

فصلنامه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی (سال اول، شماره سوم، تابستان 1389، صفحات 51 تا 65)

بررسی نظریه "زبان و قدرت نمادین" پیربوردیو

فاطمه طاهرخانی**

تاریخ پذیرش: 1389/6/1

دکتر منصور انصاری*

تاریخ دریافت: 1389/4/2

چکیده:

مقاله حاضر به بررسی مفاهیم کلیدی تئوری زبان شناسی پیربوردیو اختصاص دارد. وی با روی آوردن به مفاهیم میدان، سرمایه، سرمایه نمادین و عادت واره به شرایط اجتماعی تولید زبان و چگونگی مشروعیت یابی آن توجه می‌کند. هدف از نگارش این مقاله آن است که نقش و جایگاه این مفاهیم در تحلیل امور سیاسی شناسایی و تعریف شود. نتیجه این نوشته ارایه تعریف جامع از بن مایه تئوری پسا ساختار گرایانه وی است.

واژگان کلیدی: میدان، سرمایه، سرمایه نمادین، عادت واره، مشروعیت، پسا ساختارگرایی.

* عضو هیأت علمی پژوهشکده امام خمینی (ره)

** دانش آموخته کارشناسی ارشد جامعه شناسی سیاسی

مقدمه

پیر بورديو (1930-2003م)، اندیشمند پسا ساختارگرای فرانسوی است که با استفاده از آموزه‌های زبان‌شناسی، برداشتی نو از مفهوم " سرمایه " مارکس را خلق کرد. درحقیقت بورديو آن‌چه را که نزد مارکس معنایی اقتصادی داشت، به مفهومی چند وجهی برای تحلیل کنش‌ها در حوزه‌های متنوعی چون فرهنگ، سیاست و اقتصاد تبدیل کرد. بورديو برای پرورش مفهوم سرمایه، از مفاهیم دیگری نظیر "میدان" و " عادت وارہ " نیز بهره می‌جوید.

بورديو به جای دستوری بودن کلام، به مقبولیت کلام توجه می‌کند؛ به عبارت دیگر به جای زبان محض به زبان درست و مورد پذیرش اعتقاد دارد. همچنین به جای مناسبات ارتباطی یا تعامل نمادین به مناسبت قدرت نمادین توجه دارد؛ بنابر این، پرسش از ارزش و قدرت سخن را جایگزین پرسش از معنای سخن می‌کند و در نهایت به جای توانش زبانی به خصوص به سرمایه نمادین که از موقعیت‌گوینده در ساختار اجتماعی جدایی‌ناپذیر است می‌پردازد.

(www.pishgo.woedpress.com)

کتاب " زبان و قدرت نمادین " بورديو نوشته‌های اصلی وی در زمینه زبان و روابط بین‌زبان، قدرت و سیاست است. بورديو در این اثر به نقد عمیق رهیافت‌های سنتی نسبت به زبان می‌پردازد. رهیافت‌هایی هم‌چون نظریه‌های زبان‌شناختی دوسوسور، چامسکی و دیگران. به اعتقاد او زبان را نباید تنها به عنوان ابزار برقراری ارتباط مورد بررسی قرار داد، بلکه زبان عرصه‌ای سیاسی است که افراد در چارچوب آن به دنبال تحقق منافع خود هستند. در این مقاله نظریه بورديو مورد تحلیل و تبیین قرار می‌گیرد، از این رو چهار چوب اندیشه وی را این گونه می‌توان بیان نمود: " فضای اجتماعی، از میدان‌های مختلف و متنوعی تشکیل شده است. میدان سیاسی، فرهنگی، هنری و... افراد با عادت وارہ‌های خاص وارد این میدان می‌شوند، و برای تصاحب سرمایه‌های موجود در میدان با یکدیگر رقابت می‌کنند."

سه مفهوم کلیدی در عبارات بالا وجود دارد که مورد بررسی قرار می‌گیرد.

1. میدان: ورديو با این بینش وبری هم عقیده است که دیگر نمی‌توان کنش‌های اجتماعی را به روش مارکسیسم سنتی و در قالب مفاهیمی چون طبقه، روابط طبقاتی و ایدئولوژی تحلیل کرد. مهم‌ترین مفهومی که وی برای پردازش اندیشه‌اش از آن سود می‌جوید، مفهوم میدان است. این مفهوم بعد استعاری اندیشه بورديو را نشان می‌دهد. در واقع بورديو با صحبت از میدان به جای گروه‌ها، افراد و سازمان‌ها و یا نهادها، می‌خواهد طرحی از الگوهای پنهان روابط و منازعاتی که به وجود این نسبت‌های تجربی شکل می‌دهند، ارایه نماید. (Swartz, 1997, p.120)

این مفهوم جزو مفاهیم متأخر بورديو نسبت به کارهای اولیه به شمار می‌رود. بورديو روش تحلیلی میدان را در یک تغییر تدریجی در دهه هفتاد و هشتاد توسعه داد، در حالی که در دهه

شخصت وی بیشتر به مفاهیم مارکسیسم و ساخت گرایی اهمیت می داد، لکن در سال های بعد مفاهیمی چون سرمایه فرهنگی، عادت واره و کنش را جایگزین مفاهیم قبلی نمود. (Swartz, 1997, p.118)

به نظرمی رسد، میدان هاز نظر وی، فضاهای زندگی اجتماعی اند که به تدریج از یکدیگر مستقل شده اند، و در فرایند تاریخی بر محور روابط اجتماعی و نتایج ویژه شکل پیدا کرده اند. افراد در اجتماع در میدان های متفاوتی فعالیت می کنند: میدان هنری، میدان اقتصادی، سیاسی و... این ها هرکدام عرصه ای است که نیرو ها و استعداد ها را به نمایش می گذارند. (توسلی، 1383، ص 23)

خود وی در تعریف این واژه می گوید: "میدان شبکه یا منظومه ای است از روابط عینی میان موقعیت هایی، که به خاطرشان هم چنین به خاطر تعییناتی که از طریق وضعیت کنونی و با لقوه شان به عاملان و نهاد ها و دارندگان خویش تحمیل می کنند و به صورت عینی قابل تعریف اند. این تحمیل به خاطر ساختار توزیع قدرت (یا سرمایه) که تصاحب آن موجب دسترسی به منابع خاصی می شود در این میدان محل نزاع است و هم چنین از طریق روابط عینی شان با سایر موقعیت ها صورت می پذیرد". (Swartz, 1997, p.115)

با توجه به زبان پیچیده و فلسفی وی این تعریف نیاز به توضیح دارد، میدان در وهله اول فضای ساختمانندی از جایگاه هاست، قدرتی است که تصمیمات مشخص خود را بر کسانی که وارد آن می شوند تحمیل می کند. از این رو هر کسی که می خواهد وارد میدان شود باید دارای حداقلی از سرمایه باشد. در وهله دوم، میدان صحنه کشاکشی است که کنش گران یا نهاد ها از طریق آن در پی حفظ یا بر اندازی نظام موجود توزیع سرمایه هستند. میدان در این معنا کارزاری است که در آن شالوده های هویت و نظام سلسله مراتبی پیوسته و به طور لاینقطع مورد بحث و جدل قرار می گیرد. نتیجه آن که میدان ها مجموعه های تاریخی هستند که در طول زمان به وجود آمده، رشد کرده، تغییر شکل داده و گاهی تضعیف شده و از بین می روند. (استونز، 1379، ص 335).

منازعات دائمی در میدان ها که خود بستر آن ها هستند جریان دارند، هم به خاطر رقابتی که خود به خود بین افراد درگیر در بازی صورت می گیرد، هم به خاطر خود ساختار میدان "یعنی ساختار توزیع نابرابر انواع مختلف سرمایه" که با کمیاب ساختن بعضی مواضع و بهره برداری های مربوط به آن ها، راهبردهایی فراهم می آورد که امکان می دهند افراد با تصاحب مواضع کمیاب در پی تخریب این کمیابی بر آیند، یا با دفاع از این مواضع کمیابی را حفظ کنند. (شویره، فونتن، 1385، ص 142)

در واقع منازعه در میدان باعث می شود عده ای در موقعیت مسلط و عده ای در موقعیت فرو دست قرار گیرند. منازعه برای موقعیت در میدان، کسانی را که توانایی اعمال میزانی از قدرت

انحصاری بر تعریف و توزیع سرمایه دارند در تقابل با کسانی قرار می‌دهند که تلاش می‌کنند تا این امتیاز را بدست آورند (Bourdieu, p.178).

با توجه به این امر سومین ویژگی اساسی هر میدان یعنی آزادی عمل آن مشخص می‌شود. هر میدان امکانات و قابلیت‌هایی دارد که در طول مراحل رشد خود به دست آورده تا در برابر تأثیرات خارجی مصون بماند (استونز، 1379 ص 336).

چارچوب میدان :

بورديو چارچوب يك ميدان را به مثابه يك " بازار " توصيف مي‌كند . بازار نيز همانند ميدان در يك معنای استعاری به کار رفته است و بورديو در نوشته‌های اولیة خود از این واژه استفاده کرده است ولی بعدها وی مفهوم میدان را جایگزین مفهوم بازار نمود. در نظر وی، بازار چارچوب اسکلت میدان را تشکیل می‌دهد.

شاید بورديو برای خروج میدان از يك مفهوم صرفاً انتزاعی و ملموس و تجربه پذیر کردن آن، از مفهوم بازار سود جسته است و بازار را چارچوب میدان معرفی کرده است. صحبت در مورد بازار و توضیح ساز و کار آن کمی آسان تر از میدان است .

هر بازار از سه عنصر اصلی تشکیل می‌شود :

1 - طرف عرضه یا تولید کنندگان

2 - کالاهای نمادین یا خود محصولات

3 - طرف تقاضا یا مصرف کنندگان کالای نمادین (صالحی، 1384، ص 343)

به این ترتیب در هر حوزه معینی دو میدان تولید وجود دارد ؛ یکی میدان تنگ دامنه تولید که با خود میدان تخصصی هم گستره است: در حالی که تولید پهن دامنه برای میدان اجتماعی وسیع تری صورت می‌گیرد، در میدان تنگ دامنه محصولات برای سایر تولید کنندگان تولید می‌شود ، یعنی برای عاملان و نهاد های همان میدان ؛ بنابراین در میدان تنگ دامنه تولید طرف عرضه در عین حال طرف تقاضا نیز است. دوم، میدان وسیع دامنه شامل کل اجتماع است که همان مصرف کنندگان عام هستند (لش ، 1383 ، ص 345). اما اساساً چه چیزی در میدان تولید می‌شود، به عبارتی منظور از محصول یا کالای تولیدی یک میدان چیست ؟

محصولات نمادین تولیدی در یک میدان سیاسی (که میدان مورد نظر در این رساله است) دال‌هایی هستند که شامل مقام ها، برنامه ها، تحلیل ها، تفسیرها، مفاهیم و رویدادهایی است که حرفه ای های میدان که عبارتند از روزنامه نگاران ، اساتید دانشگاهها ، روسای احزاب و... تولید می‌کنند (لش ، 1383، ص 353).

ارزش یک محصول سیاسی به دو عامل بستگی دارد :

- 1 - سرمایه نمادین عامل سیاسی و حزب وی، که به حد اکثر رساندن این سرمایه مستلزم سازش و همرنگی هر چه بیشتر با هنجارهای اجتماعی است .
- 2 - میزان انطباق این نمادهای سیاسی (دال ها) با منافع و معانی اصلی (مدلول ها) مصرف کنندگان (لش، 1383، ص 352).

با لحاظ مفهوم بازار می توان میدان را به وجهی ساده تر اینگونه تعریف کرد : "میدان ها ، بازار هایی برای سرمایه های خاص هستند ر آن عاملان اجتماعی بنا بر استعداد های خاص خود در انواع سرمایه ها می اندیشند و عمل می کنند. (شویره و فونتن، 1385، ص 137).

کنش گران میدان :

عاملان یا کنش گران میدان با هدف به دست آوردن موقعیت برتر ، یعنی ایجاد حاکمیت و استیلا در هر میدانی وارد رقابت با یکدیگر می شوند. در این رقابت آنان به دو گروه تقسیم می شوند: طرفداران حفظ نظم موجود؛ یعنی آنان که به ثبات نظم میدان می اندیشند و در سوی دیگر ، هواخواهان بر هم زنی نظم موجود ؛

از این رو هر میدان جایگاه رویا رویی پیوسته بین مدافعان اصول آزادی عمل در داوری مناسب با آن میدان و آن هایی است که در پی ارائه ملاک های دگر سالار (فرمانبرداری از دیگری) هستند، زیرا این افراد برای گسترش و بسط جایگاه موقعیت و سروری خود درون میدان، نیازمند حمایت و پشتیبانی از طرف نیروهای بیرونی اند. (استونز، 1379، ص 337).

کارکرد میدان :

در واقع آن چه باعث شکل گیری میدان می شود و میدان در پی بر آورد آن است، یک هدف روشن و بنیادی است : تولید ، حفظ و باز تولید سرمایه. بوردیو قدرت را که مفهومی خشن و بی پروا است در مفهوم سرمایه مستتر شده کرده. کنش گران میدان هنگامی که صاحب سرمایه می شوند این سرمایه را به مانند میراث می پندارند و خواهان حفظ آنند. آنان همواره به دنبال راهبردهایی هستند که این سرمایه را باز تولید نمایند. با این تعریف به مفهوم سرمایه می رسیم .

2. سرمایه: سرمایه مفهومی اقتصادی است اما وقتی این مفهوم آگاهانه به مقوله هایی که مستقیماً اقتصادی نیستند، گسترش می یابد محتوای تحلیلی گسترده تری پیدا می کند. این مفهوم در نزد بوردیو بسیار فرا تر از نظریهٔ مارکسی " سرمایه " می رود که سرمایه اقتصادی و انباشت آن و ساز و کارهای این انباشت را محور تحلیل اجتماعی- تاریخی خود قرار می دهد (فاین، 1385، ص 104).

یکی از بنیادهای نظری تحلیل بوردیو، ایده جامعه به مثابه کثرت فضا های اجتماعی است. سرمایه های گوناگون عامل اصلی تعریف جایگاه ها و قابلیت های کنش گران گوناگون در این

فضای اجتماعی است. افراد یا گروه‌ها با هدف به دست آوردن موقعیت برتر یعنی ایجاد حاکمیت و استیلا در هر میدانی وارد رقابت می‌شوند. آن‌ها برای ورود به میدان باید سرمایه‌ی داشته باشند، همچنین ضمن رقابت با سایرین در صدد تصاحب و کسب انواع مختلف سرمایه، که در میدان وجود دارد، برمی‌آیند سرمایه‌ی عملاً کار انباشته شده است (در شکل مادی و معنوی). به دست آوردن سرمایه به زمان نیاز دارد؛ اما وقتی به دست می‌آید می‌توان آن را در موقعیت جدیدی سرمایه‌گذاری کرد.

از این منظر تفاوتی ندارد که حرف از پول باشد یا اشکال رفتار. سرمایه به دست کنش‌گران تولید می‌شود، می‌تواند به طور انحصاری انباشته شود، مورد مبادله واقع شود یا به ارث برسد. (جنکینز، 1384، ص 101). بورديو چهار نوع سرمایه را تعريف می‌نماید: سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین که در ادامه توضیح داده می‌شود. وقتی که شکل‌های مختلفی از سرمایه وجود دارد طبیعی است مجموع سرمایه‌ای که هر شخص به آن دسترسی دارد می‌تواند ترکیب بندی مختلفی داشته باشد. این ترکیب بندی ممکن است متقارن باشد مثلاً موقعیت‌هایی در میدان وجود دارند که نیاز همزمان به چند نوع سرمایه را ایجاب می‌کنند و کنش‌گر همزمان باید - به طور مثال - سرمایه اقتصادی و فرهنگی بالایی داشته باشد، اما ترکیب بندی سرمایه برای عده‌ای از کنش‌گران ممکن است شکل نا متقارن داشته باشد. مثلاً استاد دانشگاه سرمایه فرهنگی بالا و سرمایه اقتصادی پایین دارد. اگر مجموع حجم سرمایه‌ای که اشخاص در اختیار دارند افزایش یا کاهش یابد حرکت آن‌ها در میدان عمودی است، یعنی به بالا یا پایین می‌روند. نمونه‌هایی از این موارد ممکن است در طول یک یا چند نسل اتفاق بیفتد، مثلاً فرزند یک معلم استاد دانشگاه شود؛ اما اگر کنش‌گران سرمایه خود را از شکلی به شکل دیگر تغییر دهند مثلاً از سرمایه اقتصادی به فرهنگی، این یک تغییر افقی خواهد بود. برای مثال فرزند یک معلم تاجر شود که به زعم بورديو چنین تغییری نادر است. (کلهر، 1388).

اشکال گوناگون سرمایه که تحت کنترل کارگزاران گوناگون قرار دارند، شانس‌های برنده شدن در هر بازی را تعیین می‌کنند. گروه‌هایی که به بیشترین میزان سرمایه دسترسی دارند، در فضایی قرار می‌گیرند که بورديو آن را "میدان قدرت" می‌نامد. میدان قدرت از یک طبقه حاکم متحد تشکیل نشده، بلکه از قشر‌های نا همگون نخبگانی تشکیل شده که جایگاهشان بر اساس شکل‌های مختلف سرمایه شکل گرفته. آن‌ها به طور تقریبی منافع مشترکی دارند که بر اساس آن قدرتشان را روی گروه‌هایی در سطوح پایین‌تر اجتماع اعمال می‌کنند ولی از آن‌جا که جایگاه قدرت بر اساس شکل‌های مختلف سرمایه بنا شده است، گروه‌های حاضر در میدان قدرت، در جایگاه مخالف و اپوزیسیون یکدیگر قرار می‌گیرند. مبارزه میان گروه‌های مختلف در میدان قدرت می‌تواند در فازهای مختلف و به صورت درگیری‌های کم و بیش آشکار انجام گیرد. مبارزه

میان گروه های مختلف نخبگان بیشتر بر سر تثبیت ارزش شکل های مشخص سرمایه است. (پات نام ، 1384 ، ص 82).

سرمایه اقتصادی ، فرهنگی و اجتماعی مؤلفه های اصلی منابع اجتماعی هستند که تعاریف جایگاه اجتماعی کنش گران را کنترل می کند. کنش گران نیز در کل میدان در سه بعد توزیع می شوند. در بعد نخست بر اساس جمع کل سرمایه ای که دارند؛ یعنی ترکیبی از انواع سرمایه تحت اختیارشان. در بعد دوم تعیین جایگاه کنش گران بر اساس ساختار سرمایه شان صورت می گیرد، یعنی بر اساس سهمی که هر یک از سرمایه های اقتصادی و فرهنگی به صورت جداگانه در سرمایه آن ها دارد و در بعد سوم بر پایه برآورد سرجمع و ساختار سرمایه آن ها در طول زمان. (پات نام 1384 ، ص 115).

در واقع ساختار ذهنی هر فرد و موقعیتی که تحت عنوان میدان در جامعه اشغال می کند بستگی به میزان بهره مندی اش از سرمایه دارد.

سرمایه اجتماعی :

سرمایه اجتماعی جمع منابع واقعی یا بالقوه ای است که حاصل شبکه ای با دوام از روابط کما بیش نهادینه شده آشنایی و شناخت متقابل یا به بیان دیگر عضویت در یک گروه است، شبکه ای که هر یک از اعضای خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی برخوردار می کند و آنان را مستحق اعتبار می سازد. (فاین 1385، ص 118).

این روابط ممکن است فقط در حالت عملی در مبادلات مادی و نمادینی که آنان را در حفظ آن روابط کمک می کند ، وجود داشته باشد هم چنین روابط مذکور را می توان با به کار گیری یک اسم مشترک (نام خانوادگی، طبقه، طایفه، حزب و...) به لحاظ اجتماعی بر قرار و تضمین کرد یا با مجموعه کاملی از اعمالی که به طور همزمان برای فرم دادن و آگاهانیدن کسانی که در معرض آن روابط قرار گرفته اند طراحی شده باشد. در این مورد آن روابط کمابیش از قوه به فعل در آمده و لذا در مبادلات حفظ و تقویت می شوند. (فاین ، 1385 ، ص 120).

به دیگر بیان این شبکه محصول راهبردهای سرمایه گذاری فردی یا جمعی، آگاهانه یا نا آگاهانه، به قصد نهاد یا باز تولید روابطی اجتماعی است که در کوتاه مدت یا دراز مدت مستقیماً قابلیت استفاده را دارند (فاین ، 1385، ص 149).

پس به طور کلی سرمایه اجتماعی دو مؤلفه دارد، نخست به عنوان یک منبع با عضویت گروهی و شبکه های اجتماعی مرتبط است. دوم مقدار سرمایه اجتماعی یک کنش گر به حجم شبکه های ارتباطی وی وابسته است. عضویت در گروه ها، ارتباط با شبکه های اجتماعی و مناسبات اجتماعی داخل این گروه ها باعث بهبود جایگاه اجتماعی کنش گران در زمینه های متفاوت می شود. انجمن های داوطلبانه، اتحادیه های تجاری، احزاب سیاسی نمونه های مدرن این گونه سرمایه

اجتماعی اند. تفاوت در میزان سرمایه‌ی اجتماعی چرایی بهره‌گیری متفاوت از میزان مشابه سرمایه‌ی فرهنگی و اقتصادی، همچنین قدرت اثر گذاری متفاوت بر کنش‌گران مختلف را تعیین می‌کند. (ww.rozanneh.com)

بدین سان حجم سرمایه‌ی اجتماعی مورد تملک یک فرد به اندازه‌ی شبکه‌ی پیوندهای وی بستگی دارد که او می‌تواند به طرز مؤثری بسیج کند و مضافاً وابسته است به حجم سرمایه اقتصادی، فرهنگی یا نمادین در تصرف کسانی که وی با آنان مرتبط است. (فاین، 1385، ص 148).

سرمایه فرهنگی:

سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از ثروت‌های نمادین است که بدون کوشش شخص کسب نمی‌شود و به ارث برده نمی‌شود. این سرمایه در واقع قدرت شناخت یا قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد را شامل می‌شود و نیاز به کار طولانی، مداوم و پیگیر، یادگیری و فرهنگ‌پذیری کنش‌گر را با هدف جزئی از خود کردن و از آن خود کردن می‌پذیرد. (شویره و فونتین، 1385، ص 97).

سرمایه فرهنگی داشتنی است که بودن شده است، ملکی است درونی شده و جزء لا یتجزی شخص گردیده و در واقع خصلت او شده است. (شویره و فونتین، 1385، ص 141).

به دست آوردن این سرمایه نیاز به سرمایه مالی دارد، لذا شکل دیگری از سرمایه اقتصادی است. این سرمایه به سه حالت در فرد نمود می‌یابد:

الف- حالت درونی شده: این وضعیت به معلومات کسب شده‌ای بر می‌گردد که به شکل رغبت‌های پایدار ارگانیکسم حالت درونی شده به خود می‌گیرند. مثلاً: در فلان زمینه دانش دست داشتن، با فرهنگ بودن، به زبان و نحو بیان تسلط داشتن... سرمایه فرهنگی را به این صورت و البته با گذشت زمان و در غیاب هر گونه القانات عمدی و لذا به طور کلی نا آگاهانه، می‌توان به اندازه‌های مختلف به دست آورد. این سرمایه همواره علامت ممیز شرایط اولیه استحصال است. استحصالی که از طریق نشانه‌های کما بیش قابل رؤیتی که بر جای می‌نهد (از قبیل لهجه‌ها، یا طرز تلفظ‌های ممیزه یک طبقه یا منطقه) معلوم ساختن ارزش خاص آن را یاری می‌دهد. این سرمایه را نمی‌توان فراتر از ظرفیت‌های متناسب با یک فرد انباشت کرد، بلکه بر عکس همواره با حامل خود (ظرفیت بیولوژیکی او، حافظه اش و...) رو به افول می‌نهد و می‌میرد. این سرمایه به این ترتیب از راه‌های متعدد با شخص به لحاظ غرابت زیست شناختی اش پیوند دارد. این وجه سرمایه فرهنگی باعث می‌شود تا شأن خصایل ذاتی را با فضیلت‌های اکتسابی در هم آمیزد و باز از آن جا که شرایط اجتماعی انتقال و استحصالش در مقایسه با شرایط انتقال سرمایه اقتصادی مستتر ترند، پس پیشاپیش آماده است تا همچون سرمایه نمادین عمل کند، یعنی به عنوان سرمایه

محسوب نشود، بلکه به عنوان صلاحیتی مشروع و در مقام نوعی اقتدار که تأثیری به صورت عدم شناخت اعمال می کند، شناخته می شود. (شویره و فونتن، 1385، ص 143).

ب- حالت عینیت یافته: سرمایه فرهنگی هنگامی که به شکل اشیای مادی و رسانه هایی چون نوشته ها، نقاشی ها، بناهای تاریخی، ابزارها و... عینیت پیدا می کنند، در حالت مادیت خود قابل انتقال اند. برای مثال، مجموعه ای از تابلوهای نقاشی را می توان درست همانند سرمایه اقتصادی منتقل کرد؛ ولی آن چه که قابلیت انتقال دارد، مالکیت قانونی است، و نه (یا نه لزوماً) چیزی که پیش شرط استملاک مشخص است. (شویره و فونتن، 1385، ص 91).

پس کالاهای فرهنگی را می توان هم به طور عادی که مستلزم سرمایه اقتصادی است به تملک در آورد، و هم به طور نمادین که مستلزم سرمایه فرهنگی است. این بدان معنی است که مالک ابزار تولید باید راهی بیابد که یا سرمایه ی متجسد را که پیش شرط یک استملاک مشخص است از آن خود کند یا خدمات صاحبان این نوع سرمایه را برای تصاحب ابزارهای تولید، او جز به سرمایه اقتصادی نیاز مند نیست، برای تملک آن ها یا استفاده از آن ها مطابق با مقصود مشخصی که وجود دارد، باید به سرمایه فرهنگی درونی شده مجهز شد. (پات نام، 1384، ص 64).

سرمایه فرهنگی در حالت عینیت یافته خود با همه نمودهای یک جهان مستقل و منسجمی ظاهر می شود که اگر چه محصول کنش تاریخی است، اما قوانین خاص خود را دارد، که از امیال و اراده های فردی به طور استعلایی فرا می گذرد.

ج- حالت نهاکل مدارک و مدارج آموز می توان آن را از حد و مرز وضعیت درونی شده و یکسان بودن با تجسد فرد فراتر برد. این عینیت یابی چیزی است که موجب تفاوت بین سرمایه ی خود آموخته و سرمایه فرهنگی مستظهر به مدارج آموزشی و امتیازات ضمانت شده می شود. احراز مدارک تحصیلی یا اعطای تمایز نهادی به سرمایه فرهنگی ای که در تملک یک فرد خاص قرار می گیرد این امکان را به وجد که صاحبان این صلاحیت ها با هم مقایسه و حتی با نشان دادن یکی به جای دیگری مبادله شوند. (نایدچی، 1387) اصولاً این جامعه که غالباً دولت است باز شناسی را اعلام کرده آن را نهادینه می کند و برای آن پایگاه قابل می شود و جایگاه تعیین می نماید، مثلاً: رتبه معلم، قاضی، کارمند. (شویره و فونتن، 1385، ص 98).

سرمایه نمادین:

مفهوم سرمایه نمادین مهم ترین بخش از کار بوردیو در زمینه تئوری قدرت نمادین است. وی در تعریف این مفهوم می گوید:

« من به هر نوع از سرمایه (اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی)، چنان چه براساس مقولات فاهمه، دریافت شود، به اصول بینش و تقسیم، به نظام های طبقه بندی کننده و به قالب های شناختی

که تا اندازه ای محصول درون کالبد شدن ساختارهای عینی مربوطه یعنی ساختارهای توزیع سرمایه در میدان هستند، سرمایه نمادین می گویم». (بورديو، 1384، ص 155).

به کاربردن لفظ « هر نوع از سرمایه» این طور می نمایاند که سرمایه نمادین در ابتدا وجه تغییر شکل یافته و تغییر معنیافته از سایر سرمایه ها ست. فونتن سرمایه ی نمادین را محصول تغییر شکل رابطه قدرت به رابطه معنایی می داند که اثر خشونت غیر مادی اشکال دیگر سرمایه را بر وجدان ها مشخص می سازد. (در واقع این سرمایه به نوعی معنای آشکار وجوه دیگر سرمایه اندوزی است: " نظم اجتماعی، سلسله مراتب یا سلسله مراتب های آن و رابطه سلطه ای که از آن ناشی می شوند، به نظر طرفین رابطه که عادت واره شان با همین ساختارها متناسب است ، طبیعی و مسلم جلوه می کند." (شویره و فونتن، 1385، ص 10).

وی همچنین در توضیح این مفهوم می نویسد: " هر نوع سرمایه (اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی) به درجات مختلف مانند سرمایه نمادین عمل می کند، به طوری که شاید بهتر باشد، به دقیق ترین وجه از اثرات سرمایه نمادین سخن گفته شود: به ویژه هنگامی که این سرمایه بازشناسی آشکار و عملی پیدا می کند." برای آن که حرکت جهشی انواع سرمایه ها به سوی اثرات نمادین خود را بررسی نماییم می توانیم از مثال نام خانوادگی افراد استفاده نماییم. " نام خانوادگی ، نام آبا و اجدادی است که به طور نمادین تمام ثروت های عادی و غیر عادی گرد آمده و به ارث رسیده را انبار می کند و دارندگان این نام به دلیل قدرت « فضایل» نمادین که دارند، همه را به دنبال خود می کشانند. (شویره و فونتن ، 1385 ، ص 101).

بورديو برای بسط مفهوم سرمایه نمادین از مفاهیم کاریزما و مشروعیت وبر کمک می گیرد. درواقع شاید بتوان گفت مهمترین تأثیر وبر بر بورديو در این جا نمایان می شود. بورديو ، همچون وبر معتقد است اعمال قدرت به مشروعیت نیاز دارد. افراد و گروه هایی که می توانند خود را از گروه ها و افرادی که منافع مشخصی دارند، به گروه ها و افرادی که منافی ندارند، تغییر دهند، به گفته بورديو به کسب سرمایه ی نمادین نایل می شوند. (سوارتز ، 1381، ص 25).

سرمایه نمادین ، به نوعی سرمایه انکار شده است: این سرمایه روابط مبتنی بر منافع بنیادین را که با آن ها مرتبط است ، با مشروعیت دادن به آن ها پنهان می کند. به این ترتیب، سرمایه نمادین شکلی از قدرت است که نه به عنوان قدرت بلکه به عنوان تقاضاهای مشروع برای به رسمیت شناخته شدن، احترام، اطاعت و خدمات دیگران مشاهده می شود. (سوارتز ، 1381، ص 27). به دیگر روی می توان گفت سرمایه نمادین به هر گونه دارایی اطلاق می شود (هر نوع از سرمایه) که دسته ای از اعضای اجتماع آن را درک می کنند، به رسمیت می شناسند و برای آن ارزش قابل میشود. (www.fakouhi.com)

سرمایه نمادین که از شأن و حیثیت شخص سرچشمه می گیرد، مجموعه ابزارهای نمادین چون پرستیژ، احترام، قابلیت های فرد در رفتارها (کلام و کالبد) و نیز شکوه و فرهمندی را به فرد اعطا می نماید. (فکوهی، 1384، ص 300).

اما وجه دیگر و بسیار مهم سرمایه ی نمادین وجود یک نوع رابطه دو سویه در مسأله شناخت آن است. به نوعی می توان سرمایه نمادین را حاصل تصدیق مشروعیت کسی دانست که آن را در اختیار دارد. پس قدرت و تسلط آن کس به دیگران به دلیل همین مشروعیت داشتن از یک سو و پذیرش و تأیید این مشروعیت از سوی دیگران به دست می آید. (شویره و فونتن، 1385، ص 102).

از نظر سوارتز، ریشه این دو معنایی را که عبارت باشد از قدرت تسلط غالب به شرط قبول مغلوب، می توان در یک واقعیت انسان شناختی پیدا کرد. شخص مسلط قدرت خود را از بازشناسی بی چون و چرای کسی می گیرد که تسلط وی را مشروعاً پذیرفته باشد. بنابراین، تسلط به طریق اولی به رسمیت شناختن سرمایه نمادین از جانب شخص زیر سلطه بستگی پیدا می کند. (سوارتز، 1381، ص 30).

سرمایه نمادین به اشکالی از تسلط، میدان می دهد که وابستگی ایجاد کند. وابستگی به کسانی که سرمایه اجازه تسلط به آن ها داده است. در واقع این سرمایه جز در احترام و بازشناسی و باور و اعتبار و اعتماد دیگران، وجود خارجی پیدا نمی کند و تا زمانی که باور دیگران به وجود آن را به همراه نداشته باشد، نخواهد توانست دوام بیاورد؛ اما از سوی دیگر در صورت وجود آن اعتماد و پذیرش از سوی همگان، شخص به مشروعیت دست می یابد. (جنکینز، 1384، ص 119).

طبق استدلال بوردیو، تولید فرهنگی و زبان شناختی، به رغم ادعاها ربطی به حقیقت یا امر متعال ندارد. بیش از هر چیز عقیده است که اهمیت دارد، یعنی تقدیس بعضی اظهارات به مثابه اظهارات مشروع یا حقیقی. معیارهای برهان آوری و اثبات که در جریان این فرایند به آن ها توسل جسته می شود انتخابی هستند و به وسیله میدان مورد نظر تعریف می شوند و در ظاهر فارغ از نفع و علاقه اند، مشروع سازی اظهارات تابع قدرت و اقتدار و شهرت مؤلفان و صاحبان آن اظهارات در میدان مورد نظر است. این قدرت ناشی از معرفت که هم وسیله و هم هدف مبارزه های رقابت جویانه است، وجه مشخص هر میدان اند و با استفاده از انواع و اقسام سرمایه ها ساخته می شوند. (جنکینز، 1384، ص 20).

سرمایه اقتصادی، فرهنگی، نمادین و اجتماعی و زبان شناختی که شکل های گوناگون سرمایه هستند و هم چنین وسیله و هدف استراتژی های آینده برای دستیابی به تمایز و تشخیص در هر میدان پی گیری می شوند. از نظر بوردیو، چیزی به اسم زبان یا فرهنگ وجود ندارد و فقط زبان و فرهنگ و معرفتی وجود دارد که در هر متن و زمینه ای کما بیش مسلط است. «عظمت» تولید

کنندگان کلام فرد در این نیست که آن‌ها چه حرفی برای گفتن دارند، بلکه در تصویب و تصدیقی است که دیگران از گفته‌های آن‌ها به عمل می‌آورند و این یعنی ارزش آن‌ها در بازار مورد نظر. (جنکینز، 1384، ص 32).

به این ترتیب می‌توان سرمایه‌نمادین را به نوعی سرمایه مشروع نامید. چرا که سرمایه‌نمادین مشخص می‌کند که چه اشکال و کاربردهایی از سرمایه مبنای مشروعی را برای جایگاه‌های اجتماعی افراد در یک جامعه فراهم می‌آورد. کارایی سرمایه‌نمادین به عملکرد واقعی ارتباطات وابسته است، لذا در این صورت سرمایه‌نمادین تنها در تصور بین‌الذهانی وجود دارد و رشد و نمو می‌کند و درک می‌شود. سرمایه فرهنگی و اقتصادی از طریق پول، سهام، آزمون و مدرک وجود می‌یابند، در حالی که سرمایه‌نمادین تنها در چشم دیگران وجود دارد. سرمایه‌نمادین یقیناً دارای ایدئولوژیک دارد چرا که از طریق تمایز و دسته‌بندی، شیوه‌های توزیع سرمایه را بین اعضای جامعه آشکار می‌سازد.

3. عادت‌واره: عادت‌واره‌ها، نظام‌هایی از قابلیت‌های پایدار و قابل انتقال (از طریق آموزش، فرایند اجتماعی شدن یا تقلید و تأثیرپذیری) هستند که ساختارهای بیرونی را، در افراد درونی می‌کنند؛ به صورتی که افراد با عمل خود ساختارها را باز تولید می‌نمایند. (فکوهی، 1384، ص 299).

آن‌ها در واقعینی با امکانات واقعی‌ای هستند که تمایل دارند به روز شوند و در اعمال و باز نودی که به طور پایدار شکل می‌دهند، عمل کنند. بورديو عادت‌واره را با عبارت؟ ساختار بخش یا اصل زایایی تعریف می‌کند. عادت‌واره تولیدکننده کنش‌هاست، در حالی که خود محصول تاریخی و اجتماعی است ولی نه به معنای کاملاً جبری آن. عادت‌واره به طور غیر مکانیکی به رفتارهای عیناً مطابق با منطق میدان اجتماعی مربوط شکل می‌دهد. این رفتارها جواز خود را از این منطق می‌گیرند و بنابر این با توجه به همین منطق محدود می‌شوند. عواملان به دلیل همین عادت‌واره‌ها بی‌کی هستند، به خودی خود انتخاب‌های خود را محدود می‌کنند، بی‌آن‌که نیازی به محاسبه‌ای برای این کار داشته باشند. در واقع، کنش‌گر، از طریق عادت‌واره ادراک و داوری کرده و در جهان پیرامون خود عمل می‌نماید. عادت‌واره، شرایط اجتماعی، امکانات و محدودیت‌ها را در شخص درونی کرده، در واقع با این کار رفتار فرد را در اجتماع شکل می‌بخشد، لذا ساختار دهنده است و از سویی میانجی بین تجارب گذشته و محرک‌های کنونی است، لذا ساختارمند نیز است. (استونز، 1379، ص 334).

عادت‌واره در واقع، "نظامی از روابط دوار که به کنش‌ها و ساختارها وحدت می‌بخشند. ساختارهای عینی متمایل به تولید نظم ذهنی ساخت یافته‌ای هستند که کنش‌های

ساخت مند را تولید می نمایند و در عوض این کنش ها نیز متمایل به باز تولید ساختار عینی اند" (swartz,1997,p.103).

از نظر بوردیو مفهوم عادت واره را به نوعی می توان ساخت های اجتماعی ذهنی شده دانست که بدو از راه تجارب نخستین فرد به ذهن او منتقل شده و شکل می گیرد (نهادهای نخستین). سپس، تجربیات بزرگسالی (نهاد های ثانوی) بدان اضافه می گردد. به این ترتیب ساختارهای اجتماعی در ذهن فرد و در وجود وی از طریق درونی ساختن عناصر بیرونی حک می شوند و به صورت "عادت واره" (اجتماعی) فرد در می آید. (توسلی، 1383، ص 27).

این تعریف، قرابت بسیاری با تعریف نوبرت الیاس دارد که می گوید: "عادت واره، نظامی از گرایش ها و تمایلات پایدار مستمر و قابل انتقال است" و به آن دسته از تمایلات، آمادگی ها، ظرفیت ادراک، احساس، اعمال و اندیشه های فرد اشاره دارد که هر چند اجتماعی است؛ اما طبیعی می نماید و در وجود او تثبیت شده است. (پات نام، 1384، ص 141).

قدرت عادت واره ناشی از نبود تفکر در عادت و عادت کردن است، نه از قواعد و اصولی که آگاهانه آموخته می شود. عملکردهایی که توانش اجتماعی دارند به صورت نوعی روال متداول و بدون ارجاع صریح به پیکره ای از معرفت مدرن، و بدون کنش گرانی که ناگزیر بدانند چه می کنند، انجام می گیرد. (جنکینز، 1384، ص 123).

به این ترتیب بوردیو ساختارهای اجتماعی عینی را در تجربه ذهنی عاملان تئوریزه می کند، چرا که به اصطلاح میدان اجتماعی عینی الزاماتی را بر عضویت مشارکت کنندگان در میدان قرار می دهد. از این رو جذب ساختارهای اجتماعی عینی در مجموعه ای شناختی و حالت های مربوط به بدن باعث می شود ساختارهای ذهنی کنش گر، با ساختارهای عینی و الزامات میدان مطابقت کند و رابطه ای دو سویه بین عین و ذهن شکل گیرد (www.fakouhi.com).

مفهوم عادت واره از آنجا که متضمن یک تئوری زبانی کاربردی به جای تئوری سیستم زبانی است، بسیار با اهمیت است. در واقع بوردیو با طرح این مفهوم به توانایی گویندگان زبان اشاره دارد و همچنین پیش بینی ایشان از مقبول واقع شدن و سود بردن از سخنانشان؛ یعنی افراد بنا بر منطق عادت واره از کلامی استفاده می کنند که مورد قبول در میدان واقع شود. فرد متبخر همیشه تابع تأیید رسمی بازار زبانی است. این موقعیت ها همچون یک سیستم تقویت کننده مثبت و منفی عمل می کنند که تمایل های پایداری برای فرد حاصل می کند که اساس ادراک و تأیید های بازار زبانی و در نتیجه استراتژی های ابزار بیان افراد است. عادت واره گفتمانی است که با یک موقعیت، یک بازار و یک میدان، سازگار شده است. عادت واره دانشی الگووار است، زیرا شیوه ها و قواعد ارزیابی مقبولیت کلام را به وجود می آورد و در نهایت تمامی ویژگی های جماعت را در بر می گیرد. (www.pishgo.wordpress.com).

نتیجه‌گیری :

نوآوری بوردیو در تلفیق مفاهیم بنیادی اقتصاد سیاسی کلاسیک با پیش‌فرض‌های اساسی پسا‌ساختارگرایی ابزارهای نوین تحلیل امور از منظر جامعه‌شناسی سیاسی را در اختیار می‌نهد: وی با بسط مفهوم "سرمایه" حوزه‌های نفوذ متنوعی را برای آن در نظر می‌گیرد، زیرا سرمایه امکان تغییر شکل و کارکرد از وجوه صرفاً اقتصادی به صورت فرهنگی و اجتماعی را در میدان‌های مختلف دارا می‌باشد. افراد با سطوح متفاوت سرمایه در میدان حضور می‌یابند و با تولید محصولات نمادین و بهره‌گیری از آن‌ها به رقابت با یکدیگر برای کسب سرمایه بیشتر می‌پردازند. افراد و گروه‌هایی که توانایی تبدیل وجوه مادی سرمایه را به حالت معنایی و بهره‌گیری از سرمایه به شکل نمادها و معناها را دارند موقعیت بالا دستی در میدان می‌یابند.

منابع فارسی :

- استونز، راب، (1379)، متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه مهرداد میر دامادی، تهران نشر مرکز.
- بوردیو، پیر، (1384)، طرحی از یک نظریه‌کنش، ترجمه مرتضی مردیها، تهران انتشارات نقش و نگار.
- پات نام، رابرت (1384)، سرمایه اجتماعی: اعتماد دموکراسی و توسعه، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.
- توسلی، غلامعباس، (1383)، "تحلیلی از اندیشه‌ی بوردیو"، نامه علوم اجتماعی، سال یازدهم، شماره 23.
- جنکینز، ریچارد، (1384)، پیر بوردیو، ترجمه لیلیا جو افشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- سپهوند، محمد حسین، درباره زندگی و آثار پیر بوردیو، سایت ناصر فکوهی www.fakouhi.com.bordieu.node27
- سوارتز، دیوید، (1381)، "اقتصاد سیاسی قدرت نمادین"، ترجمه صالحی شفیعه، "فصلنامه اقتصاد سیاسی"، سال اول، شماره 3.
- شویره، کریستین و فونتن، اولویه، (1385)، واژگان بوردیو، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: نشر نی.
- لش، اسکات، (1383)، جامعه‌شناسی پست مدرنیسم، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر مرکز.
- فاین، بن، (1385)، سرمایه اجتماعی و نظریه اجتماعی، ترجمه محمد کمال سروریان، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- فکوهی، ناصر، (1384)، تاریخ نظریه‌های انسان‌شناسی، تهران: نشر نی.
- فضای اجتماعی و میدان قدرت، ترجمه سینا کلهر، سایت خانه جامعه‌شناسی ایران.

www.sociologyofiran.ir.pierrebourdieu.node231.htm

- نایدچی ، مهرعلی ، ساختمان ذهنی و زمینه از دیدگاه بوردیو ، روزنامه همشهری ، 1387/6/5.

- دو تلقی از سرمایه اجتماعی:

www.rozanneh.com/Digarar/Adambarfi/Bourdieu.htm

- گفتمان در اندیشه بوردیو ، خانه انسان شناسی ایران.

www.pishgo.wordpress.com/2008/2/2

منابع انگلیسی:

Dawid Svrtz(1997) , Power and Culture,Chicago ,The University of
-Chicago Press

- Pierre Bourdieu ,Intellectual Field and Creative project , in Knowledge
and Control , London:Collier –Mcmillan .