جامعه‌شناسی کاربردی
سال سی‌ام، شماره پیاپی (۷۳)، شماره اول، بهار ۱۳۹۸
تاریخ دریافت:۱۳۹۶/۹/۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/٤/۲۳
صص ۱-۲۰

تبیین و تحلیل رابطهٔ میدان دانشگاه و سلیقهٔ مشروع تماشاگران تئاتر تهران

فرزان سجودی، *دانشیار گروه نمایش، دانشگاه هنر تهران، ایران* *
میثاق نعمت‌گرگانی، *دانشجوی دکترای پژوهش هنر، دانشگاه هنر اصفهان، ایران*

چکیده

افزایش چشمگیر تعداد سالن‌های نمایش در طی دههٔ اخیر موجب ایجاد تغییرات بنیادی در فرایند تولید و مصرف تئاتر در شهر تهران شده است. دگرگونی‌هایی که بر عاملان مختلف، از گروه‌های تولیدی و سالن‌داران گرفته تا تماشاگران، تأثیر گذاشته است. پژوهش حاضر با استفاده از مفاهیم نظری جامعه‌شناسی بوردیو و با درنظرگرفتن اهمیت میدان دانشگاه در شکل‌گیری سرمایهٔ فرهنگی و تثبیت سلیقهٔ مشروع، علل و معانی این تغییرات را بررسی کرده است. در این زمینه چگونگی تعامل عادت‌واره‌ها و سرمایه‌های تماشاگران میدان تئاتر خصوصی با عاملان میدان دانشگاه و مبارزات و راهبردهای هر یک در میدان‌های تئاتر تحلیل شده‌اند تا زمینهٔ تحلیل و طبقه‌بندی کنش‌ها و انتخاب‌های آنان (تماشاگران) فراهم شود؛ بنابراین، بر مبنای چارچوب روش‌شناختی پی‌یر بوردیو و با تحلیل علت‌کاوانه و معنی‌کاوانهٔ آن دسته از داده‌های تجربی که از دو طریق کیفی (مصاحبهٔ نیمه‌ساخت‌یافته و مشاهده) و کمی (پرسش‌نامهٔ ترکیبی) در میدان تئاتر و دانشگاه گردآوری شده‌اند، تفاوت‌های قریحهٔ پرورش‌یافته بین گروه‌های استادان، دانشجویان و تماشاگران تئاتر و حوزه‌های به‌کاربردن این داده‌ها در میدان تئاتر مشروع بررسی شده‌اند. در پایان این نتیجه حاصل شده است که میزان اثرگذاری سرمایهٔ فرهنگی در مبارزات میدان تئاتر مشروع به‌مرور کمتر شده است و سرمایهٔ اقتصادی و حضور گسترده‌تر مخاطب، نقش کلیدی‌تری در منطق تولید و مصرف میدان تئاتر مشروع ایفا کرده است؛ به‌عبارتی، این تماشاگران تازه‌وارد به مرکز قدرت در میدان تئاتر تبدیل شده‌اند و سلیقهٔ (سرمایهٔ فرهنگی و عادت‌واره‌های) آنان سبب شده است نظام ادراک و طبقه‌بندی خود را به میدان تئاتر تحمیل کنند. این تماشاگران تازه‌وارد در کنار رشد پرشتاب تعداد سالن‌های نمایشی که همگی به‌ناچار خود را با قاعدهٔ اقتصاد بازار تئاتر منطبق می‌کنند، سبب تمایززدایی بیش از پیش از هویت مکان‌های تئاتری و نوع اجراهای آنها شده‌اند.

واژه‌های کلیدی: تماشاگران تئاتر، سلیقهٔ مشروع، نظریهٔ میدان، پی‌یر بوردیو

* نویسنده مسؤول: ۰۹۳٦۲۸۰۲۰۸۹ Email: fsojoodi@gmail.com

Copyright©2019, University of Isfahan. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (http://creativecommons.org/licenses/BY-NC-ND/4.0), which permits others to download this work and share it with others as long as they credit it, but they can change it in any way or use it commercially.

مقدمه و بیان مسأله

اهمیت مخاطب: تفسیرگر و مصرف‌کننده

تئاتر از معدود هنرهایی است که در آن تماشاگر ازلحاظ جایگاه موضوعی و اجرایی جزء تعریف هنر است. گروتفسکی دربارهٔ اهمیت نقش تماشاگر در تئاتر می‌گوید: «حداقل یک نظاره‌گر لازم است تا تئاتر را تبدیل به یک اجرا کند» (Grotowski, 1968: 32)؛ به‌عبارتی، حوزهٔ عمل تماشاگر دامنهٔ گسترده‌ای از عمل سادهٔ خریدن بلیط تا رمزگشایی و تفسیر متن اجرایی را شامل می‌شود. سوزان بنت در این زمینه می‌نویسد: «هر مسیر تازه‌ای در شکل‌گیری اهداف و تکنیک نمایشامه‌نویسی و اجرای مدرن، دقیقاً متکی بر تماشاگر است» (بنت، ۱۳۸٦: ۲۲).

نقش مخاطب در تئاتر ازنظر کارکردش به‌منزلهٔ یک تفسیرگر و نیز ازلحاظ زاویهٔ مصرف مهم است؛ زیرا در جوامع امروزی مبانی و عوامل شکل‌گیری هویت اجتماعی افراد، به‌طور عمده از دو منظر متفاوت تحلیل می‌شوند. در رویکرد اول و قدیمی‌تر، فعالیت تولیدی و جایگاه فرد در نظام تولید، شالودهٔ هویت اجتماعی اوست و در رویکرد دوم و جدیدتر، رفتارهای مصرفی فرد مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی او محسوب می‌شوند. رویکرد اول در مفهوم «طبقهٔ اجتماعی» و رویکرد دوم در مفهوم «سبک زندگی» فرمول‌بندی می‌شوند (ابازری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۵). مصرف، بر درک و شیوهٔ ارزش‌گذاری کالاهای مصرفی مبتنی است؛ بدین سبب امری انتخابی است که از نگرش‌ها، ارزش‌ها و ذوق‌ها برمی‌خیزد و نماد ویژگی‌هایی است که فرد با آنها قضاوت می‌شود.

تغییرات وسیع ایجادشده در میدان تئاتر شهر تهران دراثر تلاش برای استقلال مالی تئاتر از دولت و درآمدزایی آن، سبب ایجاد سالن‌های نمایش خصوصی بسیاری در سال‌های اخیر شده است. سیاست‌گذاری‌های این سالن‌های نمایشی جدید و تلاش گروه‌های اجرایی برای وفق‌دادن خود با وجوه تجاری جدید میدان تئاتر و همچنین حضور تماشاگران تازه‌وارد در این میدان سبب جبهه‌گیری‌ها و اظهارنظرهای مختلفی ازسوی عاملان مختلف میدان تئاتر (گروه‌های تولید، دانشگاهیان و سالن‌دارها) شده است. برخلاف انتظار، این ظرفیت نمایشی جدید و مخاطبان تازه‌وارد، موجب خشنودی شمار زیادی از عاملان میدان تئاتر نشده است؛ بلکه مخالفت بسیاری از آنان را نیز در پی داشته است. تا جایی که شمار زیادی از استادان تئاتر دانشگاه از رشد قارچی شبه‌سالن‌های خصوصی تئاتر بیمناک‌اند و معتقدند به‌واسطهٔ این تئاترهای خصوصی گرفتار نوعی تئاتر بورژوایی شده‌ایم (عظیمی، ۱۳۹٤). مجموعهٔ این تغییرات و مرزبندی‌ها و جبهه‌گیری‌های ناشی از آنها، لزوم مطالعهٔ جامعه‌شناختی دربارهٔ چگونگی و چرایی حضور تماشاگران در سالن‌های تئاتر و نحوهٔ تفسیر و استفادهٔ آنان از تئاتر را پررنگ‌تر از قبل می‌کند. همچنین تبیین و تحلیل رابطهٔ سلیقهٔ این تماشاگران با میدان دانشگاه اهمیتی دوچندان می‌یابد؛ زیرا دانشگاه نهادی است که نه محصولات فرهنگی بلکه مصرف‌کنندگانی برای هنر تولید می‌کند که با محصولات فرهنگی سازگاری دارند.

پژوهش پیش رو برای تبیین و تحلیل این منازعات پیوسته و بی‌پایان بر سر مبانی هویت و سلسله‌مراتب در میدان تئاتر، از نظریهٔ میدان پی‌یر بوردیو استفاده می‌کند؛ بنابراین، بر صورت‌بندی بوردیو از مفهوم سلیقه و کارکرد آن در ایجاد تمایز و تشخص تمرکز می‌کند که هم موجب طبقه‌بندی می‌شود و هم خود فرد طبقه‌بندی‌کننده را طبقه‌بندی می‌کند؛ این پژوهش ابتدا معین می‌کند که چگونه تماشای تئاتر ممکن است به ابزاری برای نشان‌دادن تمایزهای اجتماعی تبدیل شود. بدین منظور این موضوع را تحلیل می‌کند که تماشاگر برای ورود به میدان تئاتر مشروع، چه عادت‌واره‌ها و سرمایه‌هایی را باید داشته باشد و در قبال حضور در این میدان و مصرف تئاتر، چه سرمایه‌ها و منفعت‌هایی را باید کسب کند.

یکی از باورهای رایج دربارهٔ تماشاگران میدان تئاتر تهران، محدودماندن آنها به قشر نخبه و دانشگاهی جامعه است. ازسوی دیگر از منظر بوردیو استعدادهای لازم برای تولید و مصرف هنر بیشتر از اینکه خدادادی باشند، محصول آن دسته

از سرمایه‌های فرهنگی‌اند که ازطریق خانواده و به‌ویژه نظام آموزشی کسب شده‌اند؛ بنابراین، میدان دانشگاه یکی از واسطه‌های بین میدان هنری تنگ دامنه[1] و میدان وسیع اجتماعی است؛ به عبارت دیگر، واسطهٔ بین میدان تولید و مصرف، نظام آموزشی است؛ زیرا برخلاف نهادهای هنر که به تولید محصولات فرهنگی کمک می‌کنند، نظام آموزشی نه محصولات فرهنگی بلکه مصرف‌کنندگانی برای هنر تولید می‌کند که با محصولات فرهنگی سازگاری دارند؛ یعنی نظام آموزشی سرشت و البته در این زمینه یک سرشت هنری تولید می‌کند (لش، ۱۳۸۸: ۳٤٥). بوردیو به‌طور آشکار در کتاب *انسان دانشگاهی* این امر را تبیین می‌کند که چگونه ساختار آموزش عالی، ساختار زمینهٔ قدرتی را که به آن دسترسی دارد، با منطق خاصی بازتولید می‌کند (بوردیو، ۱۳۹٦: ٤۷).

با وجود این مهم، تاکنون نسبت این دو میدان چندان بررسی نشده است. به‌ویژه در میدان تئاتر تهران که افزایش تعداد سالن‌های تئاتر به نوعی همزمان با برقراری برابری وسیع نهادهای آموزشی در کشور رخ داد. همچنین نکتهٔ مهم این است که عاملان مختلف میدان تئاتر در میدان تولید (بازیگر، کارگردان و...) و همچنین مالکان و مدیرهای سالن‌های نمایش، تحصیلات بالای دانشگاهی دارند؛ بنابراین، با توجه به اهمیت سرمایهٔ آموزشی، پژوهش پیش رو با تبیین و طبقه‌بندی عادت‌واره‌ها و سرمایه‌های میدان تئاتر مشروع و بررسی نسبت سرمایه‌ها و منفعت‌هایی که تماشاگران تازه‌وارد با سرمایه‌ها و منفعت‌های عاملان میدان دانشگاه دارند، سلیقهٔ آنان را صورت‌بندی و تحلیل می‌کند. مراد از تئاتر مشروع در این پژوهش، میدان و اجراهایی در تئاتر شهر تهران است که هنجارهای ادراک مختص به خود را به کل میدان تئاتر تحمیل و به‌منزلهٔ یگانه طرز ادراک مشروع تعریف می‌کردند؛ بنابریان، یکی دیگر از مبارزات جاری در میدان تئاتر، مبارزه بر سر تعریف میدان تئاتر مشروع و تعیین مرزهای آن ازسوی تماشاگران و دانشگاهیان است؛ زیرا مرزها در میدان در بیشتر موارد مبهم‌اند و دربارهٔ آنها بحث می‌شود. می‌توان گفت تعریف میدان تئاتر مشروع و تعیین مرزهای آن موضوع مبارزه بین دانشگاهیان، اهالی هنر و تماشاگران است؛ بنابراین، تحلیل و طبقه‌بندی این راهبردها و مبارزات عاملان مختلف نقشی کلیدی در فهم ماهیت و دگرگونی‌های میدان ایفا می‌کند و آگاهی از آن لازمهٔ هرگونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی چه ازسوی مدیران سالن‌های خصوصی و چه در سطح کلان مدیران فرهنگی در میدان تئاتر است.

در همین زمینه پژوهش پیش رو برای صورت‌بندی نسبت سلیقهٔ تماشاگران تئاتر شهر تهران و میدان دانشگاه با درنظرگرفتن شماری از مفاهیم مهجورماندهٔ بوردیو در حوزهٔ پژوهش‌های مصرف هنر در ایران، تأثیر شکل‌گیری سالن‌های نمایش خصوصی را بر رابطهٔ میدان تئاتر و دانشگاه و همچنین تغییر موقعیت عاملان را در میدان تئاتر شهر تهران بررسی می‌کند؛ بعضی از این مفاهیم عبارت‌اند از: میدان تنگ دامنهٔ تولید، میدان پهن دامنهٔ تولید، تازه‌واردهای میدان و توجه به زیرمیدان‌های متفاوت مرتبط با منافع مختلف و عادت‌واره‌های وحدت‌نیافته.

پیشینهٔ پژوهش

مخاطب در تئاتر، به‌دلیل ماهیت زندهٔ این اثر هنری، اهمیت بسیار زیادی دارد؛ زیرا تماشاگر یکی از ارکان اصلی هر نمایش است. اریک بنتلی تئاتر را در ساده‌ترین حد آن اینگونه تعریف می‌کند: «الف در نقش ب در حالی که ج آن را تماشا می‌کند» (به نقل از هولتن، ۱۳۹۲: ۲۱). برای تحلیل دقیق‌تر، پژوهش‌های انجام‌شده دربارهٔ تماشاگران تئاتر به دو دسته تقسیم می‌شوند: مطالعاتی که داخل ایران و خارج از آن انجام شده‌اند.

پژوهش‌های انجام‌شده در ایران

این پژوهش‌ها به سه گروه دسته‌بندی می‌شوند:

در دستهٔ اول، پژوهشگر در میدان مدنظر حضور عینی

[1] در میدان تنگ دامنه، محصولات برای سایر تولیدکنندگان تولید می‌شود؛ یعنی برای عاملان و نهادهای همان میدان.

نمی‌یابد. درنتیجه اطلاعات دست اول از چرایی و چگونگی رفتار تماشاگران در میدان تئاتر جمع‌آوری نمی‌شود و راهبردهای مصرف و تفسیر مخاطبان تدوین نمی‌شوند. در عوض تنها دربارهٔ انتخاب‌ها و کنش‌های آنان نظریه‌پردازی می‌شود؛ برای مثال سارا شریعتی در مقالهٔ «جامعه‌شناسی بی‌هنرها» (۱۳۸٦)، هیچ‌گونه استنادی به داده‌های تجربی نکرده است. این مقاله بنا بر آرای فرانسیس ژانسون، تماشاگران تئاتر تهران را به سه نوع مخاطب تفسیم‌بندی کرده است: ۱- اصحاب هنر (که همان مخاطبان آشنا و همیشگی هنرند)، ۲- مخاطبان بالقوه (که شرایط عینی دسترسی به فرهنگ را دارند)، ۳- غیرمخاطبان (که شرایط عینی و نمادین دسترسی به فرهنگ را ندارند). هرچند این طبقه‌بندی ممکن است در شناخت رفتار مخاطب مفید واقع شود، به‌دلیل وجودنداشتن داده‌های آماری امکان مراجعه به اطلاعات کسب‌شده از تماشاگران وجود ندارد. درنتیجه تنها قادر است براساس تعبیر بوردیو این حکم کلی را بیان کند که تئاتر عرصهٔ وارثان فرهنگی است.

در دستهٔ دوم، پژوهشگر تنها به ارائهٔ داده‌های کمی اکتفا می‌کند. برای نمونه در کتاب *تئاتر و مخاطب*؛ مجموعه مقالات سمینار پژوهشی به کوشش محمدعلی خبری (۱۳۸٦)، در پنج مقاله رابطهٔ تماشاگر و تئاتر از منظرهای مختلف جامعه‌شناختی تبیین و تحلیل شده است و به ترکیب آماری تماشاگران یک سالن و قیمت بلیت نمایش ازنظر آماری اکتفا شده است؛ تحلیل‌هایی که در آنها جامعه‌شناسی فرهنگی مخاطب با سرشماری آنها اشتباه گرفته می‌شود و موارد زیر در آنها مطرح نمی‌شوند: انگیزه‌هایی که مخاطبان را به سالن نمایش می‌کشانند، سرمایه‌های لازم برای حضور در این میدان و سرمایه‌ها و منفعت‌هایی که مخاطبان به کمک حضور و مبارزه در میدان به دست می‌آورند.

دستهٔ سوم، پژوهش‌هایی است که تقلیل جامعه‌شناسی بوردیو به سنجش سرمایهٔ فرهنگی و اقتصادی و ترسیم هرم سرمایهٔ فرهنگی - اقتصادی را بررسی می‌کنند. برای نمونه پژوهش «سنخ‌شناسی مخاطب‌های تئاتر در ایران» که راودراد (۱۳۹۲) در قالب طرح پژوهشی انجام داده است، با حجم نمونهٔ نسبتاً مناسبی، اطلاعات گسترده‌ای از ۲۸۱ تماشاگر در ۲۲ اجرا را جمع‌آوری کرده است و بنا بر دو سرمایهٔ اقتصادی و فرهنگی، انتخاب‌ها و سبک زندگی آنها را صورت‌بندی کرده است. او در پایان تنها نتیجه می‌گیرد که دربارهٔ سرمایهٔ اقتصادی، تماشاگران تئاتر بدنه-آزاد از تماشاگران تئاتر بدنه سرمایهٔ بیشتری دارند و تماشاگران تئاتر بدنه نیز میزان سرمایهٔ اقتصادی بیشتری نسبت به تماشاگران تئاتر آزاد دارند. دربارهٔ سرمایهٔ فرهنگی، به ترتیب تماشاگران تئاتر بدنه، تئاتر بدنه-آزاد و تئاتر آزاد قرار می‌گیرند. در این دسته از پژوهش‌ها کم‌توجهی به عادت‌واره به‌منزلهٔ مفهومی که به شیوهٔ مطالعهٔ ما جهت می‌دهد، نکات مهم را برجسته می کند و ابزاری برای تفکر دربارهٔ مسائل مذکور را فراهم می‌کند. همچنین مشخص‌نکردن میدان قدرت و طبقه‌بندی‌نکردن زیرمیدان‌ها، موجب می‌شود بینش همه‌جانبه‌نگر و تحلیل‌های علت‌کاوانه، معنی‌کاوانه و بازاندیشی مدنظر بوردیو در این پژوهش‌ها شکل نگیرد. درنتیجه جامعه‌شناسی انتقادی (نقد سلطه در اشکال کهنه و نو، فهم و افشای موارد ناپیدایی همچون بی‌طرفی دولت، بی‌طمعی دانشمندان، عینیت علم، معصومیت هنر) پی‌یر بوردیو به توصیفی سطحی و در بعضی موارد کلیشه‌ای از میدان تبدیل می‌شود؛ به‌عبارت دیگر، جامعه‌شناسی فرهنگ بوردیو از نظریهٔ سلطهٔ او تفکیک‌ناپذیر است.

این تقلیل‌دادن نظریه و روش جامعه‌شناختی بوردیو به دو مفهوم سرمایهٔ فرهنگی و اقتصادی در تعداد زیادی از پژوهش‌های انجام‌شده دربارهٔ مصرف هنر در ایران دیده می‌شود. برای مثال رفیعی‌امانی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطهٔ قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی؛ مطالعهٔ موردی: جوانان شهر تهران» داده‌هایی در زمینهٔ نوع مصرف فرهنگیِ (در سه حوزهٔ مستقل موسیقی، فیلم و کتاب) ٤۰۰ نفر از جوانان شهر تهران را با روش پیمایش و ابزار پرسش‌نامه جمع‌آوری کرده است. نتایج یافته‌های این پژوهش بدین شکل ارائه می‌شوند: ۱- بین سرمایهٔ اقتصادی و سرمایهٔ

فرهنگی و نوع مصرف فرهنگی جوانان رابطهٔ مثبت و معنادار وجود دارد. ۲- در مجموع و با توجه به نتایج تحلیل رگرسیون مشخص شد سرمایهٔ فرهنگی سهم مثبت و معناداری در شکل‌دهی به نوع مصرف فرهنگی دارد و به‌تنهایی ۳۰ درصد واریانس مصرف فرهنگی را تبیین می‌کند. چنین رویکردی در پژوهش سیلمانی (۱۳۹۰) با عنوان «بررسی الگوهای مصرف فرهنگی در میان جوانان تهرانی و عوامل مرتبط با آنها» نیز دیده می‌شود که در آن سبک زندگی به سرمایهٔ فرهنگی تقلیل می‌یابد، بدون آنکه دربارهٔ شیوهٔ اکتساب و کاربردهای آن تحلیلی ارائه شود.

در این پژوهش رابطهٔ میدان دانشگاه با سلیقهٔ تماشاگران تئاتر بررسی می‌شود؛ بنابراین، پیش از مطرح‌کردن مطالعات انجام‌شده دربارهٔ تماشاگران تئاتر در خارج از ایران، باید به پژوهش ژیان‌پور و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان «کشاکش رشته‌ها در میدان دانشگاهی؛ مقایسهٔ سرمایهٔ فرهنگی رشته‌های چهارگانهٔ دانشگاه دولتی اصفهان» نیز اشاره کرد. آنها در این مقاله میزان سرمایهٔ فرهنگی دانشجویان چهار رشتهٔ جامعه‌شناسی، پزشکی، حقوق و طراحی صنعتی (هنر) دانشجویان دانشگاه دولتی اصفهان را بررسی کرده‌اند. پس از تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده به‌وسیلهٔ پرسش‌نامه به این نتیجه رسیدند که با پدیدآمدن سلسله‌مراتبی متمایز به نام سلسله‌مراتب فرهنگی در کنار سلسله‌مراتب اجتماعی، میدان دانشگاهی، قطب‌های جدید و کشاکش‌های نمادینی بین رشته‌های دانشگاهی پیدا کرده است. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهند یکی از میادینی که به این سلسله‌مراتب رسمیت و هویت بخشیده است، میدان علوم اجتماعی و دانشجویان جامعه‌شناسی است که با داشتن سرمایهٔ متمایزی به نام سرمایهٔ فرهنگی، در تکاپوی هویت‌بخشی، کسب قدرت و مرجعیت‌یابی برای خود در صورت‌بندی نوپدید میدان دانشگاهی ایران‌اند.

پژوهش‌های انجام‌شده در خارج از ایران

در شمار زیادی از این پژوهش‌ها، سرمایهٔ فرهنگی و اقتصادی بالای تماشاگران تئاتر، محور اصلی مفصل‌بندی هویت آنهاست؛ برای مثال تروسبی و ویترز [1](1979) در کتاب *اقتصاد هنرهای اجرایی* که شامل ارزیابی ویژگی‌های تجربی افرادی است که بازاری را برای حمایت از اجراهای فرهنگی فراهم کرده‌اند، مطالعات خود را براساس تماشاگران استرالیایی و آمریکایی بنا نهادند و همچنین اطلاعاتی را از کانادا، نیوزلند و بریتانیا جمع‌آوری کردند. آنها به این نتیجه رسیدند که جمعیتی که در معرض اجرا قرار می‌گیرند، به‌گونه‌ای چشمگیر ازلحاظ سنی بالاتر، دارای درآمد بیشتر و تحصیلات عالی‌ترند و شاغلان، گروه مدیران و یقه‌سفیدها را شامل می‌شوند. همچنین آنها معتقدند وقتی در کنسرت یا نمایشی از نیویورک، لندن یا سیدنی شرکت می‌کنید، مانند این است که بین جمعی از مردم نشسته‌اید که وضعیت اقتصادی، تحصیلی و شغلی آنان به‌گونه‌ای چشمگیر مشابه است. هرچه درآمد بالاتر باشد، امکان مشارکت در فعالیت‌های اوقات فراغت همچون هنر بیشتر فراهم می‌شود؛ ولی عامل اصلی تعیین‌کننده سطح تحصیلات است. در همین زمینه کافمن [2](1985) در پژوهش «برادوی و ضرورت تحریم تئاتر» به دو نتیجهٔ جالب دربارهٔ تماشاگران تئاتر برادوی [3]آمریکا رسید: یکی اینکه بهای بلیط‌های تئاتر تنها یک الزام اقتصادی نیست؛ بلکه بخشی از هیجان و شور تئاتروندگان است. نکتهٔ دیگر دربارهٔ توجه به اهمیت موقعیت جغرافیایی در فرایند انتخاب، چه در اجرا و چه در دریافت، است. یک منطقهٔ تئاتری مشخص، همچون برادوی، آشکارا جذابیت‌های خاصی دارد و کافمن توضیح می‌دهد جمعیتی که هر شب به نمایش‌های گوناگون آنجا جلب می‌شوند، احساس یکپارچگی و همبستگی نزدیکی به یکدیگر دارند.

شماری از پژوهش‌ها تأثیرگذاری قشرهای دارای سرمایهٔ فرهنگی و اقتصادی بالا را در مشروعیت‌بخشیدن به انتخاب‌ها و سلیقه‌شان در میدان تئاتر بررسی می‌کنند. برای نمونه

[1] Throsby & Withers
[2] Kauffmann
[3] Broadway Theatre

استالی‌براس و وایت[1] (1986) در کتاب *سیاست و فنون عصیان* دربارهٔ رابطهٔ درونی و وابستگی بین فرهنگ غنی و ضعیف بحث کرده‌اند. آنها اشاره کرده‌اند از آنجا که گفتمان‌های برتر به‌طور معمول به قوی‌ترین گروه‌های اجتماعی – اقتصادی موجود در مرکز قدرت متعلق‌اند، این گروه‌ها برای تعیین آنچه در جامعهٔ فرادست یا فرودست است، اقتدار دارند. این گفتمان‌های برتر، از بسیاری جنبه‌ها درک ما را از تئاتر با پیچیده‌کردن رمزگانی محدود می‌کنند که برای شناخت و تفسیر رخداد تئاتری لازم است.

یکی از نکات کلیدی دربارهٔ پژوهش‌های انجام‌شدهٔ مبتنی بر نظریه‌های جامعه‌شناختی بوردیو، چگونگی انطباق‌دادن الگوی فرانسوی سلیقه و سرمایهٔ فرهنگی بوردیو با جوامع میزبان است. یکی از مهم‌ترین این پژوهش‌ها مقالهٔ »درک تقسیم‌بندی سلیقه: از نخبه و توده تا همه‌چیزپسند و تک‌پسند» پیترسون[2] (1992) است. او معتقد است امروزه دیگر دربارهٔ تقسیم‌بندی اقشار فرهنگی به‌گونه‌ای که در رأس آن اقشار نخبه و بابصیرت و در پایین‌ترین نقطهٔ آن توده‌های عامهٔ مردم قرار بگیرند، تردید وجود دارد. او در این مقاله براساس الگویی چندمنظوره که همزمان گروه‌های شغلی حرفه‌ای و سلیقهٔ موسیقیایی افراد را طبقه‌بندی می‌کند، این امر را تشریح می‌کند که گروه‌های شغلی و طبقات بالاتر همزمان که به سمفونی‌ها و فعالیت‌های هنری نخبه علاقه‌مندند، به مشارکت و مصرف طیف گسترده‌ای از موسیقی و هنرهای دیگر نیز علاقه و گرایش دارند که لزوماً هنر نخبه و روشنفکری محسوب نمی‌شوند. ازسوی دیگر، اقشار و گروه‌های شغلی پایین، تنها به تعداد کم و محدودی از هنرهای غیرروشنفکری علاقه دارند؛ بنابراین، او اینگونه نتیجه می‌گیرد که تناظر بین مرتبهٔ اجتماعی افراد و سلسله‌مراتب هنری از دوگانهٔ نخبه–توده به شکل همه‌چیزپسند–تک‌پسند تغییر کرده است.

انویستل و روکامورا[3] (2006) در مقالهٔ «رخداد میدان مد: مطالعهٔ هفتهٔ مد لندن» این مبحث را تشریح می‌کنند که چگونه برگزاری این رویداد، عینی‌سازی میدان مد و تلاشی برای خودمختاری بیشتر این میدان است. این پژوهش سعی در نشان‌دادن این مسئله دارد که چگونه همایش هفتهٔ مد لندن موجب ملموس و مادی‌شدن مرزهای اجتماعی می‌شود و تنها عاملانی قادر به حضور در این میدان‌اند که میزان مشخصی از سرمایه‌های فرهنگی و اقتصادی داشته باشند و عادت‌وارهٔ مختص این میدان نیز در آنها وجود داشته باشد.

لامونت[4] (2012) در مقالهٔ «چگونه بوردیو ابزار خوبی برای اندیشیدن است؛ مطالعهٔ موردی: آمریکا» شرح می‌دهد که انجام‌دادن پژوهشی کیفی دربارهٔ تأثیر فرهنگ در ساختاردهی طبقات در بستر بافتی تطبیقی، برای بوردیو یک نقطهٔ عزیمت است. نویسنده در بررسی تأثیر بوردیو بر جامعه‌شناسی آمریکا، دامنهٔ این موضوع را به اثر کتاب *تمایز* بوردیو محدود می‌کند. او در زمینهٔ بحث و جدالی که دربارهٔ میزان اهمیت بوردیو در آمریکا وجود دارد، پیشنهاد می‌کند که تقسیم‌بندی بین نظر دو گروه صورت گیرد: ارتدوکس و غیرارتدوکس. نویسنده خود را جزء گروه دوم می‌داند و سعی می‌کند این موضع را شرح دهد. راهکار او بدین طریق است که مجموع آثار گستردهٔ بوردیو را نقطهٔ آغاز و پایه و مولدی برای پرسش‌های تازه قرار می‌دهد که به‌طور عمده ازطریق رویارویی تجربی آن با واقعیت‌های دیگر، ازجمله طبقات فرهنگی در آمریکا شکل می‌گیرد. لازمهٔ این فرایند رفت‌وآمد بین بافت روشنفکری زمان بوردیو و میدان روشنفکری آمریکاست. او در این زمینه، در ابتدا معتقد است که دربارهٔ بوردیویی‌ها[5] بهتر است دوگانهٔ ارتودکس‌ها و غیرارتدوکس‌ها را کنار بگذاریم و به این پرسش پاسخ دهیم که باورهای رایج دورهٔ معاصر دربارهٔ حضور پررنگ بوردیو در جامعه‌شناسی آمریکا شامل چه پیش‌فرض‌هایی است؛ زیرا تنها ازطریق این بازاندیشی است که می‌توانیم به شیوهٔ خود او همراه و علیه او باشیم.

[1] Stallybrass & White
[2] Peterson
[3] Entwistle & Rocamora
[4] Lamont
[5] Bourdieusian

با درنظرگرفتن پژوهش‌ها و مطالعاتی که تاکنون انجام شده است، این مقاله سعی کرده است از مفاهیم و رویکردهای زیر برای صورت‌بندی روابط میدان دانشگاه و میدان تئاتر شهر تهران استفاده کند:

مفاهیم میدان تنگ دامنهٔ تولید، میدان پهن دامنهٔ تولید، تازه‌واردهای میدان و توجه به زیرمیدان‌های متفاوت مرتبط با منافع مختلف و عادت‌واره‌های وحدت‌نیافته.

چارچوب نظری

برنامهٔ پژوهشی بوردیو متضمن سطوح هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و روش‌شناسی متمایزی است که با هم رابطهٔ هم‌ساخت‌شناختی دارند و یکدیگر را تکمیل می‌کنند. در سطح هستی‌شناسی اعتقاد بر آن است که ذات واقعیت اجتماعی را رابطه تشکیل می‌دهد و واقعیت، ماهیت دیالکتیک دارد (Bourdieu, 1993a: 19). به موازات این فرض مفاهیم جدیدی در سطح معرفت‌شناسی آفریده می‌شوند که در پرتو آنها نفس رابطه امکان ظهور می‌یابد؛ مفاهیمی همچون عادت‌واره و میدان که بنیاد رابطه‌ای دارند و در رابطه با هم عمل می‌کنند (Bourdieu, 1998: 19). در سطح روش‌شناسی نیز روابط در مقابل همهٔ اشکال مختلف انحصارگرایی روش‌شناختی اهمیت می‌یابند که بر اولویت هستی‌شناختی ساختار یا عامل، نظام یا کنشگر و جمع یا فرد تأکید می‌کنند (Bourdieu, 2002: 15).

در این بین مطالعات بوردیو دربارهٔ عادات مصرف هنر، بخشی از جامعه‌شناسی گسترده‌تر او را تشکیل می‌دهند که ساختارهای فرهنگی و مادی نابرابری در جامعه را بررسی می‌کنند. در جامعه‌شناسی بوردیو این استدلال در نظر گرفته می‌شود که فرهنگ، حوزهٔ مهمی از مبارزهٔ طبقات و گروه‌های اجتماعی است که در آن منازعه‌ای پیوسته و بی‌پایان بر سر مبانی هویت و سلسله‌مراتب در جریان است.

پی‌یر بوردیو واژگان بسیاری را در علوم اجتماعی وضع کرده است. بسیاری از واژگان پیشین را نیز با تعاریف جدید به کار برده است؛ بنابراین، پیش از صورت‌بندی سلیقه دربارهٔ موضوع این پژوهش، ارائهٔ تعریفی از مفاهیم نظری او لازم است.

بین مفاهیم ابداعی بوردیو عادت‌واره بیشترین ارجاع را داشته است که بنیان تفکر و اساس گسترهٔ حیرت‌انگیز مطالعات بنیادین او به شمار می‌رود. منظور از عادت‌واره نوعی مادگی عملی، نوعی آموختگی ذهنی و نوعی تربیت‌یافتگی اجتماعی از نوع ذوق و سلیقه است که به عامل اجتماعی این امکان را می‌دهد که روح قواعد، آداب، جهت‌ها، روندها، ارزش‌ها، روش‌ها و دیگر امور میدان خاص خود را دریابد، درون آن پذیرفته شود، جا بیفتد و منشأ اثر شود؛ به عبارت دیگر، نوعی تربیت غیرمستقیم است که سبب می‌شود فضایل یا رذایل پذیرفته‌شده در یک اجتماع، به‌سهولت به‌صورت ملکه – بدون نیاز به تأمل و تکلف – از کنشگران اجتماعی سر بزند (بوردیو، ۱۳۹۰ب: ۱۶)؛ درواقع، عادت‌واره «هم تولیدکننده و هم تولیدشدهٔ جهان اجتماعی است» (گرنفل، ۱۳۸۹: ۵۷). عادت‌واره با توضیح اینکه چگونه این واقعیت‌های اجتماعی ملکهٔ ذهن می‌شوند، مفهوم عینی و ذهنی یا بیرونی و درونی را به ذهن ما وارد می‌کند. عادت‌واره آنگونه که بوردیو می‌گوید: «ذهنیت اجتماعی‌شده و متجسد اجتماعی است» (بوردیو، ۱۳۹۰ب: ۱۰۹)؛ به بیان دیگر، ساختار ملکهٔ ذهن‌شده و عینیت ذهنی‌شده است (Bourdieu, 1993b: 72)؛ بنابراین، عادت‌واره به‌منزلهٔ محصول شرایط تعیین‌کنندهٔ اجتماعی و تاریخ (برخلاف شخصیت) در حال دگرگونی مداوم است (Bourdieu, 1989: 7).

درست به همان ترتیب که عادت‌واره شکل‌دهندهٔ عمل و رویه از درون است، میدان، کنش و بازنمود را به‌لحاظ بیرونی ساختارمند می‌کند: میدان طیفی از موقعیت‌ها و حرکت‌های گوناگون را به فرد عرضه می‌کند که می‌تواند هر یک از آنها را با توجه به منافع، هزینه‌ها و امکانات بالقوهٔ بعدی مرتبط با آنها اختیار می‌کند؛ به‌عبارتی، میدان‌ها فضاهای ساختاریافتهٔ جایگاه‌ها (یا مناصب) هستند که خصوصیاتشان به جایگاه آنها بر این فضاها بستگی دارد و می‌توانند مستقل از ویژگی‌های

اشغال‌کنندگان این جایگاه‌ها تحلیل شوند و تا حدودی تعیین‌کنندهٔ ویژگی‌های آنان باشند (Bourdieu, 1993b: 72). چیزی که در میدان بر سر آن بازی می‌شود، افزودن سرمایه است: سرمایه هم روند و هم محصول یک میدان است (تامسون، ۱۳۸۹: ۱۲۹).

در نگرش بوردیو، سرمایه هر سرچشمه یا منبعی است که در عرصهٔ اجتماعی خاص، فرد را قادر کند منافع ویژه‌ای را داشته باشد که از حضور و پیکار در این عرصه حاصل می‌شود (رامین، ۱۳۸۹: ۶۰۸). او برای اینکه خود را از به‌دام‌افتادن در تحلیل‌های سنتی مارکسیستی رها کند، سرمایه را به چهار نوع اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و نمادین[1] تقسیم می‌کند. مقصود بوردیو از بسط مفهوم سرمایه استفاده از آن در نظام مبادلهٔ گسترده‌ای است که در آن انواع گوناگون سرمایه در شبکه‌های پیچیده‌ای منتقل می‌شوند یا درون و بین میدان‌های گوناگون گردش می‌کنند (Bourdieu, 1989: 72). این مجموعهٔ به‌هم‌پیوسته از میدان‌ها و افراد، عادت‌واره‌هایی مرتبط با میدان‌ها را دارند و به‌منزلهٔ کنشگر در قالب قواعد حاکم بر میدان‌های اجتماعی و طبق عادت‌واره‌های خود برای دست‌یابی به انواع سرمایه با هم تعامل و رقابت دارند و فضای اجتماعی[2] را می‌سازند. ازطریق همین تعامل و رقابت است که کنشگران قادرند این فضا را تغییر دهند یا بازتولید کنند؛ بنابراین، فرد موجودی مختار و در عین حال مجبور است (گرنفل، ۱۳۸۹: ۵۵). «فضای اجتماعی را می‌توان نوعی فضای چندبعدی از موقعیت‌هایی توصیف کرد که در آنها ارزش‌ها تناسب متغیری دارند. در این زمینه، عاملان در این فضا در بعد اول، براساس حجم کلی سرمایهٔ در اختیار و در بعد دوم، براساس ترکیب سرمایه‌شان – وزن نسبی مجموع فضاهای متفاوتی که در اختیار دارند– توزیع می‌شوند» (لش، ۱۳۸۸: ٦٧). در این بین سرمایهٔ فرهنگی که وجه رایجی مبتنی بر ذائقه است با مجموعه‌ای از داشته‌های فکری منطبق است که توسط نظام آموزشی تولید می‌شوند یا ازطریق خانواده انتقال می‌یابند. این سرمایه ممکن است به سه شکل وجود داشته باشد: «وضعیتی که در شکل یک استعداد پایدار جسمی تجسد یافته است (مثل قدرت بیان در برابر مردم)؛ وضعیتی عینی به‌شکل کالای فرهنگی (مالکیت تابلوها و آثار هنری)؛ وضعیتی نهادینه‌شده، یعنی وضعیتی که به‌لحاظ اجتماعی ازسوی نهادهای اجتماعی پذیرفته شده است (همانند عناوین تحصیلی)» (بوردیو، ۱۳۹۰الف: ٦٧). این اهمیت کلیدی سرمایهٔ فرهنگی، چه شیوهٔ کسب آن ° به‌طور مشخص مدارک تحصیلی – و چه کاربردهای کلیدی آن در میدان‌های مختلف، موجب توجه دوچندان بوردیو به این دو مقوله در آثار متعددش شده است. فرهنگ و هنر در بخش زیادی از پژوهش‌های او وجود دارند. به‌غیر از آثاری همچون قواعد هنر (1996b) و عشق به هنر (1991) که به‌طور مستقیم موضوع هنر را بررسی می‌کنند، بخش چشمگیری از پژوهش‌های میدانی بوردیو به‌ویژه در کتاب *تمایز* و *عکاسی؛ هنر میان‌مایه*، چگونگی و چرایی مصرف کالاهای هنری را بررسی می‌کنند. ازسوی دیگر شماری از آثار او به‌طور مشخص به بررسی مبارزات موجود در میدان دانشگاه و نسبت آن با سرمایهٔ فرهنگی و میدان روشنفکری و کلیت فضای اجتماعی اختصاص دارد. انسان دانشگاهی (١٣٩٦)، وارثان (1979) و بازتولید در آموزش، فرهنگ و جامعه (1970) ازجمله این پژوهش‌ها هستند.

به‌طور مشخص یکی از نکات موردتوجه او در دو میدان هنر و آموزش، مفاهیم فرهمندانه‌ای است که با امتناع از درنظرگرفتن شرایط اجتماعی تولید و ادراک، درک کامل پدیده‌های فرهنگی و مهم‌تر از آن، تأثیرات تولیدشده به‌وسیلهٔ خشونت نمادین را – که در آن سازوکاری پنهان می‌شود که مانع از دسترسی به فرهنگ می‌شود و ازآن‌رو فرهنگ را

---

[1] سرمایهٔ نمادین اعتبار و اقتداری است که برای یک عامل اجتماعی به رسمیت شناخته‌شدن و داشتن سه نوع سرمایهٔ دیگر را امکان‌پذیر می‌کند. چنین امکانی درک این امر را میسر می‌کند که جلوه‌های گوناگون رمزگان افتخار و قواعد رفتار مناسب تنها از تقاضاهای کنترل اجتماعی ناشی نمی‌شوند؛ بلکه توسط امتیازات اجتماعی که پیامدهای عینی دارند، برساخته می‌شوند (بون‌ویتز، ۱۳۹۰: ٦٨).

[2] Social Space

کالایی کمیاب و دسترسی‌ناپذیر برای اکثریت معرفی می‌کند- ممکن می‌کند (بوسکتی، ۱۳۹۳)؛ زیرا بوردیو معتقد است سلیقه و داوری زیباشناختی، یک استعداد با توانایی اجتماعی است که از پرورش و تربیت طبقاتی ناشی می‌شود و گروه‌های اجتماعی مختلف، حس زیبایی‌شناختی خود و شیوه‌های زندگی خاص خویش را در تقابل با یکدیگر تعریف می‌کنند؛ بنابراین، نزد بوردیو «هنر و مصرف فرهنگی، خواه آگاهانه و تعمداً و خواه ناآگاهانه و ناخواسته، مستعد ایفای کارکردی اجتماعی است که همانا مشروعیت‌بخشیدن به تفاوت‌های اجتماعی است» (بوردیو، ۱۳۹۰الف: ۳۱). از همین روست که بوردیو معتقد است مردم موقعیت‌های طبقاتی خود را درونی می‌کنند و آنها را ازطریق انتخاب‌های فرهنگی خویش بیان می‌کنند (خادمیان، ۱۳۹۰: ۳۱، به نقل از Sullivan & Katz-gerro)؛ بنابراین، خاستگاه تفاوت‌های افراد به‌گونه‌ای نمادین در میدان فرهنگ تجلی می‌یابد و میدان دانشگاه و مدارک تحصیلی نقشی کلیدی در مشروعیت‌بخشیدن به سرمایهٔ فرهنگی افراد ایفا می‌کنند. از این منظر، مهم‌ترین عامل در حفظ و تداوم پایگاه اجتماعی فرد، به معنای منزلت و احترام و اعتبار اجتماعی، انتقال سرمایهٔ فرهنگی است (بوردیو، ۱۳۸۷: ۱۲) و تبدیل سرمایهٔ اقتصادی به سرمایهٔ تحصیلی یکی از راهبردهایی است که بورژوازی تجاری را قادر می‌کند موقعیت همه یا بعضی از وارثان خود را حفظ کند (لش، ۱۳۸۸: ۱۹۶).

بوردیو در بررسی سلیقه، آن را شکل‌دهندهٔ سبک زندگی می‌داند و با عادت‌واره در ارتباط قرار می‌دهد.

«سلیقه یعنی گرایش و توانایی تصرفِ (مادی و نمادین) مقولهٔ معینی از ابژه‌ها یا اعمال طبقه‌بندی‌شده و طبقه‌بندی‌کننده که ضابطهٔ زایندهٔ سبک زندگی است [یعنی قاعده و دستوری است که بنیان شبک زندگی بنا بر آن شکل می‌گیرد] و مجموعهٔ متحدی از ترجیحات تمایزبخش که قصد ابرازگری واحدی را در منطق خاص هر خرده‌فضای نمادین مانند مبلمان، پوشاک، زبان یا حرکات و سکنات بدنی به نمایش می‌گذارد» (بوردیو، ۱۳۹۰الف: ۲۴۳). همچنین بوردیو سلیقه را به سه نوع اصلی تقسیم می‌کند: سلیقهٔ مشروع، سلیقهٔ میان‌مایه (متوسط) و سلیقهٔ عامیانه. در سمت بالای نردبان اجتماعی بوردیو، افراد نخبه با سرمایهٔ فرهنگی بالا هستند که آثار مشروع را می‌پسندند. بوردیو معتقد است سلیقهٔ مشروع «همراه با سطح تحصیل افزایش می‌یابد و در میان گروه‌هایی از طبقهٔ فرادست به بالاترین میزان می‌رسد که سرمایهٔ تحصیلی بیشتر و غنی‌تری دارند» (بوردیو، ۱۳۹۰الف: ٤٢). در پایین‌ترین سمت آن نیز طبقهٔ کارگر قرار دارد که «شاید تنها نقش آنها در نظام مواضع زیباشناختی این است که در مقام نوعی معیار و محک عمل می‌کنند؛ نوعی نقطهٔ مرجع منفی که همه زیباشناسی‌های خود را در قیاس با آن و با نفی متوالی تعریف می‌کنند» (بوردیو، ۱۳۹۰الف: ۹۵). سلیقهٔ میان‌مایه سلیقه‌ای جدا از سلیقه برای نخبگان و سلیقه برای عامه یا سلیقهٔ خواص و سلیقهٔ عوام است؛ یعنی هنری متعلق به طبقهٔ متوسط، مابین نخبگان و عوام است (بوردیو، ۱۳۸۷: ۱۲)؛ درواقع، در نظریهٔ جامعه‌شناختی بوردیو ذوق و سلیقه یکی از مهم‌ترین غنایم و اقلامی است که در میدان طبقهٔ حاکم و میدان تولید فرهنگی، نبردهایی بر سر آن درمی‌گیرد. به همین دلیل است که بوردیو در بیشتر مواقع از عبارت «ایدئولوژی سلیقه» استفاده می‌کند؛ زیرا معتقد است «ایدئولوژی سلیقه نیز مانند هر ایدئولوژی دیگری تفاوت‌های موجود را طبیعی جلوه می‌دهد و تفاوت‌های مربوط به شیوهٔ اکتساب فرهنگ را به تفاوت‌های طبع و سرشت تبدیل می‌کند» (Bourdieu, 1996a: 66).

روش پژوهش

از آنجا که منطق نمونه‌گیری در مطالعات کیفی، «مستلزم نمونه‌گیری از موارد برجسته و افراد شاخص یا مستلزم نمونه‌گیری هدفمند است و به‌جای تصادفی‌برگزیدن موردها، آنها را به‌صورت هدف‌مند انتخاب می‌کند، نمونه‌گیری بر مبنای مرتبط‌بودن موردها [با تحقیق] و نه نمایا بودن‌شان انجام می‌گیرد» (فلیک، ۱۳۹۲: ۱٤۱)؛ بنابراین، یافته‌اندوزی در مصاحبه‌ها براساس فرایند نظریه‌پردازی داده‌محور انجام

می‌شود. افراد مطالعه‌شده براساس ارتباطشان با موضوع پژوهش انتخاب می‌شوند و انتخاب آنها به‌منظور تشکیل یک نمونهٔ نمایا (آماری) از کل جمعیت نیست (فلیک، ۱۳۹۲: ۱۰۸). در این زمینه، از بین انواع مختلف مصاحبهٔ نیمه‌ساخت‌یافته، تمرکز اصلی بر مصاحبهٔ مسئله‌محور است؛ زیرا هم «ازطریق آن می‌توان داده‌های زندگی‌نامه‌ای در خصوص مسائل مختلف به دست آورد و هم اینکه هدفمندبودن آن موجب می‌شود روش‌ها براساس هدف پژوهش تعیین و اصلاح شوند» (فلیک، ۱۳۹۲: ۱۷۹)؛ بنابراین، برای پوشش‌دادن عامل‌های هر دو میدان تئاتر و دانشگاه با ۱۰ استاد گروه تئاتر، ۲۸ دانشجو و دانش‌آموختهٔ رشتهٔ تئاتر و ۱۶ تماشاگر تئاتر (زمینهٔ تحصیل غیرهنری) در بازه زمانی بهمن ۱۳۹۵ تا مهر ۱۳۹۶ مصاحبه انجام شد. با درنظرگرفتن تمایزهای چندگانهٔ هر دو میدان، موقعیت جغرافیایی سالن نمایش (از سالن موج نو واقع در خیابان میردامداد گرفته تا تالار وحدت در خیابان شهریار)، نوع اجرا (کمدی مانند (رؤیای نیمه‌شب تابستان)، درام (براساس دوشس ملفی)، ایرانی (کاناپه)، خارجی (شاخص))، خصوصی (سالن پالیز) یا دولتی‌بودن سالن (تئاتر شهر) و فصل اجرای نمایش، قیمت بلیت (از نمایش «اموافاجیا» با بهای بلیت ده هزار تومان تا نمایش «راپورت‌های شبانهٔ دکتر مصدق» با قیمت بلیت پنجاه هزار تومان) مخاطبان نمایش‌های زیر به‌منزلهٔ جامعهٔ مطالعه‌شده در نظر گرفته شدند و در مجموع دربارهٔ چهل و چهار تماشاگر (هر اجرا چهار نفر، ۲۸ دانشجوی هنرهای نمایشی و ۱۶ تماشاگر با زمینهٔ تحصیلی غیر هنر) مطالعه (مصاحبه و پرسش‌نامه) شد.

س نمایش «راپورت‌های شبانهٔ دکتر مصدق» (تالار وحدت، کارگردان: اصغر خلیلی).

س نمایش «شاخص» (فرانسه)، (تئاتر شهر، جشنوارهٔ فجر).

س نمایش «و دیگر هیچ» (سالن موج نو، کارگردان: امیر پاکزاد).

س نمایش «براساس دوشس ملفی» (سالن تئاتر مستقل، کارگردان: محمد رضایی‌راد).

س نمایش «رؤیای نیمه‌شب تابستان» (سالن تئاتر مستقل، کارگردان: مصطفی کوشکی).

س نمایش «کاناپه» (سالن پالیز، کارگردان: میلاد اخگر).

س نمایش «بی‌پدر» (سالن قشقایی، کارگردان: سیدمحمد مساوات).

س نمایش «سه خواهر» (سالن پالیز، کارگردان: حسن معجونی).

س نمایش «مرسولات پترزبورگ» (سالن مولوی، کارگردان: مازیار سیدی).

س نمایش «اموفاجیا» (سالن خانهٔ نمایس دا، کارگردان: عرفان خلاقی).

س نمایش «تنها راه ممکن» (سالن نمایش باران، کارگردان: محمد یعقوبی).

در انتخاب تماشاگران نیز علاوه بر مشخصات فردی متمایز (سن، جنس)، مبنای انتخاب بدین شکل بود که با توجه به پرسش‌نامه‌هایی که پیش از شروع نمایش بین تعدادی از آنان توزیع می‌شد و تعیین پیشینی ساختار نمونه (با تمرکز بر سرمایهٔ فرهنگی تحصیلی و پرسش‌هایی دربارهٔ نام نویسندگان نمایش‌نامه‌ها و شیوه‌ها و سبک‌های اجرایی تئاتر)، افراد برای مصاحبه به‌شکلی انتخاب شوند که هم تمایز بین سرمایه‌های آنها (به‌طور مشخص سرمایهٔ فرهنگی) و هم عادت‌واره‌های آنان (از انتخاب نوع نمایش و سالن اجرا گرفته تا پوشش و چگونگی حضور در سالن نمایش [فردی، با دوستان و ...] و زمان حضورشان در مکان نمایش پیش از شروع اجرا) در نظر گرفته شود.

جدول ۱- ویژگی‌های دانشجویان شرکت‌کننده در مصاحبه

نام مستعار	سن	جنسیت	رشتهٔ تحصیلی	مقطع تحصیلی
مهدی	۲۶	مرد	کارگردانی نمایش	کارشناسی‌ارشد
سیما	۲۹	زن	کارگردانی نمایش	کارشناسی
نام مستعار	سن	جنسیت	رشتهٔ تحصیلی	مقطع تحصیلی
جمشید	۲۳	مرد	نمایش عروسکی	کارشناسی
غلامرضا	۳۱	مرد	سینما	کارشناسی‌ارشد
پارسا	۲۴	مرد	طراحی صحنه	کارشناسی
ملیکا	۲۰	زن	ادبیات نمایشی	کارشناسی
دانیال	۱۹	مرد	ادبیات نمایشی	کارشناسی
مرتضی	۲۳	مرد	مکانیک	کارشناسی
مریم	۲۳	زن	مترجمی زبان انگلیسی	کارشناسی‌ارشد
نیما	۳۰	مرد	ادبیات نمایشی	کارشناسی‌ارشد
زهرا	۲۰	زن	کارگردانی نمایش	کارشناسی
سارا	۲۴	زن	کارگردانی نمایش	کارشناسی
سیمین	۲۴	زن	حقوق	کارشناسی
ژاله	۲۶	زن	ادبیات نمایشی	کارشناسی
حسین	۲۹	مرد	طراحی صحنه	کارشناسی
مینا	۳۲	زن	ادبیات نمایشی	دکترا (پژوهش هنر)
شایان	۳۶	مرد	نمایش عروسکی	کارشناسی‌ارشد
رسول	۲۱	مرد	عمران	کارشناسی
ویدا	۳۴	زن	ادبیات نمایشی	کارشناسی
عرفان	۲۸	مرد	حسابداری	کارشناسی‌ارشد
امیرعلی	۲۲	مرد	فیزیک	کارشناسی
شیوا	۲۷	زن	کارگردانی نمایش	کارشناسی‌ارشد
محمود	۳۸	مرد	ادبیات نمایشی	کارشناسی
کامکار	۴۴	مرد	کامپیوتر	کارشناسی‌ارشد
شهری	۲۵	زن	ادبیات نمایشی	کارشناسی
نرگس	۳۶	زن	کارگردانی نمایش	دکترا (پژوهش هنر)
طوبی	۴۱	زن	روزنامه‌نگاری	کارشناسی‌ارشد
مجید	۲۹	مرد	عمران	کارشناسی
کیارخ	۱۹	زن	نمایش عروسکی	کارشناسی
هدیه	۲۷	زن	شهرسازی	کارشناسی‌ارشد
بهراد	۲۵	مرد	فلسفه	کارشناسی
رامتین	۳۳	مرد	کارگردانی نمایش	کارشناسی‌ارشد
فرزین	۳۸	مرد	ادبیات نمایشی	دکترا (پژوهش هنر)
مژده	۲۰	زن	ادبیات نمایشی	کارشناسی
حامد	۱۹	مرد	کارگردانی نمایش	کارشناسی
سیاوش	۲۸	مرد	مکانیک	کارشناسی‌ارشد
نام مستعار	سن	جنسیت	رشتهٔ تحصیلی	مقطع تحصیلی
احمد	۲۴	مرد	صنایع	کارشناسی
سحر	۳۹	زن	طراحی صحنه	کارشناسی‌ارشد
زینب	۲۱	زن	مدیریت بازرگانی	کارشناسی
صادق	۴۲	مرد	کارگردانی نمایش	کارشناسی
غزل	۳۹	زن	ادبیات نمایشی	کارشناسی‌ارشد
فاطمه	۳۶	زن	آینده‌پژوهی	دکترا
مهناز	۲۹	زن	صنایع	کارشناسی‌ارشد
محسن	۱۹	مرد	کارگردانی نمایش	کارشناسی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

دربارهٔ استادان نیز، انجام فعالیت تولیدی در زمینهٔ تئـاتر و داشتن سمت‌های مدیریتی و فرهنگی، محورهایی بودند که در نظر گرفته شدند.

جدول ۲- ویژگی‌های استادان شرکت‌کننده در مصاحبه

نام مستعار	جنسیت	سن	مرتبه و دانشگاه	سمت‌های مدیریتی	تولید و اجرای تئاتر
شعیبی	مرد	۵۱	استادیار گروه نمایش دانشگاه هنر تهران		*
سروری	مرد	٤١	استاد مدعو گروه نمایش دانشگاه هنر تهران		
مؤیدپور	مرد	۵۸	استادیار گروه نمایش دانشگاه تربیت مدرس تهران		
راضی	مرد	٦٧	استادیار گروه نمایش دانشگاه تربیت مدرس تهران		
مرندی	مرد	٤٩	استادیار گروه نمایش دانشگاه تهران	*	
حسین‌پور	زن	۷۰	دانشیار گروه نمایش دانشگاه هنر تهران		
شهسواری	مرد	۳۹	استادیار گروه نمایش دانشگاه سوره تهران		
کاظمی	مرد	٦٥	استادیار سابق گروه نمایش دانشگاه آزاد هنر و معماری تهران		*
مشهدی	مرد	٤٠	استاد مدعو گروه نمایش دانشگاه هنر تهران		*
قاسمی‌نژاد	زن	۳۵	استاد مدعو گروه نمایش دانشگاه هنر تهران		

این پژوهش براساس یک چارچوب نظری پیشینی - نظریهٔ میدان پی‌یر بوردیو - انجام شده است؛ بنابراین، از روش تحلیل محتوای جهت‌دار[1] برای تحلیل مصاحبه‌ها استفاده شده است. بدین منظور با کمک‌گرفتن از مفاهیم نظری بوردیو برای تمرکز در پرسش‌های پژوهش و با درنظرگرفتن پیش‌بینی‌هایی دربارهٔ روابط مفاهیم موردپژوهش، گزاره‌های اصلی برای طبقه‌بندی کدهای اولیه برای تماشاگران تئاتر، سرمایهٔ فرهنگی نهادی و برای استادان دانشگاه، حضورداشتن یا نداشتن در میدان تولید تئاتر در نظر گرفته شدند؛ سپس با مطالعهٔ کل متن تمام مصاحبه‌ها و با استفاده از کدهای از پیش تعیین‌شده واکنش‌ها در دو سطح نظر افراد دربارهٔ «تئاتر خصوصی و تأثیر افزایش آنها بر میدان تئاتر»، «تفاوت تماشاگران تئاتر خصوصی و دولتی» و «تفسیر تماشاگران از اجرای نمایشی که دیده‌اند» علامت‌گذاری شد. در رفت‌وآمد بین مفاهیم نظریهٔ بوردیو و هر کدام از زیرمقوله‌های کدگذاری‌شده، مفهوم‌های «تازه‌واردهای میدان» و «مسیر تماشاگر در میدان» برای تحلیل صحبت‌ها و رفتار تماشاگران به مفاهیم نظریهٔ ابتدایی اضافه شدند؛ زیرا در صورت‌بندی انتخاب‌ها و جبهه‌گیری تماشاگران تئاتر نقش کلیدی‌تری ایفا می‌کردند. همچنین برای تحلیل موردهای متناقض در کدگذاری‌های مربوط به استادان دانشگاه، مفهوم «سرمایهٔ سیاسی» تعریف و استفاده شد.

یافته‌ها

تحلیل و طبقه‌بندی سلیقهٔ مشروع میدان تئاتر را می‌توان با بررسی سلیقه و منفعت‌ها و راهبردهای عاملان میدان دانشگاه شروع کرد؛ زیرا همان گونه که بوردیو معتقد است «تحلیل یک میدان اجتماعی پرس‌وجو از این مسئله است که شیوه‌های تولید دانش پیشین دربارهٔ پدیدهٔ بررسی‌شده چگونه بوده است؟ و چه کسانی در آن نقش داشته‌اند و با این رویکردهای تولید دانش، منافع چه کسانی برآورده می‌شده است؟» (تامسون، ۱۳۸۹: ۱۲٦)؛ بنابراین، در مصاحبه با استادان و دانشجویان گروه نمایش برای دست‌یافتن به نظر و تحلیل آنها دربارهٔ موارد زیر

[1] Directed Content Analysis

پرسش شد: نسبت تماشاگران تئاتر، انتخاب‌ها و گرایش‌هایشان با وضعیت کنونی تئاتر تهران، تأثیر شکل‌گیری سالن‌ها بر شرایط، کیفیت اجرای تئاتر تهران و سلیقهٔ تماشاگران تئاتر.

هویت: تعریف تئاتر مشروع و مرزهای آن

افول سطح کیفی اجراها و بدبینی نسبت به قریحهٔ تماشاگر تازه‌وارد و سالن‌های خصوصی تئاتر، وجه مشترک بیشتر موضع‌گیری‌های استادان تئاتر بود. از ۱۰ استاد، ۸ استاد کاملاً و یک استاد به‌شکل نسبی جبهه‌گیری منفی نسبت به شرایط اجراها داشت.

- «تئاتر ما در حال لاله‌زاری‌شدن است» و «تماشاگر امروز قادر به تشخیص کار خوب از بد نیست» (شعیبی، مهر ۱۳۹۶).
- «ما با بورژوایی‌شدن تئاتر مواجه‌ایم» و «تئاتر ما ضد اجتماعی شده و از درون تهی شده» (سروری، اسفند ۱۳۹۵).
- «تئاتر ما احمق شده است، ضد اجتماعی شده است، ضد تئاتر شده است. هم برای تولیدکنندگان و هم برای تماشاگران» (مؤیدپور، ۱۱ بهمن ۱۳۹۵).
- «تئاتر فدای اتفاقات تماشاگرپسند می‌شود» و «امروز تئاتر ما محدود به چهره‌های تلویزیون و دیدن یکسری بازیگر روی صحنه شده است و با آوردن حیوانات و عواملی شبیه سیرک به‌دنبال جذب تماشاگر هستیم« (راضی، ۱۱ مهر ۱۳۹۶).
- «تماشاگر مصرف‌کننده و منفعل تولید می‌کنیم» (کاظمی، ۱۰ مهر ۱۳۹۶).
- «تماشاگران از روی عکس‌ها و سلبریتی‌ها، اجراها را انتخاب می‌کنند» (شهسواری، ۲۸ شهریور ۱۳۹۶).
- «اجراهای پرخرج و برخوردار از سلبریتی سایر اجراها را بایکوت خبری می‌کنند و تماشاگر عام تحت تأثیر بمباران خبری آنها قرار می‌گیرد» (مشهدی، ۷ آبان ۱۳۹۵).
- «بیشتر من رسیدن به متنی روایی می‌بینم که شوخ باشه و مدام بیان کنه من تراژیک نیستم و بسنده کنه به تکه‌پرانی‌های خوشمزه» (قاسمی‌نژاد، ۲۶ بهمن ۱۳۹۵).

مرزها در میدان در بیشتر موارد مبهم‌اند و در معرض مناقشه قرار دارند؛ بنابراین، تعریف میدان تئاتر و تعیین مرزهای آن موضوع مبارزه بین دانشگاهیان، اهالی هنر و تماشاگران است. در این بین استادان تئاتر در دانشگاه که سرمایهٔ فرهنگی نهادی بالایی در حوزهٔ هنر و تئاتر دارند، با شک و تردید شماری از اجراهای خصوصی را در میدان تئاتر [مشروع] طبقه‌بندی می‌کنند. عباراتی همچون «به نظر می‌آید باید از خودمان بپرسیم آیا آنچه تولید می‌شود تئاتر است؟» (مؤیدپور، ۱۱ بهمن ۱۳۹۵) یا «تماشاگر ما قادر به تشخیص نیست» (کاظمی، ۱۰ مهر ۱۳۹۶)، بیش از هر چیز بر این نکته تأیید می‌کنند که ایدئولوژی سلیقه در میدان دانشگاه دراساس غیرعامیانه است و تا حدود زیادی میدان تئاتر را به دو حوزهٔ متفاوت غیرخصوصی و خصوصی تقسیم می‌کند و به‌دنبال آن تماشاگران را نیز به دو گروه متخاصم تقسیم می‌کند: یکی کسانی که می‌فهمند و دیگری کسانی که نمی‌فهمند؛ به‌عبارتی، کاربرد سرمایهٔ آموزشی در میدان تئاتر بیشتر به مبارزه در میدان تئاتر معطوف است تا راهبرد در میدان. راهبردها به انباشتن و اندوختن سرمایه معطوف‌اند. مبارزه به قدرت و تحمیل مجموعه‌ای از هنجارها و نمادهای نوکیشانه یا کهن‌کیشانه معطوف است؛ مبارزه‌ای که هم بر سر ارزش و کیفیت اجراها و هم بر سر درجهٔ خودمختاری میدان تئاتر شکل می‌گیرد. تعدد مکان‌های نمایشی و به‌دنبال آن تغییرات در میدان تئاتر و حضور عامل‌های جدید (سالن‌دارها، ستارگان سینما، رسانه‌ها و تماشاگران تازه‌وارد) موجب شده است دیگر افراد دارای سرمایهٔ فرهنگی نهادی در حوزهٔ تئاتر، میدان قدرت در میدان تئاتر نباشند و قادر نباشند داوهای[1] مشروع مبارزهٔ اجتماعی را تعیین و تثبیت کنند.

در سوی دیگر تعدادی از استادان قرار دارند که این جنس

[1] Stake (به فرانسه enjeu) در زبان فرانسه به‌صورت تحت‌اللفظی به معنای «در بازی» است؛ یعنی آنچه بر سر آن رقابت انجام می‌گیرد (کرکوف، ۱۳۹۲: ۴۱). این واژه به مایگان نیز ترجمه شده است.

خشونت نمادین در موضع‌گیری‌هایشان نسبت به سالن‌های خصوصی تئاتر و تغییری که در کیفیت اجراها و سلیقهٔ تماشاگران ایجاد کرده است، مشاهده نمی‌شود. برای مثال مرندی معتقد است: «خصوصی‌شدن، تنها راه خروج از بن‌بست تئاتر است» و «اجرای نمایش دیگر در انحصار چند فرد و گروه نیست و تماشاگران تئاتر نیز محدود به یک قشر نیستند» (مرندی، ۱۷ مهر ۱۳۹٦). یا در بلندمدت به شکل‌گیری روندی مثبت در سلیقهٔ مخاطب و کیفیت اجراها امیدوارند. برای مثال: «در بلندمدت کثرت اجراها، موجب افزایش کیفیت هم در تماشاگران و هم هنرمندان می‌شود» یا «باید به تماشاگران اعتماد کنیم» (حسین‌پور، ۱۸ آبان ۱۳۹٦).

از میدان تنگ دامنهٔ تولید به میدان پهن دامنهٔ تولید

در تحلیل این رویکردها باید نسبت سرمایه‌ها و عادت‌واره‌های عاملان را با تغییر ایجادشده در میدان تئاتر مشروع در نظر گرفت. در حالت کلی بوردیو معتقد است: «به‌طور کلی افرادی که سرمایهٔ فرهنگی، سرمایهٔ اقتصادی و سرمایهٔ اجتماعی بیشتری دارند، سرآمدان موقعیت‌های جدید خواهند بود» (Bourdieu, 1993a: 262). افزایش تعداد سالن‌های نمایش و افزایش تعداد دانشگاه‌ها (استادان و دانشجوها)، چگونگی انباشت و اثرگذاری این سرمایه‌ها را دچار تغییر کرده است. به نظر می‌رسد دیگر در این فضای جدید لزوماً استادان دانشگاه تنها به‌سبب داشتن سرمایهٔ فرهنگی بالا قادر نیستند داوهای مبارزه در میدان تئاتر مشروع به سبب تغییرات حاصل‌شده در آن را تعیین کنند. اگر بخواهیم نسبت و رابطهٔ این تغییرات در میدان تولید و مکان‌های نمایشی را با تماشاگران تئاتر و سلیقهٔ آنان تحلیل و صورت‌بندی کنیم، به این نتیجه می‌رسیم که افزایش سالن‌ها و به‌دنبال آن افزایش مخاطب، شکل نمود (فیگوراسیون) میدان تئاتر را تغییر داده است و تماشاگران به عامل مهمی در میدان پهن دامنهٔ تولید تئاتر تبدیل شده‌اند. پیش از قطع حمایت‌های مالی دولت و شکل‌گیری سالن‌های خصوصی تئاتر، میدان تئاتر بر یک میدان تنگ دامنه مبتنی بود که اجراها برای سایر تولیدکنندگان تولید می‌شد؛ یعنی برای عاملان و نهادهای همان میدان که طرف عرضه، طرف تقاضا نیز بود؛ به‌عبارتی، بنا بر نظر عاملان میدان دانشگاه، پیش از این تماشاگران تئاتر میزان زیادی از سرمایهٔ فرهنگی را داشتند که در بیشتر مواقع یا به‌واسطهٔ نهادهای آموزش هنر یا سابقهٔ فعالیت تئاتری ایجاد شده بود. ورود تماشاگران تازه‌وارد به میدان تئاتر مشروع، عامل و بازیگری کلیدی به مبارزات پیشین اضافه کرد؛ مبارزاتی که عبارت بودند از:

- مبارزه بین تولیدکنندگان تئاتر (تئاتر بدنه، تئاترهای تجربی و آوانگارد و آنچه بین این دو است).
- مبارزه بین سالن‌های تئاتری (تئاتر بدنه، تئاترهای تجربی و آوانگارد و آنچه بین این دو است).
- مبارزه بین تولیدکنندگان دانش دربارهٔ میدان تئاتر (دانشگاهیان، منتقدان و ...).

تماشاگرانی وجود دارند که سرمایهٔ فرهنگی کمتری نسبت به گذشته دارند؛ اما وابستگی روزافزون میدان تئاتر به سرمایه برای تولید و جذب بازیگران مشهور و نیاز به بازگشت سرمایه و حضور مخاطب، سبب عاملیت بیشتر و کارکرد کلیدی آنها در میدان تئاتر می‌شود. این نکته بدان معناست که سلیقهٔ میان‌مایه نقشی کلیدی در مبارزات و راهبردهای عاملان مختلف در میدان تئاتر ایفا می‌کند.

بنابراین، نظام آموزشی تنها کارگزاری است که قادر است سلسله‌مراتب استعدادها و شناخت‌هایی را انتقال دهد که میدان تئاتری مشروع و سلیقهٔ وابسته بدان را تشکیل می‌دهند؛ اما با تغییرات رخ‌داده در میدان تئاتر (به‌طور مشخص افزایش عامل‌ها در میدان پهن دامنهٔ تولید)، این نظام دیگر قادر نیست هنجارهای ادراک مختص به خود را به سایر عامل‌ها (به‌ویژه تماشاگران) تحمیل کند و طرز ادراکی را که قریحهٔ خاص و توانش خاصی را به کار می‌بندد، به‌طور تلویحی به‌منزلهٔ یگانه طرز ادراک مشروع تعریف کند. این مسئله که خشونت نمادین تماشاگران دارای سلیقهٔ مشروع دیگر کارکرد ندارد،

بیش از هر جا در جبهه‌گیری‌های تند آنها علیه تماشاگران تازه‌وارد دیده می‌شود. همان طور که پیش از این اشاره شد این ناتوانی سرمایهٔ فرهنگی و به‌ویژه سرمایهٔ فرهنگی نهادی به‌منزلهٔ سرچشمه و نیروی مبارزه بین دانشگاهیان رشتهٔ نمایش نمود پررنگ‌تری می‌یابد. این امر به‌نوعی ناشی از وجود نوعی تناظر و تشابه بین میدان تئاتر و میدان دانشگاه از منظر افزایش چشمگیر مکان‌ها و عاملان راه‌یافته به آنهاست؛ بنابراین، دیگر تماشاگران دارای سرمایهٔ فرهنگی کسب‌شده به‌وسیلهٔ نهادهای آموزشی، قادر نیستند علیه مصرف‌کنندگان حاضر در میدان اجتماعی، خشونت نمادین به کار ببرند؛ زیرا نه دیگر خودشان سرمایهٔ نمادین[1] لازم برای این کار را دارند و نه تماشاگران تازه‌وارد به میدان تئاتر برای تأثیرگرفتن از این خشونت نمادین، همدستی می‌کنند؛ زیرا در اساس شناختی از سلسله‌مراتب عاملان در میدان تئاتر و سرمایهٔ فرهنگی آنان ندارند.

میدان دانشگاه و سرمایهٔ سیاسی

دربارهٔ تمایزهای بین استادان دانشگاه، با توجه به اینکه همگی ازنظر تحصیلی و شغلی موقعیت نزدیکی در فضای اجتماعی دارند، منفعت[2] مفهوم مفیدتری برای درک و تحلیل انتخاب‌ها و موضع آنهاست. منفعت واژه‌ای است که برای فهم منطق میدان به کار می‌رود و به رفتارهای غریزی و نیمه‌آگاهانه دلالت دارد که درصدد به‌حداکثررساندن سود، مطابق با اشکال نمادین رایج است. بوردیو معتقد است به تعداد منفعت‌ها، میدان‌ها و احتمالاً خرده‌میدان‌ها وجود دارد. این منفعت‌ها باید در رابطه با هم دیده شوند و حتی در نسبت با یکدیگر تعریف شوند؛ به‌عبارتی، ازطریق این مفهوم می‌توانیم توضیح دهیم چرا افراد توسط یک [خرده]میدان فراخوانده می‌شوند. پیگیری این منفعت‌ها در مصاحبهٔ انجام‌شده با استادان در دو محور زیر نمایان می‌شود:

- حضورداشتن یا نداشتن در میدان تولید تئاتر (کارگردانی، بازیگری و ...).
- داشتن سمت های مدیریتی دولتی فرهنگی در زمینهٔ هنرهای نمایشی.

منفعت‌ها موجب می‌شوند استادانی که به‌طور جدی به کیفیت اجراها و تأثیر تئاتر خصوصی در میدان تئاتر مشروع انتقاد می‌کنند، در بعضی موارد آثاری را اجرا کنند که مبتنی بر به‌کارگیری همان عناصر و ویژگی‌هایی‌اند که خودشان آنها را نقد می‌کنند. این امر از یک سو نشان می‌دهد تئاتر حرفه‌ای–آزاد[3] قواعد خود را به میدان تئاتر تحمیل کرده است و ازسوی دیگر نشان‌دهندهٔ چرایی حضور عاملان در میدان است. برای نمونه مشهدی معتقد است: «گفتگوی تئاتر ما به‌جای اینکه با جهان بیرون باشد، هرچه بیشتر با خودش است». او تئاتر پس از انقلاب را به سه دوره تقسیم می‌کند: «دههٔ شصت: تئاتر و تعهد، دههٔ هفتاد: تئاتر و کیفیت، دههٔ هشتاد بدین سو: تئاتر و اقتصاد» و می‌گوید: «اجراهای پرخرج و برخوردار از سلبریتی سایر اجراها را بایکوت خبری می‌کنند

سرمایهٔ نمادین که با مجموعه‌ای از مناسک (مانند برچسب و تشریفات) مطابقت دارد و با افتخار و بازشناسی مرتبط است. سرمایهٔ نمادین تنها اعتبار و اقتداری است که برای یک عامل اجتماعی به رسمیت شناخته‌شدن و برخورداری از سه نوع سرمایهٔ دیگر را امکان‌پذیر می‌کند. جاناتان ترنر آن را اینگونه تعریف می‌کند: «مفهوم سرمایهٔ نمادین که شامل کاربرد نمادهایی می‌گردد که فرد به کار می‌گیرد تا به سطوح دیگر سرمایهٔ خود مشروعیت ببخشد» (Turner, 1998: 512).

[2] Interest

تئاتر «حرفه‌ای–آزاد»: سالن‌های نمایشی‌اند که ازنظر مالی مستقل از دولت و بدون دریافت هیچ کمک‌هزینه‌ای اداره می‌شوند. این سالن‌ها که در یک دههٔ اخیر و از زمان روی‌کارآمدن دولت دهم تأسیس شده‌اند (مانند تماشاخانهٔ ایرانشهر، تئاتر باران، تماشاخانهٔ انتظامی و...)، تمام درآمد خود را از اجارهٔ سالن نمایش برای اجرای تئاتر کسب می‌کنند؛ بنابراین، برخلاف سالن‌های دولتی، که درصدی از تعداد بلیط‌های فروخته‌شدهٔ هر اجرا به سالن نمایش تعلق می‌گیرد، گروه‌های تئاتری که در این سالن‌های خصوصی نمایش اجرا می‌کنند، به‌ازای هر شب اجرا (بدون درنظرگرفتن استقبال تماشاگران و تعداد آنها) به سالن نمایش، اجاره پرداخت می‌کنند. این امر موجب می‌شود برای تضمین درآمدزایی اجرا و متحمل‌نشدن ضرر مالی، شماری از تئاترهایی که در این سالن‌ها به نمایش می‌روند، از راهکارهایی همچون استفاده از بازیگران مطرح سینما و تلویزیون یا کارگردانان شناخته‌شدهٔ سینما، مضامین موردتوجه مخاطب عام‌تر و... استفاده کنند. مسئله‌ای که همواره جبهه‌گیری و انتقادهای تند تعداد زیادی از اهالی تئاتر حرفه‌ای را به همراه داشته است.

و تماشاگر عام تحت تأثیر بمباران خبری آنها قرار می‌گیرد» (مشهدی، ۷ آبان ۱۳۹۵)؛ اما خود او در اجرای نمایش «سی» در کاخ نیاوران همین رویکرد را در پیش می‌گیرد. اینجا می‌توان پی برد که چرا بوردیو اصرار دارد از واژهٔ Acteur کمتر استفاده کند؛ زیرا به کنش به معنایی که در این واژه و همچنین در واژهٔ Sujet نهفته است، باور ندارد و معتقد است میدان در وهلهٔ اول، فضای ساخت‌مندی از جایگاه‌هاست و در مرحلهٔ دوم، قدرتی است که تصمیمات مشخص خود را بر کسانی تحمیل می‌کند که وارد آن می‌شوند؛ بنابراین، مشاهده می‌شود که چگونه منطق بازار، قواعد خود را بر اهالی میدان دانشگاه نیز تحمیل می‌کند.

بین استادان دانشگاه، مرندی تنها فردی است که با قاطعیت از روند و چگونگی انجام خصوصی‌شدن و وضعیت فعلی تئاتر تهران بسیار دفاع می‌کند. موضع و رویکردی که بدون درنظرگرفتن سال‌های مدیریت او در تماشاخانهٔ ایران‌شهر – سالنی که به نوعی پیشگام در جریان تئاترهای حرفه‌ای–آزاد تهران بوده است – نمی‌توان آن را تحلیل کرد و موقعیت او در میدان و منفعت آن را نادیده گرفت. دربارهٔ نمونه‌هایی مثل مرندی که سمت‌های دولتی و نهادی داشته‌اند (مدیرعامل خانهٔ هنرمندان ایران و مشاور هنری شهرداری)، می‌توان نوعی سرمایهٔ سیاسی[1] تعریف کرد. از آنجا که وجه مادی و غیرمادی هر نوع سرمایه همواره تبدیل‌پذیر به انواع دیگر سرمایه است، دربارهٔ سرمایهٔ سیاسی [بیش از سایر انواع سرمایه] همواره این بحث مطرح می‌شود که هیچ‌گاه به معنای واقعی کلمه سرمایه‌ای خالص و منفک نیست و شامل اجزایی از دیگر سرمایه‌هاست. نکتهٔ کلیدی این است که هرچند همچون هر سرمایه‌ای، سرمایهٔ سیاسی نیز ابزار مبارزه در میدان است، محدودیت‌ها و فضای مقدورات مشخصی برای عاملان برخوردار از آن ایجاد می‌کند که تنها براساس منفعت‌های میدان تئاتر بازی نکنند؛ بلکه منفعت‌های میدان سیاست (به معنای حکومتی آن) را نیز در نظر بگیرند.

دانشگاه، سرمایهٔ فرهنگی و خشونت نمادین

رویکرد دانشجویان رشتهٔ نمایش نیز تا حدود زیادی به موضع‌گیری‌های استادان دانشگاه نزدیک است. ۲۴ نفر از ۲۸ تماشاگری که دانشجو یا فارغ‌التحصیل هنرهای نمایشی بودند، جبهه‌گیری منفی نسبت به کیفیت اجراها و افزایش تعداد سالن‌ها داشتند. برای نمونه دانشجوی ۲۶سالهٔ مقطع کارشناسی‌ارشد کارگردانی نمایش معتقد است: «با امپراتوری تماشاگر مواجه‌ایم» (مهدی، ۱۱ بهمن ۱۳۹۵). فارغ‌التحصیل رشتهٔ کارگردانی نمایش می‌گوید: «باج‌دادن به تماشاگر، تئاتر ما را نابود کرده است» (سیما، ۱۴ اردیبهشت ۱۳۹۶) و دانشجوی ۲۳سالهٔ رشتهٔ نمایش در دانشگاه هنر تعبیر «سوءاستفادهٔ دولت از ماجرای خصوصی‌کردن تئاتر» (جمشید، ۲۹ خرداد ۱۳۹۶) را به کار می‌برد. این موضع‌گیری‌ها در بیشتر موارد حتی در جمله‌بندی‌های آنان با مجهول‌کردن ساختار جمله و حذف فاعل نمود می‌یابد. غیابی که به همین حضور تماشاگران تازه‌وارد یا سیاست‌گذاری‌های دولتی اشاره دارد. «موجب افت کیفیت اجراها شده‌اند» (غلامرضا، ۲۴ تیر ۱۳۹۶). «این تماشاگران هیچ درک و سوادی برای فهم تئاتر ندارند» (پارسا، ۱۴ تیر ۱۳۹۶).

تأثیر سرمایهٔ فرهنگی نهادی در تماشاگران تئاتر در دو حوزه چشمگیر است: نخست تمایز اساسی که بین تماشاگران هنگام پاسخ‌دادن به پرسشی مبنی بر نام‌بردن از نام نویسندهٔ لیستی مشتمل بر بیست نمایش‌نامه، برقرار می‌شود. دوم تمایزی که بیش از هر چیز ناشی از سرمایهٔ آموزشی و به‌ویژه سابقهٔ تحصیل در رشته‌های هنرهای نمایشی است. از ۲۸ نفری که سابقهٔ تحصیل در رشته‌های نمایش داشتند، ۲۴ نفر به بیش از ۱۵ پرسش، پاسخ صحیح دادند. ۲۳ نفر از آنان نیز در مصاحبه‌ها هم دربارهٔ وضعیت تئاتر در شهر تهران و هم در تحلیل اجرای مشخصی که دیده بودند، به تاریخ و نظریه‌های تئاتری ارجاع می‌دادند؛ این در حالی است که از ۱۶ تماشاگری که تحصیلات دانشگاهی‌شان در رشته‌ای غیر از

[1] Poltical Capital سرمایهٔ سیاسی را می‌توان مبادله‌ای بین منابع سیاست و بازارهای گوناگون سیاست دانست (Casey, 2005: 107).

هنر بود، تنها ٦ نفر به بیش از نیمی از پرسش‌ها پاسخ صحیح دادند و تنها ٤ نفر در صورت‌بندی‌شان از وضعیت تئاتر تهران یا تحلیل اجرای نمایشی که دیده بودند، از مباحث نظری یا تاریخ تئاتر بهره بردند؛ به‌عبارت دیگر، تماشاگران با سابقهٔ تحصیلی مرتبط با تئاتر با دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های تحصیلی غیرمرتبط، بیش از آنکه ازنظر میزان شناخت و تحلیل تئاتر با هم تفاوت داشته باشند، ازنظر میزان آشنایی با تئاتر با هم متفاوت‌اند. نکتهٔ کلیدی‌تر، ارتباط بین میزان پاسخ پایین به این پرسش و انتخاب سالن نمایش برای تماشای تئاتر است.

تمایز و نسبت مشخصی بین این تماشاگران و سالن‌هایی که در آنها تئاتر را تماشا می‌کنند و همچنین نوع تفسیر و تحلیلشان از اجرا وجود دارد. دربارهٔ سالن‌های انتخابی، از بین ١٦ نفری که تنها به کمتر از ٥ پرسش، پاسخ صحیح دادند، ١٣ نفر تنها در سالن‌های تجاری – حرفه‌ای به تماشای نمایش می‌روند. ازسوی دیگر، از بین ٢٤ نفری که به بیش از ١٥ پرسش، پاسخ صحیح دادند، ١٢ نفر سالن مولوی و سنگلج را – که پیشینه و هویت دانشجویی دارند – به سالن‌های تجاری – حرفه‌ای ترجیح می‌دهند.

دربارهٔ کیفیت اجرای نمایش‌ها، تماشاگرانی که سابقهٔ تحصیلات دانشگاهی هنری را دارند، در تحلیل‌های خود اصرار زیادی بر تکیه بر مؤلفه‌های فنی و سبکی اجرا دارند تا اشاره به مضمون و محتوای نمایش. برای نمونه دانشجوی کارشناسی تئاتر در دانشگاه سوره دربارهٔ اجرای نمایش «دوشس ملفی» می‌گوید: «تنوع و تکثر میزانسن‌ها و قاب‌ها در حدی خوب بود که آدم متوجه زمان طولانی اجرا نمی‌شد» (ملیکا، ١٤ بهمن ١٣٩٥). دانشجوی کارشناسی نمایش در دانشگاه هنر دربارهٔ نمایش «کاناپه» معتقد است: «اصلاً چیزی به اسم ریتم در اجرا وجود نداشت» (دانیال، ٢٨ اردیبهشت ١٣٩٦). این دسته از تماشاگران در تمایز با تماشاگرانی قرار می‌گیرند که مبنای قضاوتشان بیشتر مضمون و محتوای اثر است. برای مثال، دانشجوی کارشناسی مکانیک دانشگاه آزاد دربارهٔ نمایش «کاناپه» معتقد بود: «داستان ماجرا به زندگی جوان‌های هم‌نسل من نزدیک بود» (مرتضی، ٩ تیر ١٣٩٦). فارغ‌التحصیل کارشناسی‌ارشد مترجمی زبان انگلیسی دربارهٔ نمایش «دوشس ملفی» می‌گوید: «هیچ دغدغه و مضمونی نداشت» (مریم، ١٣ تیر ١٣٩٦).

به عبارت دیگر، با ادبیات بوردیویی یک سمت تماشای ناب که به معنای گسستن از نگرش متعارف به جهان است، به معنای واقعی کلمه، نوعی انفصال اجتماعی است و همواره فرم و شکل را به کارکرد و محتوا ترجیح می‌دهد و سمت دیگر نوعی سلیقهٔ پرورش‌نیافته‌تر است که بر پایهٔ تأیید و تحکیم پیوستگی هنر و زندگی استوار است و اجرای نمایش تنها در صورتی کاملاً موجه دانسته می‌شود که موضوع نمایش، شایستهٔ بازنمایی باشد. همان طور که مشخص است، این تمایز بین سلیقهٔ این دو گروه از تماشاگران، بیش از آنکه بر الگوی سلیقهٔ بوردیو مبتنی باشد (مشروع، میان‌مایه و عامیانه)، بر مبنای یک طبقه‌بندی دوگانه است: تئاتر حرفه‌ای و تئاتر حرفه‌ای – آزاد. نکتهٔ مهم این است که این تقابل دوگانه مابه‌ازایی در مکان‌های تئاتری (دولتی و خصوصی) ندارد و حتی می‌توان گفت با نوعی تمایززدایی در مکان‌های نمایشی روبه‌رو هستیم. کارگردانانی که پیش از این در سالن‌هایی مستقل، اجراهایی زیرزمینی داشتند نیز پایشان به سالن‌های خصوصی باز شده است؛ سالن‌هایی که کاملاً براساس اقتصاد بازار عمل می‌کنند و هویتی تجاری دارند (اجرای «دوشس مالفی» رضایی‌راد در سالن تئاتر مستقل یا اجرای نمایش «سی» به کارگردانی اصغر دشتی در کاخ سعدآباد در سال ١٣٩٤). علاوه بر این با اجراهای زیادی (١١ اجرا از شهریور ١٣٩٥ تا شهریور ١٣٩٦) روبه‌رو هستیم که در دو نوبت از سال در دو سالن مجزا اجرا می‌شوند و پیش از این هویت‌های متمایزی را نمایندگی می‌کردند (از نمایش «مضحکهٔ شبیه قتل» حسین کیانی در تئاتر باران و تئاتر شهر گرفته تا اجرای «ماتریوشکا» به کارگردانی پارسا پیروزفر و «آشپزخانه» به کارگردانی حسن معجونی)؛ بنابراین، هویت مکان‌های نمایشی در تهران دیگر هویت متمایزی ندارند.

این تماشاگران تازه‌وارد، نه به‌دلیل داشتن سرمایهٔ فرهنگی بالا (بنا بر الگوی بوردیو) بلکه به‌دلیل وابستگی اجراهای میدان تئاتر تهران به بازگشت سرمایهٔ اقتصادی، نقش کلیدی را در سیاست‌های تولیدی تئاتر و طبیعتاً در سیاست خود اجراها ایفا می‌کنند. تغییراتی که از تغییر در زمان اجرای نمایش‌ها (برای مثال شروع اجرا در ۲۱:۳۰ و دیروقت که نشان‌دهندهٔ حضور تماشاگرانی تازه در میدان تئاتر است) و «حضور بازیگران مشهور تلویزیونی و تغییر در محتوا و رویکرد اجراها که به زعم بسیاری متن‌ها را به متن‌هایی شوخ و سرشار از تکه‌پرانی‌ها و بامزگی‌ها تقلیل داده است» (نیما، ۱۸ مرداد ۱۳۹۶) و عملاً خودآگاه و ناخودآگاه سبب سیاست‌زدایی از متون و اجراها می‌شود، دیده می‌شود. نوعی همدستی که هم موجب ارضای سلیقه و فرهنگ‌دوستی تماشاگران تازه‌وارد می‌شود و هم ماهیت بی‌روح اجتماعی و فروکاستهٔ آن توجه حکومت را جلب می‌کند.

می‌توان گفت میدان تئاتر خصوصی به میدان قدرت در میدان تئاتر تهران تبدیل شده است و عادت‌واره‌های آن، به‌ویژه عادت‌واره‌ها و سلیقه‌های تماشاگران آن، خود را بر سایر میدان‌ها تحمیل می‌کنند. روندی که میدان تئاتر مشروع (تئاتر حرفه‌ای هنری سابق) که در بیشتر مواقع میدان دانشگاه آن را نمایندگی می‌کند، قادر به انجام آن نیست؛ بنابراین، سلیقهٔ تماشاگران تئاتر حرفه‌ای – آزاد، طبقه‌بندی پیشین موجود در میدان را تغییر داده است. تئاتر پیش از این میدان هنری مشروع در میدان هنر تهران محسوب می‌شد؛ ولی امروزه با تأثیرگرفتن از سالن‌های خصوصی و سلیقهٔ تماشاگران تازه راه‌یافته به میدان تئاتر (میدان قدرت) یک مرحلهٔ دگردیسی را پشت سر می‌گذارد. ناسازی عادت‌واره‌ها و سلیقه‌های تماشاگران با عادت‌واره‌های پیشین حاکم بر تئاتر موجب شده است عاملان میدان تولید و سایر عوامل میدان مجبور شوند سطح اجرا را با میزان سرمایهٔ فرهنگی این تماشاگران تازه‌وارد تطبیق دهند.

نتیجه

با شکل‌گیری و افزایش تعداد سالن‌های خصوصی تئاتر در تهران و به‌دنبال آن افزایش تعداد عامل‌ها چه در میدان تولید و چه مصرف، سه تغییر اساسی در میدان تئاتر رخ داد. ایجاد تغییر در عادت‌واره‌های میدان تولید که به‌دلیل قطع حمایت‌های مالی دولتی به وجود آمد، سبب کوتاه‌شدن پروسهٔ تمرین، استفاده از بازیگران شناخته‌شدهٔ سینما و تلویزیون برای جذب مخاطب گسترده‌تر و استفاده از متون موردپسند این تماشاگر جدید شد. این تغییر، یعنی تبدیل‌شدن میدان تنگ دامنهٔ تولید تئاتر به میدان پهن دامنهٔ تولید، سبب حضور تماشاگران تازه‌وارد به میدان تئاتر شد؛ تماشاگرانی با منفعت‌ها، عادت‌واره‌ها و سرمایه‌های فرهنگی متفاوت و درنتیجه دارای سلیقه‌ای متمایز از تماشاگران پیشین؛ تمایزهایی که سرمایهٔ فرهنگی نهادی و پیشینه و مسیر تماشاگر در میدان تئاتر نقشی کلیدی در شکل‌گیری آنها دارند. نیاز اقتصادی میدان تئاتر به حضور این تماشاگران جدید، سبب شد به‌دلیل ناهماهنگی عادت‌واره‌های این تماشاگران با میدان تئاتر، اجراهای تئاتر با عادت‌واره‌ها و سرمایهٔ فرهنگی این تماشاگران سازگار شود. این امر سبب افزایش خشونت نمادین اعمال‌شده ازسوی عاملان نهادهای آموزشی و برخی عاملان تولید نسبت به تئاتر خصوصی و تماشاگران آنها و سلیقهٔ آنان شد. میزان به‌کاربردن سرمایهٔ فرهنگی در مبارزات میدان تئاتر مشروع و تعیین داوهای مبارزه به‌مرور کمتر شد و سرمایهٔ اقتصادی و حضور گسترده‌تر مخاطب، نقشی کلیدی‌تر در منطق تولید و مصرف میدان تئاتر مشروع ایفا کرد و این به معنای افول اثرگذاری عاملان دارای سرمایهٔ فرهنگی و به‌ویژه عاملان میدان دانشگاه است؛ به‌عبارتی، به‌مرور زمان این تماشاگران تازه‌وارد و سلیقهٔ جدیدشان به میدان قدرت در میدان تئاتر تبدیل شدند و سلیقهٔ (سرمایهٔ فرهنگی و عادت‌واره‌های) آنان بود که نظام ادراک و طبقه‌بندی خود را به میدان تئاتر تحمیل می‌کرد و توانست با محوریت خود، تا حدودی سبب تمایززدایی در مکان‌های نمایشی و نوع اجراهای آنها شود؛ به عبارت دیگر، سلیقهٔ تماشاگران تازه‌وارد به میدان تئاتر بیشتر از آنکه خود فرد طبقه‌بندی‌کننده را طبقه‌بندی کند، طبقه‌بندی پیشین موجود در میدان را تغییر داد. تئاتر پیش از این میدان هنری مشروعی در

میدان هنر تهران محسوب می‌شد؛ ولی امروزه با تأثیرگرفتن از سالن‌های خصوصی و سلیقهٔ تماشاگران تازه‌راه‌یافته به میدان تئاتر (میدان قدرت)، یک مرحلهٔ دگردیسی را پشت سر می‌گذارد. ناسازی عادت‌واره‌های تماشاگران با عادت‌واره‌های پیشین حاکم بر تئاتر سبب شده است عاملان میدان تولید و سایر عامل‌های میدان وادار شوند سطح اجرا را با میزان سرمایهٔ فرهنگی این تماشاگران تازه‌وارد هماهنگ و متناظر کنند.

این تغییرات در میدان تئاتر و مبارزات عاملان مختلف در آن، بدین سمت پیش می‌رود که از یک سو در نبود رسانه‌های حوزهٔ نقد تئاتر، سرمایهٔ اقتصادی گروه‌های اجرایی در حیطهٔ تبلیغات و همچنین سرمایهٔ نمادین بازیگران نقش پررنگ‌تری در آن ایفا کرده است و ازسوی دیگر رشد پرشتاب تعداد سالن‌های نمایشی که همگی به‌ناچار خود را با قاعدهٔ اقتصاد بازار تئاتر منطبق می‌کنند، موجب تمایززدایی بیش از پیش از هویت مکان‌های تئاتری می‌شود؛ بنابراین، مطالعات و پژوهش‌هایی دربارهٔ نسبت نقد و سلیقهٔ تماشاگران در میدان تئاتر و همچنین نسبت مکان و هویت تئاتری، به تبیین و تحلیل جامع‌تر تغییرات میدان تئاتر تهران و سلیقهٔ تماشاگران کمک می‌کند.

منابع

ابادزی، ی. و چاوشیان ح. (۱۳۸۱). «از طبقهٔ اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، *نامهٔ علوم اجتماعی*، ش ۲۰، ص ۲۷-۳.

بنت، س. (۱۳۸٦). *تماشاگران تئاتر؛ نظریه‌ای در خصوص تولید و دریافت*، ترجمهٔ: مجید سرسنگی، تهران: نمایش.

بوردیو، پ. (۱۳۸۷). *گفتارهایی دربارهٔ ایستادگی در برابر نولیبرالیسم*، ترجمهٔ: علی‌رضا پلاسید، تهران: اختران.

بوردیو، پ. (۱۳۹۰الف). *تمایز؛ نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*، ترجمهٔ: حسن چاوشیان، تهران: ثالث.

بوردیو، پ. (۱۳۹۰ب). *دربارهٔ تلویزیون و سلطهٔ ژورنالیسم*، ترجمهٔ: ناصر فکوهی، تهران: فرهنگ جاوید.

بوردیو، پ. (۱۳۹٦). *انسان دانشگاهی*، ترجمهٔ: حسن چاوشیان، تهران: پارسه.

بوسکتی، آ. (۱۳۹۳). «پژوهش بوردیو در زمینهٔ ادبیات؛ زمینه‌ها، سهم‌ها و نگرش‌ها»، ترجمهٔ: آرش حسن‌پور. از وب‌سایت ترجمان http://tarjomaan.com/article.

بون‌ویتز، پ. (۱۳۹۰). *درس‌هایی از جامعه‌شناسی پی‌یر بوردیو*، ترجمهٔ: جهانگیر جهانگیری، تهران: آگه.

تامسون، پ. (۱۳۸۹). «فیلد»، در *مفاهیم کلیدی پی‌یر بوردیو از گرنفل مایکل*، ترجمه: محمدمهدی لبیبی، تهران: افکار، ص ۱٤۱-۱۲٦.

خادمیان، ط. (۱۳۹۰). *سبک زندگی و مصرف فرهنگی*، تهران: جهان کتاب.

خبری، م. (۱۳۸٦). *تئاتر و مخاطب: مجموعه مقالات سمینار پژوهشی*، تهران: نمایش.

دشتی، الف. (۱۳۹٤). «تئاتر پارانویایی: فاقد نظریه، ضد اجتماع و گرفتار در خود»، *فصلنامهٔ سینما و ادبیات*، ش ٤۵، ص ۷٦-۷۱.

رامین، ع. (۱۳۸۹). *مبانی جامعه‌شناسی هنر*، تهران: نشر نی.

راودراد، الف. (۱۳۹۲). *سنخ‌شناسی مخاطب‌های تئاتر در ایران*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

رفیعی‌امانی، م. (۱۳۹۰). *بررسی رابطهٔ قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی؛ مطالعهٔ موردی: جوانان شهر تهران*، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، تهران: دانشگاه پیام‌نور، دانشکدهٔ علوم اجتماعی و اقتصادی.

ژیان‌پور، م.؛ حسن‌پور، آ. و نیلی، ع. (۱۳۹۲). «کشاکش رشته‌ها در میدان دانشگاهی»، *نشریهٔ جامعه‌شناسی کاربردی*، د ۲٤، ش ۳، ص ۲۳۲-۲۱۳.

سلیمانی، س. (۱۳۹۰). *بررسی الگوهای مصرف فرهنگی در میان جوانان تهرانی و عوامل مرتبط با آنها*، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی،

دانشکدهٔ علوم اجتماعی.

شریعتی، س. (۱۳۸٦). «جامعه‌شناسی بی‌هنرها: تحلیلی بر جامعه‌شناسی دریافت هنری»، *پژوهشنامهٔ فرهنگستان هنر*، ش ۲، ص ۳۲-۲۹.

عظیمی، الف. (۱۳۹٤). «تئاتر پارانویایی: فاقد نظریه، ضد اجتماع و گرفتار در خود»، *فصلنامهٔ سینما و ادبیات*، ش ٤٥، ص ۷٦-۷۱.

فلیک، الف. (۱۳۹۲). *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمهٔ: هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

کرکوف، ف. (۱۳۹۲). *جامعه شناسی‌های نوین بین امر جمعی و امر فردی*، ترجمهٔ: علی‌رضا خدامی، تهران: کتاب عامه.

گرنفل، م. (۱۳۸۹). «زندگی‌نامه، نظریه و عمل»، در *مفاهیم کلیدی پی‌یر بوردیو*، ترجمه: محمدمهدی لبیبی، تهران: افکار. ص ۹۵-۵۱.

لش، الف. (۱۳۸۸). *جامعه شناسی پست مدرنیسم*، ترجمهٔ: حسن چاوشیان، تهران: مرکز.

هولتن، الف. (۱۳۹۲). *مقدمه بر تئاتر: آینهٔ طبیعت*، ترجمهٔ: محبوبه مهاجر، تهران: سروش.

Bourdieu, P. (1970) *Reproduction in Education, Society and Culture*. New York: SAGE Publications.

Bourdieu, P. (1979) *The Inheritors: French Students and Their Relations to Culture*. Chicago: University of Chicago Press.

Bourdieu, P. (1989) Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory*, 7: 14-25.

Bourdieu, P. (1991) *The Love of Art: European Art Museums and Their Public.* Stanford: Stanford University Press.

Bourdiou, P. (1993a) *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity.

Bourdiou, P. (1993b) Concluding Remarks: For a Sociogenetic Understanding of Intellectual Works". In Calhoun, C; Lipuma, E. & Postone, M. *Bourdiou: Critical Perspectives*. Chicago: University of Chicago Press. 235-263.

Bourdieu, P. (1996a) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.

Bourdieu, P. (1996b) *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*. Stanford: Stanford University Press.

Bourdieu, P. (1998) *Practical Reason*. Cambridge: Polity.

Bourdieu, P. (2002) *Science of Science and Reflexivity*. Cambridge: Polity.

Casey, L. K. (2005) Defining Political Capital: A Reconsideration of Bourdieu s Interconvertibility Theory. *The Journal of Political Science Education*, 14 (4): 106-113.

Entwistle, J. & Rocamora, A. (2006) The Field of Fashion Materialized: A Study of London Fashion Week. *British Journal of Sociology*, 40 (4): 735-751.

Grotowski, J. (1968)*Towards a Poor Theatre*. London: Routledge.

Kauffmann, S (1985) Broadway and the Necessity for Ban Theatre. *New Theatre Quarterly*, 1(4): 359-363.

Lamont, M. L. (2012) How Has Bourdieu Been Good to Think with? The Case of the United States. *Sociological Forum*, 27 (1): 228-237.

Peterson, R. A. (1992) Understanding Audience Segmentation: from Elite and Mass to Omnivore and Univore. *Poetics*, 21: 243-258.

Stallybrass, P. & White, A. (1986). *The Politics and Poetics of Transgression*. New York: Cornell University Press.

Throsby. C. D. & Withers G. A. (1979). *The Economics of the Performing Art*. New York: St. Martin's Press.

Turner, J. H. (1998) *The Structure of Sociological Theory*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

Journal of Applied Sociology
30th Year, Vol. 73, No. 1, Spring 2019
pp. 1-4
Received: 26.11.2017 Accepted: 14.07.2018

Analyzing and Explaining the Relationship between University Field and the Legitimate Tastes of Tehran's Theater Audience

Farzan Sojoodi
Associate Professor, Department of Show, Art University of Tehran, Iran
Misagh Nemat Gorgani
Ph.D. Student of Art Research, Art University of Isfahan, Iran
* *Corresponding author, e-mail: fsojoodi@gmail.com*

Introduction

The field of action of the spectator covers a broad range, from the simple act of buying a ticket to decoding and interpreting the performative text. Because of the live nature of theater, audience is of greater importance in theater as it is one of the few arts in which the spectator is part of the definition of the art in terms of the thematic and performative status; Furthermore, in modern societies, the consumption behaviors of individuals provide the basis for the formation of social identity. Consumption is based on perception and way of valuation and is consequently selective and derived from attitudes, values and tastes; it symbolizes the characteristics through which the individual is judged. This process of selection emerges in the cultural consumption, cultivated taste, and the cultural competence used in the nature of cultural goods and the way they are consumed ˚ originates from the extent to which cultural capital is possessed; and the indices of cultural capital can be official education, family background and occupational cultural. That is why art and cultural consumption are predisposed, consciously and deliberately or not, to fulfil a social function of legitimating social differences. The studies by Pierre Bourdieu, as one of the most influential cultural sociologists, on habits of art consumption constitute a part of his broader sociology dealing with the cultural and material structures of inequality in society. In Bourdieu sociology it is argued that culture is an important domain of the struggle between social groups and classes, where there is an incessant, endless conflict over the bases of identity and hierarchy. Taste is one of the most vital stakes in the struggles fought in the field of the dominant class and the field of cultural production. In fact, like many other cultural studies theorists, Bourdieu is interested more than anything else in examining the relationship between culture and power. In this regard Bourdieu deals with the charismatic conception which, by refusing to take into consideration the social conditions of production and reception, makes it impossible to fully understand cultural phenomena and, moreover, produces effects of symbolic violence in that it conceals the mechanisms that hinder access *to* culture, thereby making it a rare good, inaccessible to the majority. According to Bourdieu, that is *why* art and cultural consumption are predisposed, consciously and deliberately or not, to fulfil a social function of legitimating social differences. For the same reason Bourdieu believes that people internalize their class realities and express them through their cultural choice. Thus, the origins of differences among individuals manifest themselves in the field of culture, and university field and education certificates play a key role in legitimizing the cultural capital of individuals. The considerable increase in the number of theater halls in the last decade has resulted in fundamental changes in the process of production and consumption of theater in Tehran, affecting various agents, from production teams and theater owners to spectators. The present research examines the causes and meanings of these changes using the theoretical concepts of Bourdieu sociology and by considering the importance of university field in the formation of cultural capital and establishing the legitimate taste. Since a popular belief about theater spectators in Iran is that they are only members of the elite and intellectuals of the society and also due to discussion and debates arising as a result of the increase in the number of theater halls in Tehran and the entrance of new spectators into the circle of theater-goers, as well as the importance of educational capital in the formation of taste in the framework of Bourdieu thought, the present research, by explaining and classifying habitus and the capitals of legitimate theater field and examining the relationship between the capitals and interests of new spectators and those of university field agents, deals with the formation and analysis of their tastes. This study also seeks to analyze how legitimate theater field is defined and its boundaries are determined by the audience and the academics; because of the interests they seek, the audiences of these subfields employ strategies and struggles in order to legitimize their definition of legitimate theater field.

Copyright©2019, University of Isfahan. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (http://creativecommons.org/licenses/BY-NC-ND/4.0), which permits others to download this work and share it with others as long as they credit it, but they can t change it in any way or use it commercially.

Material & Methods

The interaction between the habitus and capital of the audience of private theater field and agents of university field and the struggles and strategies of each party in theater fields are analyzed so that the way for the analysis and classification of their actions and choices is paved. Thus, using the methodological framework of Pierre Bourdieu and the causal and interpretative analysis of the experimental data collected through qualitative (semi-structured interview and observation) and quantitative (mixed questionnaire) methods in theater and university fields, the differences in cultivated tastes of professors, students and theater audience and the areas for their application in legitimate theater field have been studied. data collection in the interviews was conducted based on the process of grounded theory . People in the study are selected based on their relevance to the subject of the research. They are not selected for constructing a (statistically) representative sample of a general population. Thus, of all different types of semi-structured interviews, the present study will focus on problem-centered interview because In particular, by using an interview guide incorporating questions and narrative stimuli it is possible to collect biographical data with regard to a certain problem; and also process orientation in the research process and in the understanding of the object of research. In order to cover both theater and university fields, in-depth interviews were carried out with ten university professors, twenty-eight drama students and graduates and sixteen theater spectators (educated in majors other than arts). Based on distinctions between these two fields, the geographical position of theater halls, type of performance, whether the theater hall was a private or state hall, the time of the play, and the price of the ticket, the spectators of the following plays were considered as the research population; overall, 48 spectators (each performance four people, 28 students of performing arts and 16 spectators educated in majors other than arts) were studied (through interviews and questionnaires).

Since the present research is based on an a priori theoretical framework ˚ Bourdieu s field theory ˚ directed content analysis was used to analyze the interviews. For this purpose, by relying on Bourdieu s theoretical concepts to focus on research questions, and by taking into account predications regarding the relationships among research variables, the key concept for the classification of initial codes for theater spectators was institutional cultural capital; and, for university professors, it was their presence or absence in the field of production of theater.

Discussion of Results & Conclusions

With the formation of and the increase in the number of private theater halls in Tehran and subsequently the increase in the number of agents in the fields of production and consumption, three important changes occurred in theater field. Changes in the habitus of production field, which because of withdrawal of financial support of the government, resulted in shorter rehearsal time, employment of well-known cinema and television actors to attract large audiences, and the use of texts and plays most favored by spectators. The transformation of the de-limited field of theater production to the large-scale field of production resulted in the entrance of new spectators into the field of theater, with their different interests, habitus and cultural capital, and a taste quite different from that of former spectators. These distinctions are mainly shaped by institutional cultural capital and the background of the spectator in the field of theater. The economic dependence of theater field on the presence of these new spectators has caused theatrical performances to adapt themselves to the cultural capital and habitus of these spectators. This led to an increase in the symbolic violence exerted by the agents of educational institutions and some production agents on private theater and their spectators and taste. Cultural capital has been used less and less in waging struggles in the legitimate theater field and determining the moves for struggle, and economic capital and the presence of larger audiences played a more prominent role in the logic of production and consumption of the legitimate theater field; this means that the effect of agents, especially agents in university field, who enjoy cultural capital has decreased. In other words, these new spectators and their new taste have gradually turned into the field of power in theater field, and it is their taste ˚ cultural capital and habitus ˚ that imposes its system of perception and classification on theater field and has been able to somehow eliminate distinction in theater halls and the types of performance by taking a central positions.

Keywords: Theater Spectators, Legitimate Taste, University Field, Field Theory, Pierre Bourdieu

References

Abazari, Y. and Chavoshian H. (2002) From Social Class to Lifestyle: The Sociological Analysis of Social Identity. *Name-ee ooou Eaaaaal*, 20: 3-27. In Persian.

Azimi, A. (2015) Paranoid Theater: without Theory, Anti-Social and Involved in Itself. *Cinema and Literature Quarterly*, 45: 83-87. In Persian.

Bain, D. (1987) *Actors and Audience: A Study of Asides and Related Conventions in Greek Drama*. Oxford: Oxford Press.

Baumol, W. & Bowe, W. (1966) *Performing Arts, the Economic Dilemma: A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music and Dance*. Cambridge: M.I.T. Press.

Bennett, S. (1997) *Theatre Audiences: a Theory of Production and Reception*. New York. Routledge.

Bonnewitz, P. (1997) Lessons on the Sociology of Pierre Bourdieu. *Paris: Paris University Press.*

Boschetti, A. (2006) Bourdieu s Work on Literature Contexts, Stakes and Perspectives. *Culture & Society* 23 (6): 141-151.

Bourdieu, P. (1977) *Outline of a Theory of Practice*, R. Nice (trans.). Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, P. (1987a) What Makes a Class? *Berkeley Journal of Sociology*, 32: 1-18.

Bourdieu, P. (1987b) The Historical Genesis of a Pure Aesthetic. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 46: 201-210.

Bourdieu, P. (1988) *Homo Academicus*. Stanford: Stanford University.

Bourdieu, P. (1989) Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory* 7: 14-25.

Bourdieu, P. (1990) Bourdieu on Bourdieu: Learning the Lesson of the Le؛on. In Harker, R. and Cheleen, M and Chris, W. (Eds.) (1990) *An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu: The Practice of Theory*. London: Macmillan. 180-194.

Bourdieu, P. (1993a) *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, P. (1993b) Concluding Remarks: For a Sociogenetic Understanding of Intellectual Works. In Calhoun , C. & LiPuma, E. & Postone, M. (1993) *Bourdiou: Critical Perspectives*. Cambridge: Polity Press. 267-276.

Bourdieu, P. (1996) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste.* Trans. Nice, R. Massachusetts: Harvard University Press.

Bourdieu, P. (1998a) *Practical Reason*, Cambridge: Polity.

Bourdieu, P. (1998b) *Act of Resistance*. Trans, New York: Policy Press.

Bourdieu, P. (1998c) *On Television and Journalism.* London: Pluto Press.

Bourdieu, P. (2003) *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.

Casey, L. K. (2005) Defining Political Capital: A Reconsideration of Bourdieu s Interconvertibility Theory. *Illinois University Political Journals*, 15: 105-110.

Corcuff, P. (2013) *New Sociologies between the Collective and the Individual*. Trans. Khodami, A. Tehran: Ketab-e Allameh. In Persian.

Crossley, N. (2008) Social Class. In Grenfell M. (2008) *Pierre Bourdieu: Key Concepts*. Stocksfield: Acumen Press. 87-101.

Dashti, Asghar (2015) Paranoid Theater: without Theory, Anti-social and Involved in Itself. *Cinema and Literature Quarterly*, 45: 83-87. In Persian.

Feral, J. (1982) *Theatricalty*. Paris: Sorbonne Press.

Friedland, R. (2009) *The Endless Fields of Pierre Bourdieu*. *Organization*, 3(4): 209˚339.

Grenfell M. (2008) *Pierre Bourdieu: Key Concepts*. Stocksfield: Acumen Press.

Grotowski, J. (1968) *Towards a Poor Theatre*. New York: Routledge.

Habibian, N. and Aqahossieni, M. (2010) *hhhran's Theaters from 1858 to 2010*. Tehran: Afraz. In Persian.

Kauffmann, S. (1985) Broadway and the necessity for ban theatre. *New Theatre Quarterly* 1(4): 78-83.

Khademian, T. (2011) *Lifestyle and Cultural Consumption*. Tehran: Jahan-e Ketab. In Persian.

Lash, S. (1990) *Sociology of Postmodernism*. New York: Routledge.

Maton, K. (2008) Habitus. In Grenfell M. (2008) *Pierre Bourdieu: Key Concepts*. Stocksfield: Acumen Press. 49-67.

Mohandespour, F. (2015) Paranoid Theater: without Theory, Anti-Social and Involved in Itself. *Cinema and Literature Quarterly*, 45: 83-87. In Persian

Ramin, A. (2011) *Bases of Sociology of Art*. Tehran: Nay. In Persian.

Robbins, D. (2008) Theory of Practice. in Grenfell, M. (2008) *Pierre Bourdieu: Key Concepts*. Stocksfield: Acumen Press. 27-43.

Rubio, F.D & Silva, E. B (2013) Materials in the Field: Object-Trajectories and Object-Positions in the Field of Contemporary Art. *Cultural Sociology*, 7 (2): 161-178.

Stallybrass, P. and White, A. (1986) *The Politics and Poetics of Transgression*. Ithaca: Cornell University Press.

Schubert, J. D. (2008) Suffering. in Grenfell, M. (2008) *Pierre Bourdieu: Key Concepts*. Stocksfield: Acumen Press. 183-199.

Sojoodi, F. (2006) Studying Role of Audience in Theatre by Cultural Semiotics Perspective. In Khabari, M. A. (2006) *Theatre and Audience*. Tehran: Namayesh Press. 145-157. In Persian.

Sorour, R. (2015) Paranoid Theater: without Theory, Anti-social and Involved in Itself. *Cinema and Literature Quarterly*, 45. 83-87. In Persian.

Thomson, P. (2008) Field. in Grenfell, M. (2008) *Pierre Bourdieu: Key Concepts*. Stocksfield: Acumen Press. 67-85.

Throsby, C. D & Withers, G. A. (1979) *The Economics of the Performing Art*. New York: St. Martin's Press.

Turner, J. H. (1998) *The Structure of Sociological Theory*. Belmont: Wadsworth Publishing

Company.
Wacquant, L. (1998) Pierre Bourdieu. In Stones, R. (1998) *Key Sociological Thinkers*. London: Macmillan Publishers Ltd. 215-230.
Zhianpour, M. and Hasanpour, A. and Nili, A. (2013) Competition of Different Academic Disciplines in the Academic Field (Comparison of the Cultural Capital of Four Disciplines in the University of Isfahan). *Journal of Applied Sociology*, 24 (3): 213-232. In Persian.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی