

## بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نمادین فرهنگی (مطالعه‌ی موردی: دانشجویان دانشگاه دولتی ایلام)

دکتر یارمحمد قاسمی<sup>۱</sup>  
احسان نامدار جویمی<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف این مقاله، بررسی ابعاد سه گانه سرمایه‌ی فرهنگی با سرمایه‌ی نمادین فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه دولتی ایلام می‌باشد. در این راستا با توجه به نظریه‌ی «بوردیو» در زمینه‌ی سرمایه فرهنگی و سرمایه‌ی نمادین فرهنگی، یک فرضیه کلی و سه فرضیه جزئی شکل گرفت. روش تحقیق، پیمایشی بود و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار spss ۲۱ و lisrel 9/1 استفاده شد. جامعه‌ی تحقیق شامل ۴۶۲۰ نفر از دانشجویان دانشگاه دولتی ایلام بود. با توجه به فرمول کوکران و جدول کرجسی مورگان، تعداد نمونه ۳۶۰ نفر در نظر گرفته شد. یافته‌ها نشان می‌دهد، شدت رابطه (I) ابعاد سرمایه فرهنگی (تجسم یافته، عینیت یافته، نهادینه شده)، معنادار و با سرمایه نمادین فرهنگی برابر با ۰/۸۳۳، ۰/۱۸۶، ۰/۷۱۴ و میزان رابطه کلی سرمایه فرهنگی با سرمایه نمادین فرهنگی برابر با ۰/۷۵۴ و معنادار است. نتایج حاکی از آن است که وجود سلسله مراتب سرمایه فرهنگی، باعث ایجاد کشاکش نمادین سرمایه‌ها می‌شود. اگر مرجع (برای تقلید فرهنگی)، از خود مردم باشد و فاصله‌ی کمتری با اقشار مختلف از نظر طبقاتی، داشته باشد از طرف آنان، بهتر مورد پذیرش قرار خواهد گرفت؛ بنابراین می‌توان از قدرت نمادین فرهنگی در جهت سیاست‌گذاری‌ها و گروه‌بندی‌های اجتماعی در جامعه استفاده کرد.

**واژگان کلیدی:** سرمایه‌ی فرهنگی، تجسم یافته، سرمایه‌ی فرهنگی، عینیت یافته، سرمایه‌ی فرهنگی

نهادینه شده، سرمایه‌ی نمادین فرهنگی.



## مقدمه و بیان مسئله

«ما در عصری زندگی می‌کنیم که پیرامون ما را سازمان‌ها و افراد محاصره کرده‌اند. هر کدام از این سازمان‌ها و افراد نقش خاصی دارند و برای رسیدن به هدفی خاص با هم تلاش نموده و در رقابت هستند. وجود سرمایه در جامعه به صورتی است که نمی‌توان وجود آن را در عرصه‌ای خاص از جامعه در نظر گرفت. می‌توان گفت: تمامی جامعه به وسیله‌ی سرمایه پوشیده شده است» (جنکینز، ۱۳۸۴: ۱۳۶). از طرفی دیگر وجود سرمایه مختص به سازمان و جامعه نمی‌باشد و افراد را نیز شامل می‌شود. «همه افراد از سرمایه‌های مختلف برخوردار هستند و می‌توان گفت که جامعه و انسان‌ها را بدون وجود سرمایه نمی‌توان در نظر گرفت» (بوردیو، ۱۹۸۹: ۱۴۵)؛ «سرمایه را می‌توان در چهار مقوله تفکیک کرد: سرمایه‌ی اقتصادی، اجتماعی (انواع روابط ارزشمند با دیگران)، فرهنگی (انواع اقسام معرفت مشروع) و نمادین (پرستیژ و افتخار اجتماعی)» (جنکینز، ۱۳۸۴: ۱۳۶). در نظر جامعه‌شناسانی همچون بوردیو، فرض بر این است که سرمایه‌ها با هم در ارتباط هستند و انواع آن‌ها قابلیت تبدیل به یکدیگر را دارند؛ ولی نرخ تبدیل آنها متفاوت است.

سازمان‌ها و افراد، با سرمایه‌ی کم و زیاد و منفی و مثبت، وجود دارند؛ ولی سازمان و فرد بدون سرمایه وجود ندارند. عرصه‌های مختلف جامعه از سرمایه تهی نمی‌باشد و سرمایه، جای‌جای جامعه را پر نموده و افراد و سازمان‌ها دارای سرمایه می‌باشند؛ ولی میزان (کم و زیاد) و جهت (منفی و مثبت) آن‌ها متفاوت است؛ از این رو، رابطه‌ی میان سرمایه و نرخ تبدیل سرمایه‌ها به یکدیگر از اهمیت شایانی برخوردار است و نتایج آن در زمینه‌های مختلفی مانند: بازاریابی، ایجاد کسب و کارهای زودبازده و به وجود آمدن مراکز مختلف آموزشی، علمی، فرهنگی و اجتماعی در عرصه‌های مختلف، قابل ذکر می‌باشد. تهاجمات فرهنگی، از سوی کشورهای غربی و در زمینه‌های مختلفی صورت می‌گیرد و همواره شاهد این مطلب هستیم که در شبکه‌های مختلف اجتماعی و رسانه‌ای، نمادسازی می‌شود؛ به این صورت که چیزی و یا فردی را نماد قرار می‌دهند تا رفتار، گفتار و پندار سایر اقشار و آحاد ملت را تحت تأثیر قرار دهند از این رو، این تحقیق در صدد بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی با سرمایه‌ی نمادین فرهنگی و نشان دادن شدت این رابطه برای برنامه‌ریزی‌های کلان و خرده فرهنگی در جامعه است تا با شناخت این رابطه، فرهنگ‌سازی و ارتقای سطح سرمایه‌های فرهنگی، بتوان در سرمایه‌های نمادین فرهنگی تغییراتی ایجاد کرد و با نمادسازی و ارتقای سطح سرمایه‌های نمادین بتوان در ارتقای سطح سرمایه‌های فرهنگی کشور گامی مؤثر برداشت و کشور را به سمت پیروی از الگوها، نمادها و فرهنگ‌های مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی سوق داد. در بررسی‌های انجام شده در داخل و خارج، موردی که در آن ارتباط میان سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نمادین بررسی شده باشد، مشاهده نشد. با توجه به اهمیت رابطه‌ی این دو سرمایه از جهت مدیریت و تولید، این سؤال مطرح می‌شود که چه



رابطه‌ای میان سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نمادین فرهنگی وجود دارد؟

### مفهوم شناسی و واکاوی نظری

**سرمایه:** «از دید بورديو، سرمایه، هر منبعی را گویند که در عرصه خاصی اثر گذارد و به فرد امکان دهد که سودی ویژه از راه مشارکت در رقابت بر سر آن به دست آورد» (اکبری، ۱۳۸۳: ۲۳). «وی، سرمایه را به چند مقوله‌ی گسترده تقسیم می‌نماید: اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادین که هر کدام از آنها را می‌توان در پرتو میدان‌های خاص به مقولاتی جداگانه تقسیم نمود» (فاین، ۱۳۸۵: ۱۰۲ و ۱۰۳). «سرمایه، عملاً کار انباشته شده (در شکل مادی و معنوی) است. به دست آوردن سرمایه، زمان بر است؛ اما وقتی به دست می‌آید می‌توان آن را در موقعیت‌های جدید، سرمایه گذاری نمود» (جنکینز، ۱۳۸۴: ۱۰۱). «سرمایه، ثروتی مولد یا منبعی است که شخص می‌تواند جهت ایجاد در آمد یا منابع اضافی دیگر، به کار برد» (وگت<sup>۲</sup>، ۱۹۹۳: ۲۹).

**سرمایه‌ی فرهنگی:** یکی از مشهورترین دانشمندان و نظریه پردازان سرمایه‌ی فرهنگی، بورديو است که در این مقاله از نظریات وی استفاده می‌شود. او تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر مصرف، فعالیت و سبک زندگی را با توسل به نظریه‌ی تمایز بیان می‌کند؛ به طوری که دارندگان سرمایه‌ی فرهنگی زیاد، خود را با مصرف فرهنگ و هنر متعالی، از بقیه متمایز می‌کنند. داشتن سرمایه‌ی فرهنگی بیشتر به معنای داشتن توان شناختی بالاتر و گرایش به هنر متعالی، ناشی از شایستگی بیشتر دارندگان این سرمایه است» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۸).

بورديو، معتقد است که طبقه بالای جامعه، علاوه بر امکانات اقتصادی و به تبع آن سیاسی، سرمایه‌ی فرهنگی و اجتماعی را نیز در اختیار دارند. این امر مانند سرمایه‌ی اقتصادی، موجب می‌شود که آنان در چرخه‌ی بازتولید قرار گیرند و موجب افزایش آن شوند و از طریق سرمایه‌ی فرهنگی، شیوه‌ی رفتار و گفتار خود و همین‌طور نحوه‌ی عمل اجتماعی خود را از دیگر طبقات جدا کنند؛ به طوری که این طبقه با داشتن امکانات و ملزومات فرهنگی، از لحاظ ذهنی و عینی، در ساختاری قرار می‌گیرند که خود را از دیگر طبقات جامعه جدا می‌دانند. نمونه‌ی بارز این ساختار ذهنی و تأثیر آن بر ساختار عینی از نظر بورديو، وجه ذائقه‌ی زیباشناختی است. به زعم وی این ذائقه، همراه انسان پا به عرصه‌ی وجود نمی‌نهد؛ بلکه اکتسابی است و طبقات بالای اجتماع از طریق آن، خود را از اعضای دیگر جامعه جدا می‌دانند و در واقع، ذائقه‌ی بیشتر جایگاه طبقاتی دارد. خدمت اصلی تفکر بورديو در توسعه مجموعه‌ای از استعاره‌های قوی برای بیان موشکافانه‌ی رابطه‌ی قدرت و سلطه در جهان اجتماعی و به طور کلی قشربندی فرهنگی است. به نظر وی «فرهنگ، درون یک فضای اجتماعی پخش شده است؛ سپس به وسیله‌ی میراث، انتقال یافته و بالاخره به صورت فرهنگ، سرمایه گذاری می‌شود» (ریترز، ۱۳۸۱: ۷۲۱). داشتن این سرمایه برای دارندگان آن، کارکردهایی دارد؛



از جمله آن که موجب کسب مشروعیت از طریق بقیه‌ی سرمایه‌ها می‌شود. کسی که به واسطه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی منزلت دارد، می‌تواند روایت خود را از دنیای اجتماعی بر دیگران تحمیل کند یا دارندگان این سرمایه می‌توانند خود را از الزامات زندگی روزمره جدا کنند و نوعی گزینش دلخواه در عرصه‌ی فرهنگ انجام دهند. به بیان بوردیو، «زیباشناختی محض، از اخلاق یا همان خلق و خوی فاصله گرفتن و گزینشی از الزامات طبیعی و اجتماعی نشأت می‌گیرد» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۸). «نکته‌ی حائز اهمیت در اندیشه‌ی بوردیو، راجع به انواع سرمایه، آن است که اشکال گوناگون سرمایه، قابل تبدیل به هم هستند؛ پس، می‌توان گفت که جوهر نظریه بوردیو راجع به انواع سرمایه، در این امر نهفته است که سرمایه‌های غیر اقتصادی یا غیر مادی نیز قابل انباشت، مبادله و تبدیل به سایر انواع سرمایه‌اند» (کروبی، ۱۳۸۷: ۳۱۳).

### ابعاد سرمایه فرهنگی از دیدگاه بوردیو

- **سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته**<sup>۳</sup>: «این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد، ارتباط نزدیک دارد؛ در واقع، نوعی ثروت بیرونی است که به عنوان بخش جدایی ناپذیری از فرد درآمده است. این همان بخشی است که بوردیو آن را بعد سرمایه‌ی فرهنگی همراه با تولد می‌نامد که نمی‌توان آن را از راه هدیه، خرید و یا مبادله به دیگری منتقل کرد. این نوع سرمایه، به صورت آمادگی مداوم ذهن و جسم، تجلی می‌یابد» (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۱۳۷). «این بعد از سرمایه‌ی فرهنگی، توانایی بالقوه‌ای دارد که به تدریج، بخشی از وجود فرد شده و در او به تثبیت رسیده است که می‌تواند با سرمایه‌گذاری زمان، در شکل‌گیری یادگیری، افزایش یابد. این سرمایه، در فرد عجین و از اجزای او می‌شود؛ بنابراین نمی‌تواند به طور آنی انتقال یابد» (نوغانی، ۱۳۸۳: ۱۳۷).

- **سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته**<sup>۴</sup>: «این بعد از سرمایه‌ی فرهنگی که بیشتر در کالاها و اشیاء مادی تجسم می‌یابد، از بدیهی‌ترین و آشکارترین نوع ابعاد سرمایه‌ی فرهنگی است که افراد جامعه می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. از ویژگی‌های بارز آن، قابل انتقال بودن آن است. «این سرمایه به نوعی در شکل اقتصادی هم مطرح می‌باشد و می‌تواند جنبه‌ی نمادین آن نیز حفظ شود؛ به طور خلاصه، به تمامی اشیاء و کالاهای فرهنگی، سرمایه فرهنگی عینی می‌گویند؛ اما خصلت اساسی این سرمایه، در این است که اثر آموزشی، بر دارندگان آن می‌گذارد» (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۱۳۷).

- **سرمایه‌ی فرهنگی نهادینه شده**<sup>۵</sup>: لازمه‌ی این نوع سرمایه، وجود افراد با صلاحیت و مستعد، در جهت کسب انواع مدارک تحصیلی و دانشگاهی است؛ از طرف دیگر، وجود نهادهای رسمی است که این مدارک تحصیلی را صادر و به آن رسمیت بخشند. از ویژگی‌های بارز این سرمایه، این است که به شکل پل‌ی میان اقتصاد و فرهنگ عمل می‌کند و این توانایی را دارد که سرمایه‌ی فرهنگی را، از

3- Embodied Cultural Capital.

4- Objective Cultural Capital

5- Institutionalized Cultural Capital



راه کاربرد آن به طریق معقول و رسمی، به نوعی سرمایه‌ی اقتصادی تبدیل نماید. «سرمایه‌ی فرهنگی نهادینه‌شده، با قانون و مقررات نهادینه‌شده، حاصل می‌شود و برای دارنده‌ی آن پایگاه اجتماعی ایجاد می‌کند. این بعد از سرمایه فرهنگی، به کمک ضوابط اجتماعی و به دست آوردن عنوان‌هایی مانند: مدارک تحصیلی، تصدیق حرفه و کار برای افراد دارنده آن کسب موقعیت می‌کند. این سرمایه، قابل انتقال و واگذاری نمی‌باشد و به دست آوردن آن برای افراد، به شرایط معینی بستگی دارد» (نوغانی، ۱۳۸۳: ۱۳۷).

### سرمایه‌نمادین

بورديو، برای بسط مفهوم سرمایه نمادین، از مفاهیم «کارزماتیک» و «مشروعیت» و بر کمک می‌گیرد؛ می‌توان گفت مهم‌ترین تأثیر ویر بر بورديو در اینجا نمایان می‌شود. بورديو، همچون ویر معتقد است که اعمال قدرت به مشروعیت، نیاز دارد. «افراد و گروه‌هایی که می‌توانند خود را از گروه‌ها و افرادی که منافع مشخصی دارند، به گروه‌ها و افرادی که منافعی ندارند، تغییر دهند، به گفته‌ی بورديو به کسب سرمایه‌ی نمادین، نائل گشته‌اند» (سوارتز، ۱۳۸۱: ۳). این سرمایه، روابط مبتنی بر منافع بنیادین را که با آنها مرتبط است، با مشروعیت دادن به آنها پنهان می‌کند. پس، «سرمایه‌ی نمادین، شکلی از قدرت است که نه به عنوان قدرت؛ بلکه به عنوان تقاضای مشروع برای به رسمیت شناختن، احترام، اطاعت و خدمات دیگران، مشاهده می‌شود» (سوارتز، ۱۳۸۱: ۲۷). به عبارت دیگر، سرمایه‌ی نمادین، هر نوع از سرمایه است که دسته‌ای از اعضای اجتماع، آن را درک می‌کنند، به رسمیت می‌شناسند و برای آن ارزش قائل می‌شوند. «سرمایه‌ی نمادین که از حیثیت شخص، سرچشمه می‌گیرد؛ مجموعه‌ی ابزارهای نمادینی چون: پرستیژ، احترام، قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) و شکوه و فرهمندی را به فرد عطا می‌نماید» (فکوهی، ۱۳۸۴: ۳۰۰).

وجه بسیار مهم سرمایه‌ی نمادین، وجود نوعی رابطه‌ی دو سویه در مسئله‌ی شناخت آن است. «می‌توان سرمایه‌ی نمادین را حاصل تصدیق مشروعیت کسی دانست که آن را در اختیار دارد. پس، قدرت و تسلط آن کس به دیگران؛ به دلیل داشتن مشروعیت، از یک سو، و تأیید این مشروعیت از سوی دیگر، به دست می‌آید» (شویره و فونتین، ۱۳۸۵: ۱۰۲). «این سرمایه، جز در احترام، بازشناسی، باور، اعتبار و اعتماد دیگران وجود خارجی، پیدا نمی‌کند و تا زمانی که باور دیگران را به همراه نداشته باشد، نمی‌تواند دوام بیاورد؛ اما در صورت وجود آن، اعتماد و پذیرش از سوی همگان، آن شخص، به مشروعیت دست می‌یابد» (جنکینز، ۱۳۸۴: ۱۱۹). شکل‌های گوناگون سرمایه (اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی) هم وسیله و هم هدف استراتژی ما هستند که برای دستیابی به تمایز و تشخیص در هر میدان پیگیری می‌شوند.

سرمایه‌ی نمادین فرهنگی: «آن دسته از سرمایه‌ی فرهنگی می‌باشد که برای مردم به عنوان نماد، محسوب می‌شود و مردم برای دارنده‌ی آن احترام و منزلت خاصی قائل می‌شوند. سرمایه‌ی فرهنگی



نمادین، چیزی است که فرد، با داشتن آن، در چشم مردم مورد ستایش و احترام است؛ البته باید به این نکته اشاره کرد که سرمایه‌ی نمادین فرهنگی به معنای داشتن سرمایه‌ی فرهنگی بیشتر نمی‌باشد و گاهی خلاف آن نیز صدق می‌کند؛ یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی، فرهنگی خاص یا فرهنگی منفی و متضاد با فرهنگ پذیرفته شده؛ به عنوان سرمایه‌ی نمادین فرهنگی، دارای ارزش و احترام باشد؛ ولی در کل باید گفت که سرمایه‌ی نمادین فرهنگی، هرگونه از سرمایه‌ی فرهنگی محسوب می‌شود که به عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده‌ی آن از جانب مردم یا گروهی خاص، مورد احترام قرار می‌گیرد» (نامدار جومیی، ۱۳۹۳: ۵۰). به عبارتی دیگر، «این سرمایه به عنوان نماد<sup>۶</sup> و سمبل از طرف جامعه شناخته می‌شود. ممکن است سرمایه‌ی فرهنگی فردی مانند: شاعری، نویسندگی و خطاطی، نماد محسوب نشود؛ ولی سرمایه‌ی فرهنگی فردی دیگر مانند: خوانندگی، کارگردانی و بازیگری به عنوان سرمایه‌ی نمادین فرهنگی، محسوب گردد. در کل باید گفت: وجه تمایز نمادین با سایر سرمایه‌ها در کلمه نماد، سمبل و داشتن پرستیژ در چشم دیگران، نهفته است و این نماد با گذر زمان و مکان، تغییر می‌یابد» (نامدار جومیی، ۱۳۹۳: ۵۰).

«سرمایه‌ی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، ممکن است در زمان گذشته، نماد محسوب شده باشند، ولی در زمان حال، نمادین نباشند و افراد به داشتن آنها به عنوان پرستیژ و افتخار، نگاه نکنند و بالعکس؛ یعنی ممکن است در گذشته نماد نبوده‌اند؛ ولی در زمان حال، نماد محسوب می‌شوند» (همان). از طرفی دیگر «ممکن است در یک زمان، در مکان‌های مختلف، سرمایه‌های نمادین مختلفی وجود داشته باشد. امروزه با وجود دستگاه‌ها و سیستم‌های ارتباط جمعی و نزدیک شدن سلیقه‌ها و خواسته‌های جهانی به یکدیگر؛ می‌توان گفت تقریباً سرمایه‌ی نمادین در سراسر جهان به هم نزدیک هست؛ هر چند ممکن است که در برخی از مکان‌ها چیزی، نماد محسوب شود که در جایی دیگر نماد نباشد» (همان).

مقاله‌ی حاضر جهت تبیین مسئله، از مدل بازتولید فرهنگی و اجتماعی بوردیو، استفاده کرده است. با استفاده از این مدل، سرمایه‌ی فرهنگی، شامل سه بُعد عینیت یافته، تجسم یافته و نهادینه شده، است و سرمایه‌ی نمادین نیز شامل سه بعد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. هدف بوردیو از طرح نظریه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی، توضیح نقش تمایزات فرهنگی قراردادی در تعریف موقعیت‌های گوناگون فضای اجتماعی که قدرت و امتیازات متفاوتی را به همراه دارند؛ به علاوه مکانیسم قرار گرفتن افراد در این موقعیت‌های متفاوت، بود. بوردیو و پاسرون<sup>۷</sup>، در پژوهش خود در سال ۱۹۷۷ در تبیین الگوهای نابرابر موجود در نتایج تحصیلی مدارس فرانسه، معتقد بودند که نهادهای آموزشی با سبک‌های خاص تفکر، طبقه‌بندی و جهت‌گیری نسبت به کالاها و تجارب فرهنگی معتبر شناخته می‌شوند که برخی گروه‌های پایگاهی، آنها را اعمال می‌کنند و تفاوت سرمایه‌ی فرهنگی دانش‌آموزان متعلق به

6-symbol.  
7- Passeron.



طبقات اجتماعی گوناگون، بخشی از اختلافات تحصیلی آنها را توضیح می‌دهد. به اعتقاد آنها، کسب مجموعه‌ای از قابلیت‌های فرهنگی در خانواده‌های طبقات بالا، منجر به توسعه‌ی ناآگاهانه و غیرمستقیم مجموعه‌ای از انتظارات، اولویت‌ها و شیوه‌های کنش می‌گردد که بورديو آنها را منش‌های طبقه‌ای می‌نامد. این منش‌های طبقه‌ای با داشتن ساختاری پایدار و پویا، تفکرات، واکنش‌ها و انتخاب‌هایی را به وجود می‌آورند و سازگار با تلاش‌هایی است که طی فرایند گسترش آن، جهت بازتولید محیط صورت می‌گیرند. به نظر بورديو، هرگونه قابلیت که باعث تسهیل تخصیص میراث فرهنگی یک جامعه گردد، می‌تواند سرمایه، تلقی شود. این قابلیت‌ها که توزیع نابرابری در فضای اجتماعی دارند، زمینه‌ی ایجاد امتیازات انحصاری را فراهم می‌کنند؛ علاوه بر این، «در جوامعی که ساختارهای اجتماعی تمایز یافته و نظام آموزشی رسمی وجود دارد، این امتیازات از طریق نهادینه شدن معیارهای سنجشی که به نفع طبقات خاصی است، حاصل می‌گردد» (بورديو، ۱۹۷۷: ۲۴). «در چند دهه‌ی گذشته، پژوهشگران گوناگون، تفاسیر و تعابیر گوناگونی از این مفهوم و مکانیسم‌های تأثیرگذاری آن در عرصه‌ی نابرابری‌های اجتماعی ارائه نموده‌اند. گروهی، در قالب مدل بازتولید فرهنگی بورديو، بر ارتباط پیشینه‌ی اجتماعی و سرمایه‌ی فرهنگی و موقعیت‌های اکتسابی افراد، تأکید دارند؛ در مقابل این رویکرد، «گروهی دیگر، در قالب مدل تحرک فرهنگی، معتقد هستند که سرمایه‌ی فرهنگی نقش مهمی در شکل دادن به نابرابری‌های اجتماعی، بازی می‌کند؛ اما این نابرابری‌ها بیشتر از آن که ناشی از ارتقای موقعیت‌های متمایز انتسابی افراد باشد، ناشی از توسعه‌ی فرصت‌های بیشتر برای طبقات پایین است. این مدل، قائل به تعامل تأثیرگذار بین منابع فرهنگی والدین و پیشینه‌ی اجتماعی آنها و سرمایه‌ی فرهنگی فرزندان، نیست و این دو را مستقل از هم در نظر می‌گیرند، خصوصاً سرمایه‌ی فرهنگی والدین را برای فرزندان لایه‌های بالا چندان مفید نمی‌داند» (آشیا فینرگ و ماس، ۱۹۷۷: ۱۴).

### سوابق تجربی

۱- مرتضی حضرتی در سال ۱۳۹۲، برای دریافت پایان‌نامه کارشناسی ارشد، با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی رابطه‌ی سرمایه نمادین و نگرش به حقوق شهروندی (مطالعه‌ی موردی: شهر تبریز)» انجام داده است. نمونه‌ی مورد بررسی، شامل ۴۰۰ نفر از افراد بالای ۱۵ سال مناطق شهری، شهر تبریز بوده است. نتایج تحقیق نشان‌دهنده‌ی آن است که میان سرمایه‌ی نمادین و نگرش به حقوق شهروندی، رابطه وجود دارد؛ همین‌طور میان سرمایه‌ی نمادین با نگرش به حقوق مدنی و نگرش به حقوق اجتماعی رابطه‌ی معنادار وجود دارد.

۲- ماه گل عبدالله‌زاده‌مینایی در سال ۱۳۹۰، برای دریافت پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تحقیقی با عنوان «تأثیر سرمایه‌ی نمادین خانواده بر خشونت خانگی»<sup>۹</sup> انجام داده است. سرمایه‌ی نمادین در این تحقیق با توجه به نظریه‌ی بورديو بررسی شده است. جامعه‌ی آماری پژوهش، زنان متأهل ساکن

8- Aschaffenburg, Mass

9- Domestic violence



تهران بوده‌اند. نمونه مورد بررسی به تعداد ۳۸۵ نفر بوده است. ابزار مورد استفاده برای انجام تحقیق، پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته و از طرفی، ۱۵ مصاحبه‌ی نیمه‌ساختار یافته، بوده است. یافته‌ها نشان‌دهنده‌ی آن است که میان سرمایه‌ی نمادین (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) با خشونت خانگی رابطه‌ی مثبت و معنادار وجود دارد و با افزایش سرمایه‌ی نمادین، نوع خشونت از فیزیکی به روانی و اجتماعی تغییر می‌کند.

۳- معصومه پیری در سال ۱۳۹۰، در پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد خود به بررسی «نقش تعامل نمادین در صمیمت زوجین از دیدگاه زنان شهرستان کرج» پرداخته است. این تحقیق، حاصل مصاحبه با ۱۰۰ نفر از زنان تحصیل کرده‌ی ساکن شهرستان کرج، بوده که به روش کیفی و تحلیل محتوا انجام شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که مشورت کردن و در جریان گذاشتن همسر در مورد امور جاری و کارهای شخصی و داشتن گفت و گوی صمیمانه و سازنده، باعث صمیمت میان زوجین می‌شود و این عوامل نشان‌دهنده‌ی توجه و علاقه‌ی مرد به همسر خود محسوب می‌شود و در آخر به خانواده‌های ایرانی پیشنهاد شده است که از گفت و گوهای دوستانه و صمیمانه با همسر خود استفاده کنند تا خانواده گرم‌تر و صمیمی‌تری داشته باشند.

۴- رسول بابایی در سال ۱۳۸۹، پژوهشی با عنوان «امکانات سیاسی در نظریه جامعه‌شناختی پیر بوردیو: تولید نظریه سیاسی» انجام داده است. به نظر وی در این تحقیق، نظریه‌ی جامعه‌شناختی پیر بوردیو، تمامی عناصر و مؤلفه‌های بنیادهای یک نظریه سیاسی، وجود دارد و عناصر و مؤلفه‌ها، شناسایی؛ سپس ترکیب آنها در چارچوبی نظری در نظریه‌ی سرمایه سیاسی، بازسازی شده است و در این راستا از مفاهیمی همچون عادت‌واره، میدان، سرمایه نمادین، زبان، قدرت نمادین و خشونت نمادین، استفاده شده است.

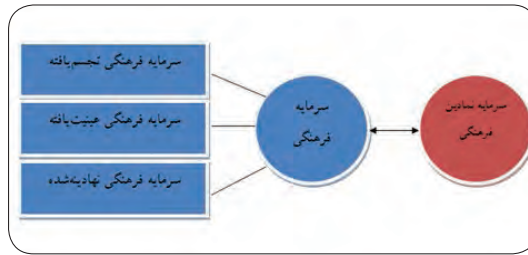
۵- الین گاورلیوک و دنا گاورلیوک در سال ۲۰۱۴، پژوهشی با عنوان «سرمایه‌ی نمادین و ابعاد سرمایه‌ی فرهنگی برای سازمان‌های آموزشی رومانیایی» انجام داده‌اند. این تحقیق در بخش غربی کشور رومانیایی انجام شده است. در این تحقیق به سرمایه نمادین به عنوان موتور ژنراتور ایجادکننده الگوهای باز در محیط آموزشی اشاره دارد و به بررسی مشکلات و معضلات فکری و رفتاری نظام آموزشی غرب رومانیایی می‌پردازد و برای آن راه‌حل فکری و عملی ارائه می‌دهد و سرمایه‌ی نمادین را به عنوان ثوری نوسازی رابطه‌ی برای بهبود نظام آموزشی کشور، پیشنهاد می‌دهد که ریشه در نگرش‌های اجتماعی و تاریخ فرهنگی کشور دارد.

۶- جاد نیلیپ در سال ۲۰۰۹، پژوهشی با عنوان «نزدیکان تعامل و سرمایه نمادین: به سوی یک نظریه سیاسی خرد اقتصادی» انجام داده است. وی در این تحقیق، به این نکته اشاره کرد که خواهران برادران، بزرگ‌ترین نقش را در اجتماعی کردن فرد و روانه کردن وی به اجتماع دارند؛ ولی خواهران و برادران بزرگتر، ممکن است برای حفظ سلسله مراتب قدرت در خانواده، بر دیگر خواهران و برادران





خود مسلط شوند. نیلیپ با این مثال، متن را به سمت کلان جامعه و در وسعت بزرگتر می کشاند و در آنجا به سرمایه نمادین و قدرت سیاسی اشاره می کند که ممکن است در اثر تفاوت زبان، فرهنگ و اجتماع به وجود آید و به تحلیل گران پیشنهاد می دهد که ارتباط میان ساختارهای اجتماعی را حفظ کنند و ساختار تعاملی چهره به چهره را در جامعه اشاعه دهند.



شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق

**فرضیه اصلی تحقیق:** بین سرمایه فرهنگی با سرمایه نمادین فرهنگی، رابطه‌ی معناداری وجود دارد.  
**فرضیات جزئی تحقیق:** ۱. بین سرمایه فرهنگی تجسم یافته با سرمایه نمادین فرهنگی، رابطه‌ی معناداری وجود دارد؛ ۲. بین سرمایه فرهنگی عینیت یافته با سرمایه نمادین فرهنگی، رابطه معناداری وجود دارد؛ ۳. بین سرمایه فرهنگی نهادینه شده با سرمایه نمادین فرهنگی، رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

### تعریف عملیاتی متغیرها

متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی)، در این تحقیق شامل سه بعد می باشد که عبارتند از: تجسم یافته، عینیت یافته و نهادینه شده. سرمایه فرهنگی تجسم یافته و عینیت یافته که هر کدام در قالب پنج گویه و سرمایه فرهنگی نهادینه شده با چهار گویه، اندازه گیری شده است. امتیازی که پاسخ دهندگان به این ابعاد می دهند، بر اساس طیف لیکرت می باشد.  
 سرمایه نمادین فرهنگی، بدون بُعد بوده و برای سنجش آن از پنج گویه استفاده شده است که با استفاده از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت، مورد سنجش قرار می گیرد.

### روش شناسی تحقیق

روش این تحقیق، توصیفی - پیمایشی می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss ۲۱ و Lisrel ۹,۱ استفاده شد. جامعه مورد نظر، دانشگاه دولتی ایلام می باشد که جمعیتی بالغ بر ۴۶۲۰ نفر دارد. تعداد نمونه با استفاده از جدول کرجسی - مورگان، بالغ بر ۳۵۳ نفر بود و با استفاده از فرمول کوکران با ضریب خطای اندازه گیری ۰/۰۵، بالغ بر ۳۵۵ نفر می باشد. برای این که نمونه گیری از اطمینان بالاتری برخوردار باشد، تعداد نمونه، بالغ بر ۳۶۰ نفر در نظر گرفته شد. ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسش نامه محقق ساخته (پنج گزینه‌های طیف لیکرت) می باشد. نمونه گیری در این



تحقیق، به صورت تصادفی ساده، صورت گرفته است.

روایی پرسش‌نامه از نظر صوری، به وسیله استادان مسلط در این حوزه (سه استادیار جامعه‌شناسی، چهار استادیار مدیریت) و با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسش‌نامه از طریق نرم افزار 19spss و از طریق آزمون آلفای کرون‌باخ ارزیابی شد که مقادیر آن در جدول زیر ذکر می‌شود:

جدول (۱): مقادیر آلفای کرون‌باخ

سرمایه‌ی نمادین فرهنگی	سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته	سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته	سرمایه‌ی فرهنگی نهاد بنده شده	سرمایه‌ی فرهنگی (کل)
۰/۸۵۶	۰/۹۲۸	۰/۶۹۵	۰/۹۳۱	۰/۸۸۴

میزان آلفای کرون‌باخ برای کل رابطه (سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی فرهنگی نمادین) برابر با ۰/۹۰۷ می‌باشد.

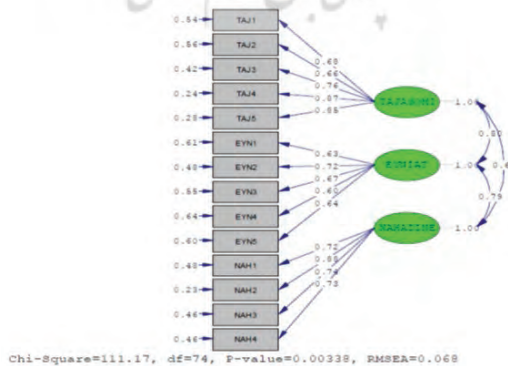
## یافته‌ها

### تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم‌افزار Lisrel ۹,۱

مدل‌های عاملی، از دو جهت، مورد توجه پژوهشگران علوم اجتماعی هستند؛ از یک سو با استفاده از این نوع مدل‌ها و آزمون آنها بر مبنای داده‌های تجربی می‌توان شواهدی برای ارزیابی اعتبار مقیاس‌های تعریف شده توسط محقق، به دست آورد؛ بنابراین، یکی از اهداف اصلی از کاربرد آنها ساخت مقیاس‌های استاندارد به لحاظ علمی است. از طرف دیگر، مدل‌های عاملی به عنوان جزئی از مدل‌های معادلات ساختاری در نقش مدل‌های اندازه‌گیری، عمل می‌کنند. قبل از آزمون مدل معادلات ساختاری؛ لازم است، مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق آزموده شوند و از صحت و برازندگی آنها اطمینان حاصل کرد.

### نتایج تحلیل عاملی مرتبه‌ی اول متغیر سرمایه‌ی فرهنگی

#### مدل تخمین استاندارد

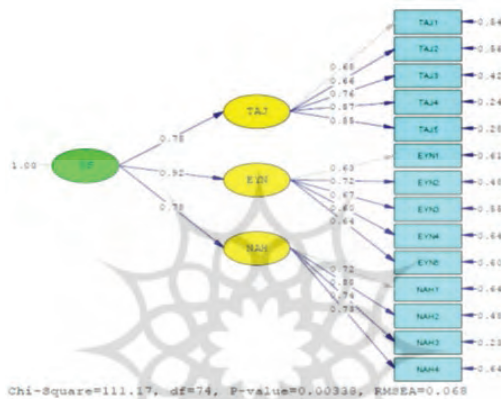


نمودار (۱): نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول متغیر سرمایه‌ی فرهنگی



در تحلیل عاملی مرتبه‌ی اول، رابطه‌ی بین ابعاد و پرسش‌ها را بار عاملی می‌گویند. باید همه‌ی بارهای عاملی هر متغیر (هر بعد)، بزرگتر از ۰/۵ باشند تا پذیرفته شوند. در شکل بالا همه بارهای عاملی هر سه بعد بزرگتر از ۰/۵ هستند؛ پس می‌توان گفت که این ابعاد به خوبی توسط پرسش‌هایشان سنجیده شده‌اند. نتایج بدست آمده از شکل فوق، نشان‌دهنده‌ی تأیید تحلیل عاملی تأییدی تحقیق، می‌باشند.

### نتایج تحلیل عاملی مرتبه دوم متغیر سرمایه فرهنگی مدل تخمین استاندارد



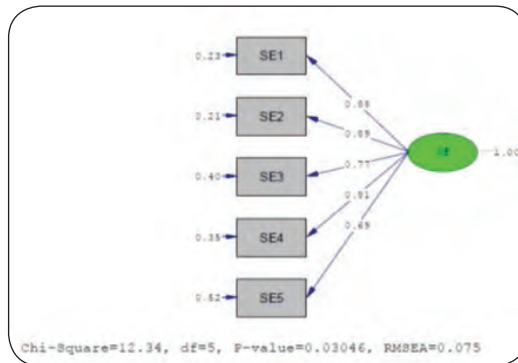
نمودار (۲): نتیجه تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم متغیر سرمایه فرهنگی

نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه‌ی دوم متغیر سرمایه‌ی فرهنگی، نشان می‌دهد که مدل اندازه‌گیری آن، مناسب و کلیه‌ی اعداد و پارامترهای مدل، معنادار است؛ همچنین، نتایج حاکی از وجود روابط همبستگی مثبت و معناداری بین ابعاد متغیر سرمایه‌ی فرهنگی، است.

### تحلیل عاملی تأییدی برای متغیر وابسته

متغیر وابسته در این تحقیق، سرمایه‌ی نمادین فرهنگی می‌باشد که مستقیماً با پرسش، سنجیده شده است و فقط یک تحلیل عاملی تأییدی دارد. شاخص‌های تناسب مدل اندازه‌گیری به شرح زیر است که نشان‌دهنده‌ی مناسب بودن مدل اندازه‌گیری متغیر درون‌زا می‌باشد.

## مدل تخمین استاندارد



نمودار (۳): نتیجه تحلیل عاملی تأییدی متغیر سرمایه‌ی نمادین فرهنگی

نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیر سرمایه‌ی نمادین فرهنگی، نیز نشان داد که مدل اندازه‌گیری آن مناسب و کلیه اعداد و پارامترهای مدل، معنادار است.

## یافته‌های تحقیق با استفاده از نرم افزار Spss۲۱

برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کلموگروف-اسمیرینوف استفاده شد که نتایج به دست آمده، مقادیر زیر را نشان می‌دهند.

جدول (۲): آزمون کلموگروف-اسمیرینوف

تعداد (شماره)	سرمایه فرهنگی تجسم یافته	سرمایه فرهنگی عینیت- یافته	سرمایه فرهنگی نهادینه شده	سرمایه نمادین فرهنگی
۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰
۱۶/۵۰۰	۱۷/۶۳۳۳	۱۷/۶۳۳۳	۱۷/۶۳۳۳	۱۷/۶۳۳۳
۴/۴۵۴۰۴	۳/۲۵۴۹۹	۳/۲۵۴۹۹	۳/۲۵۴۹۹	۳/۲۵۴۹۹
۱۲۸	۱۱۰	۱۱۰	۱۱۰	۱۱۰
-۰/۱۵۱	-۰/۱۱۰	-۰/۱۱۰	-۰/۲۹۵	-۰/۳۳۴
۲/۸۵۹	۲/۰۹۶	۲/۰۹۶	۲/۰۹۶	۲/۰۸۵
.۰۱۵	.۰۰۵	.۰۰۵	.۰۰۹	085.
غیر نرمال	غیر نرمال	غیر نرمال	غیر نرمال	نرمال

با توجه به آزمون کلموگروف-اسمیرینوف، برای بررسی ارتباط میان متغیرهای مستقل و وابسته از آزمون همبستگی و رابطه اسپیرمن استفاده شده است.



جدول (۳): آزمون ضریب همبستگی

سرمايه ی فرهنگي	سرمايه ی فرهنگي	سرمايه ی فرهنگي	سرمايه ی فرهنگي	جدول مقادير ۲ اسپيرمن	
نهاد پنه شده	عينيت يافته	تجسم يافته	(كل)	۲ (رابطه)	سرمايه ی نمادين فرهنگي
۰/۷۱۴	۰/۱۸۶	۰/۸۳۳	۰/۷۵۴	Sig (سطح معناداري)	
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	تعداد نمونه	
۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	نتايج آزمون	
رابطه معنادار و فرضيه تأييد شد.	رابطه معنادار و فرضيه تأييد شد.	رابطه معنادار و فرضيه تأييد شد.	رابطه معنادار و فرضيه تأييد شد.		

### بحث و نتیجه گیری

حاصل کار نشان می دهد که هر چه سرمايه ی فرهنگي افراد بالاتر باشد، سرمايه ی نمادين فرهنگي آنان بالاتر است و هر چه سرمايه ی فرهنگي افراد پايين تر باشد، سرمايه ی نمادين فرهنگي آنان از ميزان پايين تري برخوردار خواهد بود؛ يعنی با افزايش يك واحدی، در سرمايه ی فرهنگي، سرمايه ی نمادين - فرهنگي به ميزان ۰/۷۵۴ واحد افزايش می يابد. افرادی که از سرمايه فرهنگي (عينيت يافته، تجسم يافته و نهاد پنه شده) بالايی برخوردار می باشند، از سرمايه ی نمادين فرهنگي بالايی نیز برخوردار خواهند بود که از دیدگاه بورديو، امری پذيرفته شده است.

از نظر بورديو، «سرمايه های غير اقتصادي يا غير مادي (مثلاً سرمايه ی فرهنگي) قابل انباشت، مبادله و تبديل به ساير انواع سرمايه (مثلاً سرمايه ی نمادين فرهنگي) است» (کروبی، ۱۳۸۷: ۳۱۳)؛ «سرمايه ی فرهنگي بیشتر، به معنای داشتن توان شناختی بالاتر و گرايش به هنر متعالی ناشی از شايستگي بیشتر دارندگان اين سرمايه است» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۸). همان طور که تحقيق های پيشين درباره ی سرمايه ی فرهنگي و سرمايه ی نمادين نشان می دهد، وجود سلسله مراتب سرمايه ی فرهنگي، باعث ايجاد کشاکش نمادين سرمايه ها می شود (ژيانپور و همکاران، ۱۳۹۲)؛ پس بايد سلسله مراتب فرهنگي را در جامعه، کاهش داد و به يك فرهنگ فراگير و همه پسندي روی آورد. از آنجا که اين بررسی در دانشگاه؛ به عنوان محيطی فرهنگي که افراد حاضر در آن از سرمايه ی فرهنگي زيادی برخوردار می باشند، انجام شده است؛ از اين رو، به محققان، پيشنهادهای می شود که اين فرضيات را در محيطی خارج از دانشگاه، بررسی کنند و نتايج به دست آمده را با نتايج اين تحقيق مقايسه نمایند؛ همچنين، به مسئولان و سياستمداران پيشنهادهای می شود، اگر به دنبال جامعه ای مطلوب (از نظر فرهنگي) هستند؛ بايد ابتدا جايزگزين هايی برای نمادهای غربي پيدا کنند و با آموزش دادن و بالابردن سطح سرمايه ی فرهنگي افراد، آنها را به روی آوردن به منابع نمادين و متناسب با فرهنگ داخلی، تشويق کنند.

## منابع و ماخذ الف) منابع فارسی

- اکبری، امین؛ (۱۳۸۳)، نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت: بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سیاسی، اجتماعی (مطالعه موردی: روستای فارسنج از توابع سقز)، دانشگاه تهران، دانشگاه علوم اجتماعی.
- بابایی، رسول؛ (۱۳۸۸)، «امکانات سیاسی در نظریه جامعه‌شناختی پیر بوردیو: تولید نظریه سیاسی»، فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۴۱، شماره ۳، پاییز، ۳۹-۵۶.
- پناهی، محمدحسین و مهدی امید؛ (۱۳۹۱)، «رابطه پایگاه اقتصادی - اجتماعی با سرمایه فرهنگی (نمونه موردی: شهر تهران)»، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال ششم، شماره ۱۷، تابستان، ۳۳-۶۶.
- پیری، معصومه؛ (۱۳۹۰)، بررسی نقش تعامل نمادین در صمیمت زوجین از دیدگاه زنان شهرستان کرج، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مشاوره خانواده، دانشگاه علامه طباطبایی.
- جنکینز، ریچارد؛ (۱۳۸۴)، پیر بوردیو، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نی.
- حضرتی، مرتضی؛ (۱۳۹۲)، بررسی جامعه‌شناختی رابطه سرمایه نمادین و نگرش به حقوق شهروندی (مطالعه موردی: شهر تبریز)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد واحد تبریز.
- ریتزر، جورج؛ (۱۳۸۱)، نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
- ژبانیور، مهدی، آرش حسن‌پور و علی‌رضا نیلی؛ (۱۳۹۲)، «کشاکش رشته‌ها در میدان دانشگاه (مقایسه سرمایه فرهنگی رشته‌های چهارگانه، دانشگاه دولتی اصفهان)، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، شماره پیاپی ۵۱، شماره ۳، پاییز، ۲۱۳-۲۳۲.
- سوارتز، دیوید؛ (۱۳۸۱)، «اقتصاد سیاسی و قدرت نمادین»، ترجمه‌ی شفیقه صالحی، فصلنامه اقتصاد سیاسی، سال اول، شماره ۳.
- شارع‌پور، محمود و غلامرضا، خوش‌فر؛ (۱۳۸۱)، «رابطه‌ی سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، ۱۳۳-۱۴۷.
- شوریه، کریستین و اولیویه فوتن؛ (۱۳۸۵)، واژگان بوردیو، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: نی.
- عاملی بابایی، یحیی و بهمن باینگانی؛ (۱۳۸۸)، «بررسی میزان تأثیر سرمایه اقتصادی و اجتماعی بر سرمایه فرهنگی (مطالعه موردی: جوانان شهر پاوه)»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال ششم، شماره ۱۸، بهار، ۸۸-۱۱۳.
- عبدالله‌زاده مینایی، ماه گل؛ (۱۳۹۰)، تأثیر سرمایه نمادین خانواده بر خشونت خانگی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات زنان و خانواده، دانشگاه علامه طباطبایی.
- فاضلی، محمد؛ (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: صبح صادق.
- فاین، بن؛ (۱۳۸۵)، سرمایه اجتماعی و نظریه اجتماعی، ترجمه محمد کمال سروریان، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- فکوهی، ناصر؛ (۱۳۸۴)، تاریخ نظریه‌های انسان‌شناسی، تهران: نی.
- کروب، مهدی؛ (۱۳۸۷)، «فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری»، فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۸، ۳۰۹-۳۲۴.
- منادی، مرتضی؛ (۱۳۹۱)، «سرمایه فرهنگی زنان و انتخاب کالاهای مصرفی غربی (مطالعه تطبیقی تعدادی از زنان شاغل و خانه‌دار)»، فصلنامه فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده، سال هفتم، شماره ۲۰، پاییز، ۱۶۴-۱۹۳.
- نامدار جویمی، احسان؛ (۱۳۹۳)، بررسی رابطه سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین با رفتار مصرف‌کننده در صنعت پوشاک (مطالعه موردی شهروندان شهر اصفهان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ایلام.
- نوغانی، محسن؛ (۱۳۸۳)، «آموزش و پرورش و بازتولید فرهنگی»، رشد علوم اجتماعی، دوره جدید، ش ۳.



## (ب) منابع انگلیسی

- Bourdieu, P. & Passeron, J. C. (1977). *Reproduction in education, society and cultural*, Beverly hills, CA: sage.
- Bourdieu, P. (1989), *La distinction (critique social du jugement)*, les edition mimiut, paris.
- Chuluunbaatar, Enkhbold; Ottavia; Luh, Ding- Bang; Farkung, Shiann (2014), *The role of cluster and social capital in cultural in cultural and creative industries development*, world conference on business, economics and management 557 - 552, 109.
- Gavereliuc, Dana; Gavereliuc, Alin (2014): *symbolic capital and cultural dimensions in Romanian educational organizations*, Procidia, social and behavior sciences 395 - 392, 127.
- Nilep, Chad (2009): *Sibling interaction and symbolic capital: toward a theory of political micro- economy*, Journal of pragmatics, Vol 41, September, 1692 - 1683.
- Wogget, Gabriele (1993), *«social capital»*, Rural sociology, No.63.

