار گسترده را نشان می‌دهد. کنشگران اجتماعی تنها با افزایش دایره فعالیت‌ها و افزایش محدوده شبکه‌های ارتباطی است که می‌توانند به تولیدکنندگان دانسته‌ها دست یابند. در این مورد نیز به دلیل فقر در انواع سرمایه‌ها نزد طبقات کم‌درآمد و نبود مراکز و افراد درگیر در شبکه‌های جدید اطلاعاتی در محله‌های آنان، افراد از این بعد ذهنی سرمایه فرهنگی نیز محروم می‌مانند و به این ترتیب محرومیت از سرمایه‌های فرهنگی مادی آغاز می‌شود و سرمایه‌های فرهنگی معنوی را نیز در بر می‌گیرد.

آنچه که حتی ممکن است از اطلاعات نیز تأثیرگذارتر باشد، عدم دسترسی به تجارب دیگر انسان‌ها از دیگر جوامع، از زندگی یا تجارب زیسته^{۲۵} است؛ یعنی محرومیت از درک "فرهنگ‌های دیگر" که در داخل خود اندیشه‌ها، اندوخته‌ها و نهایتاً سرمایه‌های مادی و معنوی فراوانی دارند.

تنها با فراهم کردن سرمایه‌های فرهنگی معنوی (اگرچه بسیار هم اهمیت دارند) نمی‌توان طبقات کم‌درآمد را از این سرمایه بهره‌مند ساخت، چرا که تهیه و تدارک سرمایه‌های فرهنگی مادی یا به عبارتی، لوازم معیشت پایدار نقش پیش‌نیاز را در رویکرد "توسعه انسانی"، (شامل "درآمد"، "سواد" و "بهداشت و سلامتی") ایفا می‌کند.

۱. ذکر این نکته در این مجال بی‌مناسبت نیست که از نقطه‌نظر فلسفه اجتماعی، همواره متفکران بر سر دوراهی «تفرد» و «جمع‌گرایی» قرار داشته‌اند. این قیاس ذوحدی یا معما، ناظر به این نکته مهم است که در غلطیدن به جمع و منافع جمعی، به معنای پایمال شدن حقوق فردی بوده و عکس آن، متضمن ازاله منافع جمعی است. چنین به نظر می‌رسد که پوتنام با نظریه سرمایه اجتماعی خود، برای نخستین بار گریزگاهی از این معما یافته باشد.
۲. تراسبی نیز در تقسیم‌بندی مشابهی سرمایه فرهنگی را به دو صورت فوق طبقه‌بندی می‌کند: ملموس و غیر ملموس (تراسبی، ۱۳۸۲، صص ۶۸-۷۰)
۳. میراث در اینجا، اشاره به ارث‌بری خونی ندارد، بلکه دریافتی‌های یک شخص در طول زمان است که از فامیل و خانواده به صورت جامعه‌پذیری، فرهنگ و سنت کسب می‌نماید.

منابع فارسی

۱. اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۴)، درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه: حسن پویان، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲. آشوری، داریوش (۱۳۸۰)، تعریف‌ها و مفهومی فرهنگ، تهران: نشر آگه.
۳. ایزدی، ترابعلی (۱۳۸۶)، سیری در سرمایه اجتماعی، تهران: نشر داریان.
۴. بری، ریچارد (۱۳۸۲)، روانکاوی فرهنگ عامه، حسین پاینده؛ تهران: طرح نو.
۵. تراسبی، دیوید (۱۳۸۲)، اقتصاد و فرهنگ، ترجمه کاظم فرهادی، تهران: نشرنی، چاپ اول.
۶. تری، ایگلتون (۱۳۸۷)، ایده فرهنگ، ترجمه علی ادیب‌راد، تهران: انتشارات: حرفه.
۷. ریتزر، جورج (۱۳۷۴)، نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
۸. روح‌الامینی، محمود (۱۳۶۸)، زمینه فرهنگ شناسی، تهران: انتشارات عطار.
۹. فرنج، درک و هیتر سارود (۱۳۷۱)، فرهنگ مدیریت، ترجمه محمد صائبی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۱۰. کیاسی، محمد (۱۳۸۷)، بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اعتماد اجتماعی، تهران: نشر بام روز.
۱۱. مدنی، زاهد (۱۳۸۶)، نگاهی نو به سرمایه دانش: ضرورت قرن ۲۱، تهران: نشر اکابیر.
۱۲. فکوهی، ناصر (۱۳۸۱)، تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی، تهران: نشرنی.
۱۳. هانتینگتون، ساموئل و لارنس هریسون، (۱۳۸۳)، اهمیت فرهنگ، ترجمه انجمن توسعه و مدیریت ایران، تهران: انتشارات امیرکبیر.

منابع لاتین

14. Argen, Lareau(1999). "Social Class Differences ", *Sociology of Education*. Vol. 60, No. 11.

15. Arrow, Kenneth, (1979), "Gifts and Exchanges".in *Philosophy and Public Affairs*. No. 1.
16. Bourdieu, P. (1977). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Cambridge: Harvard University Press.
17. Bourdieu, P. and J. C. Passeron (1990), *Reproduction in Education, Society, and Culture*, Sage Publications Inc.
18. Bourdieu, Pierre (1986). The Forms of Capital. in J. G. Richardson's *Handbook for Theory and Research for Sociology of Education*.
19. Butler, Cornelia (2005). *Community Capitals*, North Central Regional Center for Rural Development, Iowa State University.
20. Flora, Alice(2005). " *Cultural Capital and Other Capital*", Nuffield College Oxford. www.soc.sagepub.com.
21. Guiso, L., Sapienza, P., Zingales, L., The Role of Social Capital in Financial Development; <http://www.faculty.chicagobooth.edu/finance/Papers/trust.pdf>. Retrieved: Oct 29, 2009.
22. Harker, R., (1990) "Education and Cultural Capital" in Harker, R., Mahar, C., & Wilkes, C., (eds), *An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu: The Practice of Theory*, Macmillan Press, London.
23. Stones, Roy (1998), *Key Sociological Thinkers*, Memillan Press Ltd. U.k.
24. Taylor, P. (1997). " Investigating Culture and Identity". London: Collins. quoted in *Communication Studies: The Essential Resource. Cultural. Communication and Context*.
25. Tymon, Alfered & Stump, Joe(2003). "Cultural Capital", *Journal of Cultural Economics*, Springer Netherlands, Volume 23. Numbers 1-2.
26. Wogget, Gabriele (1993). "Social Capital", *Rural Sociology*, No:63.
27. www.merriam-webster.com, Merriam Webster Dictionary, retrived Sept 8 2008 .

Archive of SID