



## بازتاب سرمایه فرهنگی در آینه سازمان

حسن قرونه

Hassan.ghoronh@gmail.com

شوریه‌شکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

### چکیده

سرمایه بودن فرهنگ به معنای به رسمیت شناختن عناصر فرهنگی مانند ایده ها، آگاهی ها، ارزش ها و نماد های فرهنگی به عنوان دارایی های غیر مادی و دارایی های مادی فرهنگی زندگی جمعی و فردی است.

در این مقاله با تعریف سرمایه و فرهنگ، اشاره ای به انواع سرمایه در عرصه سازمانی می شود و با تکیه بر تئوری سرمایه فرهنگی بوردیو با تعریف و تبیین مهمترین ابعاد آن، راهکارهای توسعه آن در رویکرد مدرن پیشنهاد می شود و در انتها تئوری سرمایه فرهنگی در رویکرد پست مدرن تبیین می شود.

در سال های گذشته نتایج تحقیقات بسیاری بر اهمیت فرهنگ سازمانی تاکید کرده اند. مدیران و محققان بر این باورند که فرهنگ سازمانی می تواند بر نگرش کارکنان، عملکرد و اثربخشی سازمان تاثیر بگذارد. برای مثال، جایگاه فرهنگ سازمانی شرکت (ياهو) را در نظر بگیرد، فرهنگ سازمانی در این شرکت به عنوان یک دارایی و سرمایه محسوب می شود، به طوری که این دارایی موجب شکل گیری و رشد آن گردید. (کریتنرو کینیک، ۱۳۸۴)

صاحب نظران در رشته های علمی مختلف مانند مدیریت و جامعه شناسی و... از فرهنگ به عنوان یک سرمایه و یا دارایی نام می برند و این نشان دهنده آن است که مفهوم سرمایه در جوامع و سازمان ها باید یکبار دیگر به حیات سازمانی و اجتماعی معرفی شود (شارع پورو خوش فر، ۱۳۸۱).

### سرمایه چیست ؟

سرمایه را در شکل اقتصادی آن به عنوان شاخص انباره در نظر می گیرند (نظری، ۱۳۸۳) که در حالت تجسم یافته آن، برای انباشت به زمان نیاز دارد. اما فقط با در نظر گرفتن رویکرد اقتصادی به سرمایه نمی توان ساختار و کارکردهای جهان اجتماعی را تبیین کرد؛ مگر اینکه مفهوم سرمایه در تمامی اشکال آن و نه صرفاً در شکل اقتصادی آن، به جهان معرفی شود (شارع پورو و خوش فر، ۱۳۸۱).

دربازنگری مفهوم سرمایه، سرمایه اقتصادی باید به عنوان بخشی از کل سرمایه موجود در سازمان و جامعه در نظر گرفته شود نه به معنای کل سرمایه.

عبارت اند از:

۱. سرمایه های طبیعی؛
  ۲. سرمایه های مادی و مالی؛
  ۳. سرمایه انسانی؛
  ۴. سرمایه اجتماعی؛
  ۵. سرمایه فرهنگی (Jacobs, 2007).
- که در اینجا به سه شکل بنیاد آن پرداخته می شود:

**الف: سرمایه اقتصادی :** که مستقیماً به پول تبدیل می شود و به صورت حق مالکیت نهادی محسوب می شود.



### سرمایه فرهنگی اشکال دانش، مهارت ها و آموزش است که یک شخص داراست و به وی موقعیت بالاتری در سازمان می بخشد



**ب: سرمایه فرهنگی :** که در شرایط خاصی قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و می تواند به صورت مدارک و مدارج تحصیلی آن را نهادینه کرد.

**ج: سرمایه اجتماعی:** که شامل تکالیف و الزامات اجتماعی یا پیوندهاست و می تواند تحت شرایط خاصی به سرمایه اقتصادی تبدیل شود (Lock lee, 2005).

سازمان ها نیز، دارای انواع سرمایه ها هستند:

- سرمایه اقتصادی در رابطه با منابع اقتصادی (نفدی و دارایی) یعنی ثروت، پول و دارایی.

- سرمایه اجتماعی که عبارت است از مجموعه منابع و ارزش ها که در داخل شبکه ای از روابط فردی و سازمانی موجود است و از آن نشئت می گیرد. به عبارت دیگر شبکه های ارتباطی به عنوان منبع ارزش آفرین (یا سرمایه) برای افراد یا سازمان ها محسوب می شود (lock lee, 2005).

- سرمایه فرهنگی اشکال دانش، مهارت ها و آموزش است که یک شخص داراست و به وی موقعیت بالاتری در سازمان می بخشد (Robins, 2000) و به مثابه دانشی (شناختی) است که افراد را قادر به تفسیر کدهای فرهنگی سازمانشان می کند. استافنبرگ

و ماس (۱۹۹۷)، ویژگی اصلی سرمایه فرهنگی را در هر محیط اجتماعی مهارت، آشنایی با رمزهای فرهنگی و اعمال طبقات مسلط می دانند (علاقمند، ۱۳۸۷).

### فرهنگ چیست؟

تا به حال تعاریفی زیادی از فرهنگ ارائه شده است.

عده ای از صاحب نظران، فرهنگ را به مثابه مجموعه ای از ارزش ها و هنجارهای مشترک می دانند، یا به عنوان ابزاری برای بیان جمعی می نگرند، فرهنگ را می توان مجموعه باورها، آگاهی ها، ارزش ها، هنجارها و نمادها و شیوه های بهره گیری از کالاهای فرهنگی دانست که در میان گروهی از افراد جامعه مشترک است و در زندگی روزمره نقش اساسی دارد و در طول زمان دارای تغییرات تدریجی است (تراسبی، ۱۳۸۲).

### سرمایه فرهنگی

سرمایه فرهنگی یک مفهوم جامعه شناختی دارد که از زمانی که برای اولین بار توسط پیر بوردیو به کار برده شد، شهرت گسترده ای پیدا کرده است.

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 اجتماعی شدن در فرد انباشته می شود (بوردیو، ۱۳۸۱).

سرمایه فرهنگی بازنمایی جمع نیروهای غیر اقتصادی مثل زمینه خانوادگی، طبقه اجتماعی، سرمایه گذاری های گوناگون و تعهدات نسبت به آموزش و منابع مختلف است که بر موفقیت تاثیر می گذارد (Hayes, 2000).

سرمایه فرهنگی مشتمل بر کفایت زبانی، فرهنگی و مهارت در فرهنگ طبقات بالاتر می باشد (Dumais, 2002).

سرمایه فرهنگی به عنوان یک دارایی تعریف می شود که مجسم کننده، ذخیره کننده یا تامین کننده ارزش فرهنگی علاوه بر هر گونه ارزش اقتصادی است که می تواند داشته باشد (تراسبی، ۱۳۸۲).

تعاریفی را که از سرمایه فرهنگی صورت گرفته را می توان در دو قالب مجزا تقسیم بندی کرد: اولین قالب، سرمایه

فرهنگی را حاصل عوامل بیرونی می‌داند و دومین قالب، تعاریفی است که بر افراد، تاکید دارند، اما این دو رویکرد دارای یک اشتراک کلیدی‌اند و آن این است که می‌توان میان سرمایه فرهنگی و دارایی‌های اقتصادی (معمولی) تمایز قایل شد؛ سرمایه فرهنگی هم ارزش فرهنگی می‌آفریند و هم ارزش اقتصادی، اما سرمایه (معمولی) فقط ارزش اقتصادی می‌آفریند.

ولی وقتی به کاربرد آکادمیک این واژه توجه می‌کنیم، در می‌یابیم که با درجات بیشتر یا کمتر از دقت، درگفتمان‌های متفاوتی به کار گرفته شده است، اما تثبیت شده‌ترین کاربرد آن در حوزه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی متأثر از کار پیر بوردیو است که از نگاه دوم به سرمایه فرهنگی، نشئت گرفته است و عقیده دارد که افراد در صورتی که در فرهنگ والا قابلیت‌هایی کسب کرده باشند، دارای سرمایه فرهنگی هستند.

از نظر بوردیو، تمام افراد بشرکنشگر هستند؛ چه آنهایی که آگاهانه عملی را انجام می‌دهند و چه آنهایی که ناخودآگاه پذیرای سلطه‌اند. به عبارت دیگر افراد فعال و منفعل کنشگرند و کنش عملی است که در یک میدان رخ می‌دهد و هر میدان عرصه‌ای است که در آن نیروهای بالقوه و بالفعل با یکدیگر وارد تبادل می‌شوند که مثالی از این میدان‌ها سازمان و جامعه هستند. پس برای درک معنی عمل باید معنی میدان را درک کرد که خود حاصل تبادل میان نیروهاست. به عقیده بوردیو در هر میدان، بازیگران یا گروه‌های اجتماعی انواع سرمایه را رد و بدل می‌کنند که شامل سرمایه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی است. در واقع بوردیو فضای اجتماعی را به جای طبقه مطرح می‌کند و به مفهوم مارکسی طبقه معتقد نیست از نظر او، فضای اجتماعی هم یک حوزه قدرت است و اراده خود را بر عاملان اجتماعی که در آن هستند تحمیل می‌کند و هم یک منازعه است که عاملان در درون آن به رویارویی مشغولند (بوردیو، ۱۳۸۱).

بوردیو از فضاها و میدان‌ها و عرصه‌های مختلفی مانند عرصه زیبایی‌شناسی، حقوقی، سیاسی، فرهنگی و مذهبی نام می‌برد. از نظر بوردیو، جایگاه



### سازمان‌ها می‌توانند با برنامه ریزی صحیح، موجودی سرمایه فرهنگی سازمان خود را افزایش بدهند



افراد و گروه‌ها در فضای اجتماعی به وسیله میزان سرمایه فرهنگی و اقتصادی آنها و ترکیب این دو سرمایه و مدت زمان تصاحب آنها مشخص می‌شود. از نظر وی در جوامع امروزی، سرمایه فرهنگی یکی از مهم‌ترین شاخص‌های احترام و قدرت و ثروت طبقات ممتاز است. اقتدار طبقه جدید بر سرمایه جدید، یعنی سرمایه فرهنگی، متکی است (بوردیو، ۱۳۸۱).

#### انواع سرمایه فرهنگی

در تقسیم‌بندی که تاکید بر رویکرد محیطی از تعریف سرمایه فرهنگی است، سرمایه فرهنگی به دو صورت وجود دارد: اول نوع ملموس آن است، یعنی به شکل بناها، محل‌ها، مکان‌ها، آثار هنری و مصنوعات و نظایر آنها و نوع دوم، ناملموس است یعنی به شکل ایده‌ها، اعمال، عقاید و ارزش‌هایی که در یک گروه مشترک است، برای مثال ادبیات یک کشور.

سرمایه فرهنگی می‌تواند به سه صورت تجلی یابد:

۱. **حالت تجسیدی:** این نوع سرمایه به بدن و ذهن فرد پیوسته و به تلاش‌ها و سرمایه‌گذاری شخصی فرد وابسته است و به وسیله خود فرد به دست می‌آید. آن کسی که برای بهبود خود فعالیت می‌کند،

آن را به دست می‌آورد. صرف کردن زمان برای کسب علم، تلاش برای کسب سرمایه تجسیدی است. این نوع سرمایه، پیوسته و همراه فرد است و جزء عادت‌واره‌های او شده است و بر خلاف پول و دارایی‌های حقوقی دیگر، از طریق بخشش یا وراثت، خرید یا مبادله به دیگری انتقال نمی‌یابد. این نوع سرمایه نمی‌تواند جدای از فرد در اختیار دیگران قرار گیرد. اقدامات تربیتی جامعه و طبقه فرد، در اکتساب آن نقشی اساسی دارند. پیوسته و همراه کنشگر است و به همراه او می‌میرد. در واقع حالت تجسیدی سرمایه فرهنگی، مجموعه توانایی‌ها و دانایی‌های ذهنی و مهارت‌های عملی و تجربی و رفتاری است که در شیوه سخن گفتن، باورها و ارزش‌ها و نگرش‌های خاص فرد تجلی پیدا می‌کند. بوردیو سرمایه فرهنگی تجسیدی را حق استفاده دائمی فرد از ذهن و جسم خود می‌داند (تراسبی، ۱۳۸۲).

۲. **حالت عینیت یافته:** اشیای مادی، کالاهای فرهنگی و رسانه‌ای مانند نوشته‌ها، کتاب‌ها، نقاشی‌ها و ابزارهای موسیقی، جزء سرمایه فرهنگی عینیت یافته هستند. بهره‌گیری از سرمایه فرهنگی عینیت یافته، وابسته به سرمایه فرهنگی تجسیدی فرد است. برای اندازه‌گیری این نوع سرمایه فرهنگی، می‌توان مجموع دارایی‌ها و موجودی کالاهای فرهنگی مورد استفاده فرد مانند تعداد و نوع کتاب‌ها، مجلات، تابلوهای نقاشی، دوربین عکاسی و فیلم‌برداری، واکمن، انواع نوارهای صوتی و تصویری و کامپیوتر را در نظر گرفت که میل به مصرف کالای فرهنگی را در او می‌سنجند.

۳. **حالت نهادینه شده:** عینیت بخشیدن به سرمایه فرهنگی، از طریق مدارک دانشگاهی و تحصیلی است و خارج از دارایی‌های مادی و عینی فرهنگی و سرمایه تجسیدی و بیولوژیکی واقعیت پیدا می‌کند. این کار از طریق کسب عناوین تحصیلی که به صورت قانون و نهادی تایید شده است، حاصل می‌شود. این مدارک مستقل از صاحبانش دارای اعتبارند و می‌توان افراد را از نظر این نوع مدارک، باهم مقایسه کرد، حتی می‌توان نرخ تبدیل این نوع سرمایه فرهنگی را به سرمایه اقتصادی بر حسب

ارزش پولی برآورد کرد. استراتژی تغییر و تبدیل این نوع سرمایه فرهنگی به سرمایه اقتصادی، وابسته به کمپایی آن است. برای اندازه‌گیری این نوع سرمایه فرهنگی، می‌توان مدارک تحصیلی، مدارک فنی و حرفه‌ای، انواع گواهی‌نامه‌های فرهنگی و هنری از انجمن‌های رسمی مانند خوشنویسان، موسیقی، هنرهای نمایشی و ... را در نظر گرفت (پور زارعیان، ۱۳۸۷).

تعداد دیگری از تحقیقات، چارچوب بوردیو را توسعه داده‌اند. دامایس (۲۰۰۲) متغییر جنسیت را در سرمایه فرهنگی برای افزایش موفقیت معرفی کرده است و امیسون و فراوز (۱۹۹۸) بر شناسایی توان تکنولوژی اطلاعات به عنوان شکلی از سرمایه فرهنگی توجه دارند (Emnison and Frow, 1998).

### توسعه سرمایه فرهنگی

اصولا انباشت هر سرمایه احتیاج به زمان دارد و سازمان‌ها برای انباشت سرمایه فرهنگی نباید زمان را از دست بدهند. سازمان‌ها می‌توانند با برنامه ریزی صحیح، موجودی سرمایه فرهنگی سازمان خود را افزایش بدهند. این برنامه ریزی، محصول تعامل اقدامات نرم و سخت جهت افزایش سرمایه فرهنگی است.

#### ۱. اقدامات نرم:

۱-۱. تغییر نگرش و دانش مدیران و کارکنان درباره سرمایه فرهنگی و ابعاد آن؛  
۱-۲. استفاده از تئوری تحدید سیستم‌ها درباره سرمایه‌های سازمانی.

#### ۲. اقدامات سخت:

۱-۲. استخدام و گزینش کارکنان با سرمایه فرهنگی بالا؛  
۲-۲. حمایت سازمانی از مصرف کالاهای فرهنگی.

### اقدامات نرم

۱. بسیاری از مدیران و کارکنان در سازمان به ابعاد اقتصادی و فیزیکی سازمان توجه دارند و شناخت و آگاهی کافی نسبت به کارکردهای سازمانی ندارند؛ بویژه در مورد سرمایه فرهنگی و قابلیت ایجاد ارزش افزوده اقتصادی و اجتماعی به وسیله این سرمایه.

۲. همان‌طور که بیان شد، نگاه به سرمایه

را برگزار کنند که اولین اقدام، سبب ارتقای بعد عینی سرمایه فرهنگی و دومین سبب ارتقای بعد نهادی سرمایه فرهنگی می‌شود.



### نگاه برخی سازمان‌ها به مقوله سرمایه، صرفاً اقتصادی و مادی است و شکل‌های جدید و مهم سرمایه از جمله سرمایه فرهنگی را نادیده می‌گیرند



**سرمایه فرهنگی در نگرش پست مدرن**  
نگاه پاره پارگی که تجلی دیدگاه پست مدرن از فرهنگ است، نه در پی سازگاری و هم‌شکلی است و نه در پی ثبات. به گفته مارتین نگاه پاره پارگی می‌تواند به عنوان انتقاد پست مدرن نسبت به نگاه تفکیک محسوب می‌شود. در نگاه تفکیک، تفاوت‌های بنیادی در درون یک سیستم سلسله مراتبی تثبیت شده که با ابعاد مقایسه‌ای مرتبط با گروه غالب آغاز می‌گردد، ارزیابی می‌شود. اما در دیدگاه پاره پارگی، فرهنگ، یکپارچه محسوب نمی‌شود و همیشه در حال تغییر است و بدین ترتیب نابرابری و سلطه فرهنگی نفی می‌شود (هچ، ۱۳۸۵).

در ادامه به کارکردهای سرمایه فرهنگی در دوران پست مدرن اشاره می‌شود:

#### ۱. افشای نابرابری:

مفهوم سرمایه فرهنگی بوردیو و تاکید آشکارش بر ارزش‌های اجتماعی، مهارت‌ها، خصلت‌ها و عادت‌واره‌های فرهنگی، صرف نظر از تغییری که پیدا کرده است، بدون شک در آینده نقش مهمی در نظریه‌های نابرابری در جامعه شناسی فرهنگ و فرهنگ سازمانی ایفا خواهد کرد (Weininger & Lareau 2006).  
در جامعه و سازمان، طبقات براساس حجم کلی سرمایه‌هایی (اقتصادی و فرهنگی) که در اختیار دارند، از هم متمایز می‌شوند. در درون طبقات نیز، خرده طبقات بر اساس سرمایه‌های که در اختیار دارند، از هم متمایز می‌شوند.

به طور کلی در نظام توزیعی سرمایه فرهنگی در سازمان و جوامع، نوعی نابرابری محسوس که بعضاً با وضعیت طبقاتی افراد نیز همپوشی دارد، قابل تشخیص است که در این موقعیت‌ها شایسته‌ها بدون پشتوانه اجتماعی، موفقیتی نخواهند داشت که این، منجر به تأیید نابرابری موقعیت می‌شود و نتیجه آن قدرت گرفتن دارندگان سرمایه فرهنگی در ساختار جامعه است که با

سازمانی، معطوف به سرمایه اقتصادی است که این نگاه نه تنها واقع بینانه نیست، بلکه سبب می‌شود که مدیران و کارکنان سازمان از پتانسیل و ظرفیت‌های بالقوه برای ایجاد مزیت رقابتی غفلت ورزند. تئوری تحدید، باعث می‌شود که ما نگاه واقع بینانه‌ای به انواع سرمایه‌های موجود در سازمان داشته باشیم که براساس آن، سرمایه اقتصادی تنها بخشی از کل سرمایه است نه تمام سرمایه.

#### اقدامات سخت

۱. مدیران و سرپرستان علاوه بر ویژگی‌های شغلی از شرح وظایف مشاغل برای انتخاب کارکنان مجرب استفاده می‌کنند در گذشته ویژگی‌های شغلی، اساس کارگزینش را تشکیل می‌داد، اما امروز توجه ویژه‌ای به سرمایه‌ها و شایستگی‌هایی می‌شود که کارکنان می‌توانند همراه خود به سازمان بیاورند. مدیران می‌توانند با بهره‌گیری از ابعاد سرمایه فرهنگی متقاضیانی را به استخدام در آورند که از لحاظ این متغیر در سطح بالایی قرار دارند.

۲. مدیران می‌توانند با اقدامات حمایتی که سازمان انجام می‌دهد، مثل ایجاد کتابخانه، سخنرانی و همایش، کارکنان را به مصرف کالاهای فرهنگی ترغیب کنند و یا دوره‌های آموزشی و بهسازی ضمن خدمت

گذشت زمان باز تولید می شود و منجر به نابرابری اجتماعی و اقتصادی خواهد شد (Devine-Eller, 2005). دارندگان منابع ارزشمند فرهنگی و مهارتی، همانند دارندگان سرمایه اقتصادی، می توانند بخشی از ساختار قدرت در جامعه و در سازمان ها را به خود اختصاص دهند.

همانطور که بورديو به این امر توجه دارد که گروه های اجتماعی همانند تفاوت در سرمایه مادی، در سرمایه ها و داشته های فرهنگی نیز با هم متفاوت اند، و این تفاوت، طی نسل ها ایجاد و باز تولید می شود و سلسله مراتب تفاوت ها، نشانگر نابرابری های فرهنگی خواهد شد (Devine-Eller, 2005). در مسیر پیشرفت و دستیابی به موقعیت ها هم سرمایه اقتصادی و هم سرمایه فرهنگی لازم است و باز تولید نحوه توزیع سرمایه فرهنگی به باز تولید ساختار اجتماعی یا به عبارتی به تولید طبقات کمک می کند. کارکنان و مدیرانی که سرمایه فرهنگی بیشتری دارند، بهتر خود را با قواعد بازی حاکم بر سازمان سازگار می کنند و مهارت های سازگاری را در خود پرورش می دهند.

## ۲. افشای سلطه:

نظریه بورديو در مورد سرمایه فرهنگی که منجر به بازتولید فرهنگ طبقه مسلط می شود، در ردیف نئومارکسیست قرار دارد. ساخت گرایي مارکسیستی آلتوسر در اندیشه او تاثیر داشته است، اما در همان حال سه جریان عمده دورکیمی، وبری و مارکسی خمیرمایه اندیشه ساخت گرایانه او را تشکیل می دهند که در آثار او منعکس شده است (توسلی، ۱۳۸۳) که اشاره بر این امر دارد که چون طبقات مسلط دارای امکانات مادی بیشتری هستند، می توانند ذائقه خود را رواج دهند. به بیان بورديو، هر آنچه جزء علائق خاص طبقه مسلط است، به عنوان معیار سنجش سرمایه فرهنگی در جامعه و سازمان رواج می یابد.

از نظر بورديو طبقه حاکم با انتقال سرمایه فرهنگی خود به باز تولید سلطه خود ادامه می دهد. در این راستا طبقه حاکم به تدریج از اهمیت بیشتر سرمایه های فرهنگی نسبت به ثروت آگاه می شود و

۲. پورزارعیان، ناصر ۱۳۸۷ سرمایه فرهنگی و عوامل موثر بر شکل گیری آن،

۳. تراسی، دیوید (۱۳۸۲) اقتصاد و فرهنگ، ترجمه: کاظم فرهادی، تهران، نشر نی.

۴. توسلی، غلامعباس (۱۳۸۳)، تحلیلی از اندیشه پیر بورديو درباره فضای منازعه آمیز اجتماعی و نقش جامعه شناسی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۳، خرداد ۱۳۸۳، صص ۲۵-۱.

۵. هج، ماری جو (۱۳۸۵)، تئوری های سازمان و مدیریت، ترجمه: حسن دانایی فرد، تهران، انتشارات افکار.

۶. شارع پور، محمود (۱۳۷۷) تئوری های بازتولید اجتماعی و فرهنگی در آموزش و پرورش، فصلنامه فرهنگ عمومی، شماره ۱۷-۱۶، صص ۵۲-۴۱.

۷. شارع پور، محمود و خوش فر، غلامرضا (۱۳۸۱) رابطه سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی جوانان، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، پاییز و زمستان ۱۳۸۱، صص ۱۴۷-۱۳۳.

۸. علاقمند، مهدی (۱۳۸۷) در آمدی بر سرمایه فرهنگی، فصل نو، شماره ۵، صص ۱۰-۱۵.

۹. کریتنر، رابرت و کینیکی، آنجلو (۱۳۸۴) مدیریت رفتار سازمانی (مفاهیم، مهارت ها و کاربرد ها)، ترجمه: علی اکبر فرهنگی و حسین صفرزاده، تهران، نشر پیام پویا.

۱۰. مدنی، سید امیر حسین (۱۳۸۵) وبلاگ دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت فرهنگی ورودی، [www.farhaanghane.parsiblog.com](http://www.farhaanghane.parsiblog.com)

11. Devine-Eller, A (2005) "Rethinking Bourdieu on Race: a Critical Review of Cultural Capital and Habitués in the Sociology of Education Qualitative Literature", Rutgers University.

12. Dumais, S., (2002) Cultural Capital, Gender, and School Success: the Role of habitus, Sociology of Education, v.75, i.1, pp.44-68

13. Emmison, M., & Frow, J., (1998) "Information Technology as Cultural Capital, Australian Universities Review", Issue 1/1998, p.41-45

14. Jacobs, C (2007), Community Capitals: Cultural Capital, Community Leadership Development Extension Associate.

15. Hayes, E. (2000) The Forms of Capital, <http://webcache.googleusercontent.com>.

16. Lock Lee (2005) Schemes and Tools for Social Capital Measurement as a Proxy for Intellectual Capital Measures, Elsevier Butterworth Heinemann, pp.123-130.

17. Robbins, D. (2000) Pierre Bourdieu, Sage Publications, London, pp.144-153.

18. Weininger, Elliot B & Lareau, Annette (2006) Cultural Capital, University of Maryland, College Park.

## برخی بر این باورند که سرمایه فرهنگی باعث تعالی طبقاتی می شود و برخی دیگر بر این باورند که برتری طبقاتی باعث سلطه سرمایه فرهنگی این طبقه بر دیگران می شود

برای حفظ و تداوم حاکمیت خود، در فکر انتقال سرمایه فرهنگی و باز تولید سلطه از این طریق می افتد (شارع پور، ۱۳۷۷). از این رو، طبقات مسلط را می توان به جای بورژوازی اقتصادی، بورژوازی فرهنگی نامید (Devine-Eller, 2005) که با توسعه این معیارها به عنوان شایستگی های فرهنگی تسلط خود را تثبیت می کنند.

## نتیجه گیری

سرمایه فرهنگی در سازمان مجموعه دارایی های مادی، غیرمادی و نهادینه شده است که به شکل فردی و جمعی وجود دارد و افراد می توانند به وسیله آن جهان خود را تفسیر و به زندگی خود معنا بخشند. بورديو با طرح کردن ایده میدان کنش برای تجلی انواع سرمایه ها و مطرح کردن سرمایه فرهنگی، ابعاد آن را در سطح فرد تبیین کرد. دیگر صاحب نظران به تبیین و توسعه این مفهوم در مباحث سازمانی پرداختند و متغیری مفید برای پیش بینی رفتار افراد یا عملکرد سازمان دانستند. □

## منابع

۱. بورديو، پیر (۱۳۸۱) نظریه کنش، دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه: مرتضی مردیها، تهران، انتشارات نقش ونگار.