

ذائقه و سبک زندگی؛ فرآورده‌های میدان، عادتواره و تمایز؛ براساس آراء و اندیشه‌های پی‌یر بوردیو

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۳۰

کد مقاله: ۷۱۶۶۰

سیدمحمدجواد گرجی^۱

چکیده

مفهوم سبک زندگی از عمده موضوعاتی است که جامعه‌شناسان اخیر به صورت ویژه به آن پرداخته‌اند. در تعریف سبک زندگی دو بعد مورد توجه هستند: نگرش‌ها و کنش‌ها. علم جامعه‌شناسی متکفل بررسی هر دو بعد بوده است. در این مقاله یکی از ابعاد جهت‌دهنده به سبک زندگی یعنی ذائقه از دیدگاه متفکر بزرگ پی‌یر بوردیو مورد تامل قرار گرفته است. ذائقه در نظریه وی فرآورده‌ای از میدان و سرمایه‌هاست و مفهوم تمایز و مصرف آن را توضیح می‌دهند. مدرنیته با تغییر ذائقه شهروندان جامعه مدرن، آنها را به گونه‌ای متفاوت تحت استیلای خود درآورده است و برای تحقق آمال جامعه‌شناختی یعنی رهایی بشر و سبک زندگی انسانی، باید زمینه‌های کنشی او را که بخشی از آنها تحت عنوان ذائقه فهم میشوند به چرخه تبیین و تحقیق درآورد. در مجموع توجه ناکافی به جنبه‌های اخلاقی کنش، نادیده گرفتن نقش احساسات در روند استدلال و اولویت دادن به منافع به عنوان مبنایی برای رقابت اجتماعی از مهمترین نقدهای وارد بر نظریه بوردیو محسوب میشود.

واژگان کلیدی: ذائقه، میدان، سرمایه، بوردیو، سبک زندگی

تغییرات وسیع مدرنیته در اجزاء حیات بشری، مجموعه ای از تغییرات را رقم زده است که موجب جلب توجه دانشمندان به ویژه در حوزه علوم انسانی شده و زمینه تولید نظریات گوناگون برای فهم شرایط کنونی را فراهم آورده است. این تلاش ها گرچه عمری به درازنای تاریخ دارد اما به جرات میتوان گفت که پس از رنسانس هم شدت تغییرات و هم تنوع آنها به حدی بوده است که گویا همه آنچه بوده در حال تحول و جایگزینی است و البته این خود مهمترین تغییری است که مادر همه تغییرات محسوب میشود یعنی اصل عدم اصالت گذشته و لزوم تغییر هر آنچه هست. در حالیکه تاریخ اندیشه بشر مشحون به این امر بوده است که گذشته اصیل و قابل احترام است. به عنوان نمونه^۱ در اجتماع نانویسا، سنتها یا موارث نیاکان در میان هاله عاطفی احترام انگیزی قرار گرفته بود و تغییر یا طرد آنها گناه نابخشودنی محسوب میشد.^۲ (بارنز و بکر، ۱۳۷۵: ۲۱) یا چنانکه ماکس وبر نوشته است، پیشینیان از هنجارهای جادویی، سنت هایی با عنوان 'دراما' بوجود آورده اند که حیات دینی و اجتماعی عوام را اداره می کنند و هر فرقه برای خود دارمایی خاص دارد؛ افکار دگرگون میشوند اما دارما همواره ثابت می ماند (همان: ۹۹) بدین ترتیب در جهان معاصر که اصالت تغییر، شعار آن است، همه آنچه در اطراف ماست موضوعی برای شناخت است زیرا بدون شک تغییر کرده است. از میان هر آنچه تغییر کرده، علمای علوم انسانی به ویژه جامعه شناسان به تغییرات انسان و زندگی او توجه ویژه ای کرده اند از جهان بینی هایش، تا علایق، آرزوها و توانایی هایش. در این گیر و دار بود که مفهوم سبک زندگی^۳ پایه گذاری شد تا این تحولات مادی و معنوی حیات بشری را تحت چنبره خویش درآورد. مفهوم یاد شده یکی از مفاهیمی است که جامعه شناسان به صورت خاص به آن پرداخته اند: نظریه تورستاین ویلن^۴ درباره طبقه تن آسا^۵، نظریه جرج زیمل^۶ درباره فرهنگ، نظریه ماکس وبر^۷ درباره منزلت و پایگاه و نظریه آنتونی گیدنز^۸ درباره ساخت یابی کنش^۹ همگی را میتوان تبیین گر مستقیم یا غیر مستقیم سبک زندگی دانست.

ما در این پژوهش به صورت ویژه بر آراء پی بر بوردیو^{۱۰} جامعه شناس فرانسوی درباره ذائقه^{۱۱} و سبک زندگی تاکید میکنیم از آن جهت که با روشی بدیع و چندبعدی این دو مفهوم را تبیین کرده است. پرواضح است پرداختن به این مقوله جدی و فهم چستی و تحولاتش از مهمترین زمینه های جامعه شناسی ایران است به ویژه وقتی نسبت آن را با مفاهیمی مانند مصرف^{۱۲} در نظر آوریم زیرا "یکی از دغدغه های مهم نظری در عرصه جامعه شناسی فرهنگ این است که چه عواملی، نوع و میزان مصرف فرهنگی مردم را تعیین میکنند و به میزانی که محصولات فرهنگی در جوامع گسترش می یابد و مصرف فرهنگی نقش مهمتری در خلق هویت ها ایفا می کنند، طرح این پرسش نیز از اهمیت بیشتری برخوردار است." (فاضلی، ۱۳۸۴: ۲۷)

۲- معرفی پی بر بوردیو (هستی شناختی، معرفت شناختی و روش شناختی)

فرانسوا شاتله^{۱۳} فیلسوف فرانسوی در دسته بندی که از روشنفکران ارائه میدهد به سه دسته اشاره میکند: "سوفسطائیان"^{۱۴} در یونان باستان، فلاسفه قرن هجدهم مانند روسو^{۱۵} و دیدرو^{۱۶} و بالاخره روشنفکران متعهد مانند فوکو^{۱۷}، دریدا^{۱۸}، بودریار^{۱۹}، لیوتار^{۲۰}، و دولوز^{۲۱} و بوردیو که در برابر دولت ها و قدرت هایی که در هر قالبی، حقوق و آزادی های عمومی را نقض میکنند، ایستادگی کردند.^{۲۲} (فکوهی، ۱۳۸۴: ۱۴۴-۱۴۱) بوردیو که از برجسته ترین پسااساختارگرایان محسوب میشود، پس از امیل دورکیم^{۲۳}، موثرترین و معروف ترین فرد در حوزه علوم اجتماعی فرانسه محسوب میشود و بر رشته های علمی گوناگونی مانند انسان شناسی، زبان شناسی، فلسفه، تاریخ، علوم سیاسی، دین شناسی، اقتصاد، هنر و ادبیات تأثیرگذار بوده است، زیرا مرزهای علمی را نادیده گرفته و پژوهشهای متنوعی در زمینه هایی نظیر طبقات اجتماعی، دین و مذهب، سیاست، ورزش، هنر، ادبیات، نظام خویشاوندی، روشنفکران، روستاییان و دولت انجام داده است.

بوردیو "جویای راهی بود برای دست یابی به آن سوی ویژگی ایستای ساختارگرایی اشتراوس^{۲۴} که بتوان به هر دو جنبه ذهنی و عینی نظر داشت و نیز از مشکلاتی جلوگیری کرد که آنها را بعدها پیش داوری های مدرسه ای یعنی گرایش آکادمیسینها در نسبت دادن رابطه تفسیری خودشان با دنیای اجتماعی بر روی ذهن افرادی که مشاهده می کنند، نامید." (کلهون و

1 Drama
2 Life Style
3 Thorstein Veblen
4 The Theory of the Leisure Class
5 Georg Simmel
6 Max Weber
7 Anthony Giddens
8 Structuration theory
9 Pierre Bourdieu
10 Taste
11 Consumption
12 Frnsva Shattle
13 Sophist
14 Jean-Jacques Rousseau
15 Denis Diderot
16 Paul Michel Foucault
17 Jacques Derrida
18 Jean Baudrillard
19 Jean-François Lyotard
20 Gilles Deleuze
21 Emile Durkheim
22 Levi Strauss

وکان، ۱۳۸۳: ۵۶) او "به تبعیت از لودویک ویتگنشتاین^۱ و موریس مرلوپونتی^۲، نقطه عزیمت خود را در جامعه‌شناسی کنش، بر مشی روشنفکرانه ای قرار میدهد یعنی کنش را یک امر انضمامی به مثابه شیء مورد شناخت می‌شناسد بدون آنکه به رابطه کنشگر با کنش او بپردازد اما در ادامه در ادامه به جای رابطه میان روشنفکر و شیء، رابطه عمل به عمل را جانشین میکند." (توسلی، ۱۳۸۳: ۱۱) او "در مواجهه با کنش به نوعی صورت بندی از نظریه جامعه‌شناختی اهتمام می‌ورزد که رؤس آن عبارتند از:

- برداشت ضد دوگرایانه از کنش و ساختار اجتماعی؛
- معرفت‌شناسی و روش‌شناسی تلفیقی؛
- اهمیت منازعه در حیات اجتماعی؛
- توجیه کنش با توسل به مفاهیم شناسایی و شناسایی نادرست." (واکونت، ۱۳۷۹: ۳۳۰)

از منظر او عرصه مطالعات جامعه‌شناختی عبارت است از "فضاهای ساخت یافته، مرکب از پایگاهها که خصوصیات نظام سلطه را در خود دارد و جامعه‌شناسی باید همگنی‌های ساختاری را بین موقعیت‌ها و پایگاههای اجتماعی و عرصه‌های اجتماعی جستجو کند. جامعه‌شناسی هر چند که در صدد تحلیل منطق کارکردهای اجتماعی است ولی علم غیر هنجاری به شمار می‌رود زیرا از استراتژی‌های سلطه پرده بر میدارد." (توسلی، ۱۳۸۳: ۶) از وجوه اهمیت بوردیو تنوع آثاری است که به آنها پرداخته است آثاری مانند درباره دولت، عکاسی؛ هنر میان مایه، نظریه کنش؛ دلایل عملی و انتخاب عقلانی، درسی درباره درس، درباره تلویزیون و سلطه ژورنالیسم، تمایز، انسان دانشگاهی، الجزایر، سلطه مذکر، خانه قبائلی یا جهان واژگون، تجرد و موقعیت روستایی که مجموعاً به بیش از ۳۰ کتاب و ۴۰۰ مقاله و سخنرانی بالغ میشود. همچنین او یکی از پر استنادترین جامعه‌شناسان جهان است که در بیش از هزار مقاله پژوهشی بین‌المللی، به نظریات وی تکیه شده است.

در مجموع آثار بوردیو از یک نظریه پایه ای منشاء می‌گیرند: "جامعه بیش از هر چیز، یک نظام سلطه است که ساز و کارهای بیشماری را به راه می‌اندازد تا بتواند خود را بازتولید کند و با استفاده از روش‌های تجربی نشان میدهد که آنچه در امر اجتماعی ظاهراً طبیعی به نظر میرسد، در حقیقت از ساز و کارهای مشخصی ریشه می‌گیرد. (فکوهی، ۱۳۸۴: ۱۴۴) به لحاظ روش شناختی، "بوردیو از سه منبع اساسی تأثیر پذیرفت و آنها را تلفیق کرد: رادیکالیسم انتقادی و فرع دانستن اندیشه بر عمل از جامعه‌شناسی انتقادی مارکس^۳، روش عینی از پوزیتیویسم دورکیم و توجه به امر تاریخی و سازش سوژه با ایزه از وبر." (کلهون و وکان، ۱۳۸۳: ۵۵) هدف نهایی او "جامعه‌شناسی جامعه‌شناسی بود یعنی تحلیل و عینی کردن همه فعالیت‌هایی که در عملکردهای خودانگیز شده مشاهده می‌شوند بنابراین خط مشی انتقادی حاکم بر جامعه‌شناسی را پی گرفت؛ خط مشی ای که منتقد انقطاع میان جامعه‌شناسی و سایر رشته‌های علمی است. هنر بوردیو این است که مفاهیمی را وارد جامعه‌شناسی کرد که توسط جامعه‌شناسان پیشین توجه چندانی به آنها نشده بود یا نادیده گرفته شده بود مانند اقتصاد کالای نمادین، بازار زبان شناختی، بازتابندگی، خشونت نمادین، سبک زندگی، سرمایه نمادین و... (فکوهی، ۱۳۸۸: ۵۶) در نتیجه میتوان گفت که اگرچه "ساخت‌گرایی مارکسیستی آلتوسر^۴ بر اندیشه او تأثیر گذاشته است اما او جهان اجتماعی را مملو از ساختارهای عینی بیرون از اراده افراد و مستقل از آن میدانند." (توسلی، ۱۳۸۳: ۴) کوشش بوردیو، شرح و بسط نوعی ساختارگرایی تکوینی یا نوعی جامعه‌شناسی است که از بنیان‌های فکری تحلیل ساختاری استفاده کند اما ساختارها را به مثابه چیزهایی در نظر بگیرد که به واسطه کنش، تولید و بازتولید میشوند. بر این اساس، ساختارها، ساختاردهنده هستند یعنی کنش را هدایت و مهار می‌کنند اما در عین حال ساختارها، ساخت‌مند هم هستند به این معنی که کنشگران آنها را تولید و بازتولید می‌کنند؛ بنابراین بوردیو بر دیالکتیک ساختار و کنش تأکید میکند اما نخستین کار مهم علوم اجتماعی را کشف ساختار عینی و رها کردن دانش روزمره میدانند. ساخت‌های مورد نظر بوردیو از خلال تکوین اجتماعی رابطه طبیعت ثانوی فرد و عرصه اجتماعی تولید میشوند و این اندیشه محل التقاط ایدالیسم و رئالیسم است؛ یعنی جامعه‌شناسی در لحظه نخست، به ساخت‌های عینی نظر دارد و در لحظه دوم، کنشگر است که باز نمود میشود." (همان: ۵)

"حقیقت عینی، مولفه‌های ساختاری پنهانی است که واقعیت زندگی اجتماعی را امکان‌پذیر می‌سازند و وظیفه عین‌گرایانه جامعه‌شناسی، فهم این مولفه‌های ساختاری پنهان است اگرچه انجام این وظیفه بسیار دشوار است زیرا باید به فهم‌های بدیهی و ناآگاهانه خود از جهان و از جایگاه مان به دیده تردید بنگریم." (جلائی پور و محمدی، ۱۳۹۸: ۳۱۷) او از نوعی علوم اجتماعی دفاع میکند که مبنای کار آن، مطالعه کنش کنشگرانی است که همواره دارای دانش عملی درباره جهان پیرامون خود هستند اگرچه نتوانند چنین دانشی را بیان کنند یعنی "هر یک از ما به این دلیل قادریم ساختار اجتماعی را درونی کنیم که با استفاده از تجربه کنش‌های قبلی، نوعی مهارت عملی کسب کرده ایم و در نتیجه آن می‌دانیم که چگونه ضمن توجه به الزامات عینی خود، کارهایمان را انجام دهیم. تأکید او بر حضور ساختار اجتماعی در دوران کنشگر، نه تنها عین‌گرایی^۵ بلکه اشکال گوناگون ذهن‌گرایی^۶ را نیز به چالش می‌کشد زیرا از دیدگاه بوردیو، رویکرد ذهن‌گرایانه، الزامات مادی و فرهنگی را که به کنش‌های افراد

1 Wittgenstein
2 Maurice Merleau-Ponty
3 Karl Heinrich Marx
4 Louis Pierre Althusser
5 Subjectivism
6 Objectivism

شکل می‌بخشند، نادیده می‌گیرد و هر کنش را نوعی مواجهه بدون زمینه قبلی بین ذهن و جهان میداند." (بوردیو، ۱۹۹۰: ۴۲) بوردیو در نقد دوگانگی می‌گوید: "اکثر انسان‌های تحصیل کرده بالاخص در علوم اجتماعی یک دوگانه بینی در سر دارند که به نظر من فاجعه آمیز می‌نماید: دوگانه بینی دانش ورزی محض و دانش متعهد و برای آنکه یک دانش پژوه متعهد، واقعا مشروعیت داشته باشد، باید علم خود را به دانش متعهد تبدیل کند اما دست یافتن به چنین عملی جز از طریق یک کار علمی که ضمن پایبند بودن به قواعد و معیارهای علم، متعهدانه عمل کند، امکانپذیر نیست." (توسلی، ۱۳۸۳: ۳) به صورتی خلاصه بوردیو اینگونه خویش را معرفی میکند که "همه کارهای علمی من بر پایه این ایده استوار است که منطق عمیق جهان اجتماعی فقط در صورتی قابل درک است که درباره خاص بودن واقعیتی اجتماعی که به لحاظ تاریخی دارای زمان و مکان مشخص است، کند و کاو کنیم البته با این هدف که آن را به مثابه موردی خاص از امر ممکن تفسیر کنیم یعنی به مثابه نمونه ای در میان سایر نمونه‌های ممکن الوقوع جهان منتهی." (جلائی پور و محمدی، ۱۳۹۸: ۳۳۴)

۳- ابعاد نظری و روش شناختی نظریه بوردیو پیرامون ذائقه

در نظریه بوردیو مجموعه ای از مفاهیم وجود دارند که به شدت در هم متداخلند؛ بنابراین لازم است ابتدا گذری جداگانه به این مفاهیم که هر یک سهمی در شکل‌گیری ذائقه دارند بیندازیم. بوردیو از آنجایی که "در واکنش به رویکرد اگزیستانسیالیستی^۱ سارتر از یک طرف و ساختارگرایی لویی اشتراوس از طرف دیگر، دارای رویکردی تلفیقی است" (مقدس، ۱۳۸۶: ۷۸) مدعی است "بهترین شیوه بررسی تجربی رابطه پویای ساختار و کنش، تحلیل رابطه ای ذائقه ها و کنش های اجتماعی است و منظور او از اصطلاح رابطه ای آن است که موقعیت های نسبی کنشگران در فضای اجتماعی نظم دهنده ذائقه ها و کنش ها هستند و این تحلیل رابطه ای بر سه مفهوم محوری مبتنی است: عادتواره ها^۲، موقعیت ها^۳ و موضع گیری ها^۴." (جلائی پور و محمدی: ۳۱۷) بدین صورت بود که رقابت سنت نظری عین گرایی و ذهن گرایی، زمینه را برای رویکرد تلفیقی ایجاد میکند که هسته آن در مفهوم رابطه نهفته است که دیالکتیک سوژه^۵ و ابژه^۶ را بنیاد واقعیت اجتماعی در سطح هستی شناسی فرض میکند. به موازات این مفروضه، سطوح معرفت شناختی و روش شناختی نیز تعریف میشود. او با دوری کردن از فلسفه ذات گرایانه و به پیروی از فلسفه علم رابطه گرایانه فیلسوفانی مانند باشلار^۷ و کاسیرر^۸، ماهیت رابطه ای واقعیت اجتماعی را پیش میکشد. از این جهت به جای تمرکز بر واقعیت ای مشهودی چون افراد و گروهها به روابط روی می‌آورد، روابط عینی که نمی‌توان آنها را نشان داد، بلکه باید آنها را به دست آورد، بر ساخت و به یمن کار علمی به آنها اعتبار داد، زیرا واقعیت ماهیت برساخته دارد و از دیالکتیک ذهن و عین بوجود می‌آید." (جمشیدیها: ۲) بدین ترتیب برای بوردیو، ذائقه محصولی است دیالکتیکی که از کشاکش سوژه و ابژه در قالب عادتواره، موقعیت و موضع گیری برساخته میشود.

ذائقه مفهومی عام و خاص دارد. در معنای عام ذائقه "به معنی مزه و طعم و قوه چشایی بوده اما بعدها به معنای میل، علاقه، اشتیاق، دوست داشتن، لذت بردن و قدرت تشخیص گسترش یافته است؛ قوه تشخیص آنچه در طریق زیبایی شناختی، خوب و مناسب است" (وبستر، ۲۰۰۳) یا به معنی "نوعی توانایی فردی برای قضاوت یا درک آنچه خوب یا مناسب است به خصوص در مواردی چون هنر، سبک و زیبایی در رفتار" (کمبریج: ۲۰۰۳) اما بوردیو "ذائقه را عبارت از ظرفیت یا توانایی انتخاب گروهی از اشیاء یا اعمال به صورت مادی و نمادین و به معنای مجموعه ای از ترجیحات متمایز کننده دانسته است." (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۷۳) از دیدگاه بوردیو "ظرفیت خرید و خواندن کتاب داستان، خرید تابلوی نقاشی، رفتن به تئاتر و سینما، مسابقات ورزشی و... به رشته ای از ذائقه های بدست آمده از زیبایی شناسی بستگی دارد؛ چنین سلیقه هایی باید در محیط های آموزشی که در جوامع مدرن تبدیل به شکل عمده انتقال فرهنگ شده اند بوجود آیند و توسعه داده شوند." (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۰۸)

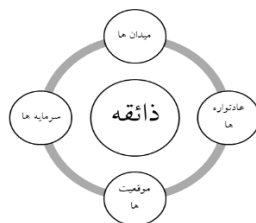
"جوهره دیدگاه بوردیو، تاکید بر وجود سلسله مراتب عمودی ذائقه ها بر مبنای تمایزات طبقاتی است. بر این اساس، موجودیت اجتماعی ذائقه های فرهنگی یک استوانه است که در بالای آن نخبان با ذائقه های خوب و در پائین آن طبقات فرودست با ذائقه های عامه پسند قرار گرفته اند." (فاضلی، ۱۳۸۴: ۳۵) بر این مبنا او مدلی سه شاخه ای درباره ذائقه ترسیم میکند: "ذائقه مشروع، ذائقه متوسط و ذائقه مردم پسند. این یک طرح از ذائقه و ارجحیت هاست که رابطه ای مستقیم با تحصیلات و طبقه اجتماعی^۹ دارد.

1 Existentialism
2 Habitus
3 Position
4 Positionnement
5 Subject
6 Objet
7 Gaston Bachelard
8 Ernst Cassirer
9 Social Class

نمودار ۱- زمینه‌های جامعه‌شناختی ذائقه (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۲۲۱)

زیبائی‌شناختی^۱ طبقه پایین یک زیبایی‌شناختی تحت سلطه است که همیشه باید خود را از طریق سلیقه طبقه متوسط توجیه کند اما فاصله طبقات بالا با نیازهای ضروری به آنها اجازه می‌دهد که به ابعاد زیبایی به طور جدی‌تر بپردازد و این نشانه تمایز آنهاست. خرده بورژوازی بین این دو شاخه قرار می‌گیرد. از یک طرف علاقه مند به ایجاد فاصله میان خود و طبقه پایین است و از طرف دیگر فاقد تجربیات فرهنگی و آموزشی لازم برای نزدیک شدن به سلیقه مشروع است یعنی آنها نمی‌توانند به سادگی طبقه بالا و با خیال آسوده عادتواره‌های طبقه بالا را دنبال کنند. بدین ترتیب ذائقه یکی از شاخص‌های مهم هویت است و یکی از مهمترین نشانه‌های کنش متقابل درون طبقات است. (بوردیو، ۱۹۸۴: ۵۶) اینگونه است که "سلسله مراتب طبقاتی، اشیای فرهنگی، ارجحیت‌ها و رفتار کسانی که در موقعیت خاص طبقاتی هستند، به هم مربوط هستند؛ یعنی ذائقه رابطه‌ای مستقیم با موقعیت طبقاتی دارد و تضاد در سلیقه میان افراد به تضاد طبقاتی مربوط می‌شود." (ترنر، ۱۹۹۸: ۵۱۶) همین تفاوت یا تضاد طبقاتی است که منجر به تولید و بازتولید تفاوت‌های ذائقه در قالب سبک‌های زندگی است و "سبک‌های زندگی متفاوت افراد، به بازتولید ذائقه‌ها و به طریق اولی عادتواره‌های متمایز می‌انجامد زیرا سبک زندگی همان فضایی است که کنشگران در ذیل آن می‌آموزند چگونه زندگی کنند، چه چیز را ارجح بدانند و در نهایت چه چیز را زیبا بشمارند. بوردیو در کتاب تمایز به تبیین رابطه میان ذائقه زیباشناختی و زمینه^۲ اجتماعی آن می‌پردازد و می‌کوشد دعوی کانت^۳ مبنی بر نوعی زیبایی‌شناختی ناب^۴ را نقد نماید." (جمشیدیها و پرستش، ۱۳۸۶: ۶) از نظر بوردیو، کنشگران اجتماعی با نوع مصرف کالاهای فرهنگی خود را دسته‌بندی می‌کنند و با اظهار علاقه به محصولات فرهنگی معین و ابراز سلیقه و ذوق در مورد آنها طبقه‌بندی می‌شوند بنابراین عرصه فرهنگی به صورت نظام طبقه‌بندی سلسله‌مراتبی که از فرهنگ مشخص تا فرهنگ عادی استمرار می‌یابد به افراد یک طبقه امکان و فرصت می‌دهد تمایزات راهبردی را نسبت به طبقه دیگر اعمال کنند. طبقه مسلط درصدد است تا جایگاه خود را از طریق راهکار تمایز و تشخیص حفظ کند و در پی آن خوش ذوقی خود را به سایر اعضای جامعه و گروه‌ها تحمیل کند. (توسلی، ۱۳۸۳: ۱۴)

بنابراین بر اساس تاملات بوردیویی، "ذائقه پیوند میان بعضی محصولات و مصرف‌کنندگان آنها در یک فضای اجتماعی منطقه‌بندی شده را نشان می‌دهد و مبنای دآوری درباره ارزش تجربه‌های زیباشناختی مختلف است. طبقات اجتماعی دارای پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالا به دلیل پرورش یافتن در فضای اجتماعی که در آن عمل فرهنگی متعالی به منظور ایجاد تمایز طبقاتی انجام می‌شده است، ژانرهای موسیقی متعالی و پر منزلت را مصرف می‌کنند و طبقات اجتماعی دارای پایگاه اقتصادی و اجتماعی پایین، ژانرهای موسیقایی عامه‌پسند را گوش می‌دهند." (فاضلی، ۱۳۸۴: ۳۵) بدین ترتیب بوردیو شبکه‌ای از مفاهیم را پدید آورد که بر اساس آنها چگونگی شکل‌گیری ذائقه‌های مصرف فرهنگی و همچنین کاربردهای مصرف فرهنگی را توضیح می‌دهد که حول مفاهیم محوری اندیشه او میدان، سرمایه و عادتواره هستند. "سبک زندگی زائیده انتخاب‌های مردم در میان محدودیت‌های ساختاری‌شان است و محقق اجتماعی به هنگام بررسی سبک زندگی متوجه است که انتخاب‌گری افراد را در میان همین محدودیت‌ها بیازماید.



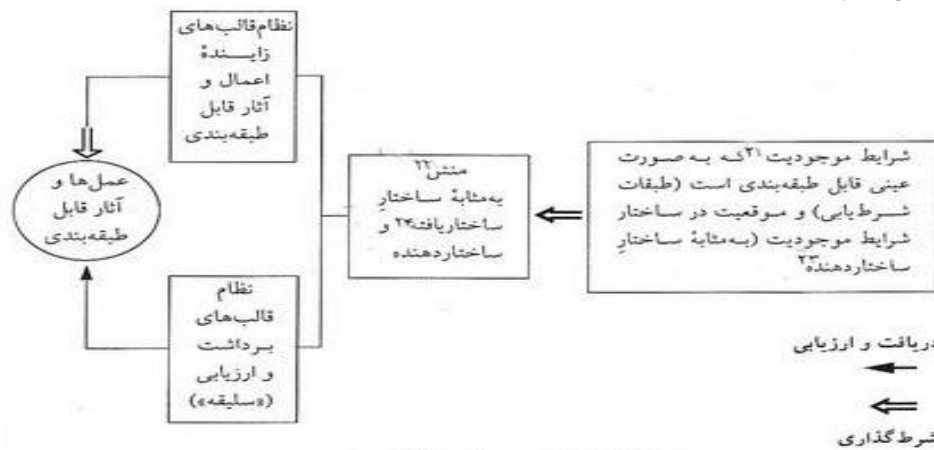
نمودار ۲- مناسبات ذائقه و مفاهیم محوری نظریه بوردیو (نگارنده)

۴- عادتواره و مناسبات آن با ذائقه و سبک زندگی

از نظر بوردیو، عادتواره (مش، ویژگی، شیوه بودن، طبیعت ثانویه و ساختمان ذهنی) "بعد نمادین حیات اجتماعی و احساس راهیابی عملی و درک ضرورت انجام چیزی است که در شرایط خاص باید انجام داد و اجازه می‌دهد تئوری میدان روی عامل بودن افراد در میدان‌ها حساب کند. عادتواره ریشه در آموزه‌های ارسطو و یونانیان باستان دارد و در دوران جدید نیز بوسیله امیل دورکیم

1 Aesthetics
2 Pure Aesthetics

برای اطلاق به رفتارهای متمایزکننده اجتماعی در جماعت‌های انسانی کمابیش بسته سنتی یا مدرن بکار گرفته شده است اما بوردیو آن را مجموعه‌ای از قابلیت‌ها تعریف میکند که فرد در طول حیات خود آنها را درونی کرده و در حقیقت بدل به طبیعتی ثانویه برای خویش میکند به گونه‌ای که فرد بدون آنکه الزاما آگاه باشد بر اساس آنها عمل میکند. عادتواره از طریق نشان دادن مجموعه‌ای از مقولات ادراکی فرد که مبتنی بر طبقه‌بندی‌های قبلی، نظام ارزشی، باورها، فرض‌ها و پیش‌داوری‌هاست عمل میکند. افراد با عادتواره‌های خاص خود وارد میدان‌ها میشوند و برای تصاحب سرمایه‌های موجود با هم رقابت میکنند. " (گرنفل، ۱۳۹۳) عادتواره "ساختار دهنده چیزی است که روی میدان‌های محل فعالیت افراد اعمال میشود و با خود تجسمی از تبعیتی بی‌واسطه نسبت به ذائقه و بی‌میلی، همدلی و ناسازگاری، فانتزی‌ها و هراس‌هایی را دارد که بیشتر از نظرات اظهار شده، باعث ساخته شدن وحدت ناخودآگاه یک طبقه مشخص است. عادتواره‌ها، الگوهای طبقه‌بندی نگرش‌ها و ذائقه‌ها هستند و هنگامی که عادتواره‌ها از منظر مقوله‌های اجتماعی درک میشوند، صورت تفاوت‌های نمادین به خود می‌گیرد و یک زبان تمام‌عیار بوجود می‌آورد." (همان: ۲۵۰)



نمودار ۳- مناسبات عادتواره، ذائقه و سبک زندگی (به نقل از فکوهی، ۱۳۹۰)

آنچه تغییرات سبک زندگی به ویژه ذائقه را با عادتواره عجین میکند این است که عادتواره صرفاً الزام آور و محدود کننده نیست بلکه یاریگر و نیروبخش هم هست یعنی اگرچه دارای ریشه‌های عمیقی است اما انعطاف پذیر است. ما از آنچه میتوانیم به طور معقول انتظار داشته باشیم، می‌آموزیم و آن را در منش خود ادغام می‌کنیم. "خلق و خویهای بدیهی عادتواره، همچنین متضمن شناخت‌های غلط و فهم‌های ناقص و تحریف شده هستند و مفهوم شناخت غلط به بوردیو این امکان را میدهد که به نحوی دقیق و ظریف به بررسی مسائل و موضوعاتی بپردازد که عموماً از طریق مفهوم ایدئولوژی تحلیل می‌شوند. از نظر بوردیو انسان میتواند اثربخشی ایدئولوژی‌ها را تا اندازه‌ای خنثی کند، اما نمیتواند بدون تصورات و فرض‌های بدیهی که بخشی از عادتواره هستند، زندگی کند. در واقع شناخت غلط به جزئی از مهارت عملی تبدیل میشود که کنش‌های ما را کارآمد میکند و به همین دلیل، جامعه‌شناسی نوعی ورزش رزمی است و جامعه‌شناسان باید علیه تمایل افراد به پذیرش دستاوردهای تاریخ اجتماعی به مثابه امور طبیعی مبارزه کنند." (جلائی پور و محمدی: ۳۲۰-۳۱۸) "بین عادتواره و میدان، رابطه تعاملی وجود دارد و تقویت هر یک به وسیله دیگری تا حدود زیادی ناخودآگاه و به سبب نوعی تربیت عملی است که در جریان کار و در قالب روابط جمعی درون آن بوجود می‌آید. مثلاً هر میدان ادبی در فضایی از امکان‌ها عمل میکند و این فضا با تعریف و مشخص کردن مسائل، مراجع، ملاک‌ها و معیارهای فکری، مطالعات عاملان موجود در این فضا را جهت میدهد بدون اینکه افراد آگاه باشند. فضای امکانها سبب میشود که هر اثری به زمان و دوره تاریخی خاصی تعلق داشته یا از حد افتاده باشد." (رضایی، ۱۳۸۵: ۵۲) در نظریه بوردیو، تمایز عادتواره، چهره دیگر تمایز ساختاری در جوامع مدرن قلمداد میشود. ذائقه متفاوت کنشگران اجتماعی بر مبنای عادتواره‌های متفاوت بورژوازی، خرده بورژوازی و عوامانه است و عادتواره‌های گروه‌های اجتماعی مختلف در سبک زندگی آنها به نحوی نمود می‌یابد که از ذائقه غذایی تا سلیقه زیبایی‌شناختی و نگرش سیاسی آنها را شکل می‌دهد." (جمشیدپناه، ۱۳۸۶: ۵)

بدین ترتیب بوردیو عادتواره را با یک مفهوم به نام ذائقه پیوند زده است زیرا ذائقه یک عملکرد است که یکی از کارکردهایش این است که افراد جامعه از طریق ذائقه به ادراکی از جایگاهشان در نظام اجتماعی میرسند. ذائقه همه کسانی را که سلیقه به نسبت یکسانی دارند را به هم نزدیک میکند و از این طریق آنها را از افراد دیگر جدا میکند. در واقع از طریق ذائقه، انسانها دیگران و نیز خودشان را در جامعه طبقه‌بندی می‌کنند. (ریترز، ۱۳۷۴: ۷۲۷) چنانکه ملاحظه شد "ذائقه، آداب و آداهای اجزای مهم عادتواره در نظریه تمایز بوردیو هستند به صورتی که ذائقه به جلوه نمادین موقعیت طبقاتی تبدیل میشود و در سبک زندگی متفاوت ظهور می‌یابد." (واکوانت، ۱۳۷۹: ۳۳۵)

جریان مصرف روزافزون کالا که از موضوعات مطرح در مقوله سبک زندگی محسوب میشود نیز در چرخه تبیین عادتواره توسط بورديو مورد بررسی قرار گرفته است. از دیدگاه او "علیرغم حذف همه موانع در مقابل حرکت آزاد کالا، مصرف افسارگسیخته نیست بلکه عادتواره آن را کنترل میکند و از یک نظم پنهان تبعیت میکند. ذائقه مصرف را جهت میدهد و با جهت گیری مصرف، سبک های زندگی متفاوت شکل می گیرند زیرا ذائقه دائما ضرورت ها را به اولویت ها تبدیل میکند و فارغ از هر نوع تعیین مکانیکی، مجموعه ای از انتخاب ها را فراهم می آورد که سبک های زندگی را سامان می بخشد. از سوی دیگر، همین سبک های زندگی متفاوت به بازتولید ذائقه ها و به طریق اولی، عادتواره می انجامد زیرا سبک زندگی همان فضایی است که کنشگران در ذیل آن می آموزند که چگونه زندگی کنند، چه چیز را ارجح بدانند و چه چیز را زیبا بشمارند." (جمشیدیها، ۱۳۸۶: ۵)

۵- موقعیت و مناسبات آن با ذائقه و سبک زندگی

گفتیم که عادتواره محل برخورد ساختار و کنش است و بورديو گروههای اجتماعی از جمله طبقات اجتماعی را بر مبنای عادتواره تعریف میکند زیرا افرادی که در ساختار اجتماعی، موقعیت یکسانی را اشغال میکنند عادتواره مشابهی دارند. "موقعیت عاملان اجتماعی در سلسله مراتب توزیع سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی به فضاهایی می انجامد که سبک زندگی یکسان دارند. بین فضاهای اجتماعی و فضاهای رفتاری تطابق وجود دارد که این امر خود نشانگر منشاء اجتماعی ذائقه است." (جمشیدیها، ۱۳۸۶: ۱۹) در اینجا "بورديو مفهوم استراتژی را بکار میگیرد زیرا کنشگران به گونه ای آگاهانه از قواعد پیروی نمی کنند بلکه استراتژی هایی وجود دارند که آنها را به راه می اندازند. استراتژی ناظر به این مفهوم است که عادتواره، محصول همراهی با قواعد و هنجارها نیست بلکه منوط به موقعیت های قاعده مند است." (همان: ۸)



نمودار ۴ - مناسبات ذائقه و عادتواره (نگارنده)

در حقیقت چون عادتواره را نمیتوان مستقیماً مشاهده کرد، "بورديو ابتدا خطوط کلی فضای اجتماعی موقعیت ها و فضای نمادین کنش ها را ترسیم میکند و انطباق آنها را نشان میدهد. موقعیت ها از طریق نوعی فرایند موضعگیری حفظ میشوند و با هم ارتباط برقرار می کنند. بورديو تاکید میکند که بین موقعیت های موجود در ساختار اجتماعی و کنش های مرتبط با آنها هیچ رابطه مکانیکی و مستقیمی وجود ندارند. یک موقعیت واحد را در زمانها و مکان های متفاوت، مجموعه های متفاوتی از کنش ها مشخص و متمایز می کنند و در سایر موارد ممکن است کنش ها به مرور زمان اعتبار کسب کنند یا اعتبار خود را از دست بدهند." (همان: ۳۱۷) "بورديو حس زیبایی شناختی را داورى شخصی محسوب میکند که این داورى شخصی مبتنی بر حیثیت اجتماعی و جایگاه افراد در جامعه است. انسان فلان فیلم یا موسیقی را به خاطر اینکه به او حس تشخیص و وجه تمایز میدهد، دوست دارد و مصرف میکند. این سرمایه فرهنگی توان آن را دارد که از طریق ایجاد نوعی عادتواره متمایز در افراد، قریحه زیبایی شناختی و کیفیت مصرف فرهنگی آنان را متأثر سازد زیرا اساسا مصرف فرهنگی، مستلزم نوعی عمل کشف، خوانش و قرائت است. در واقع یک اثر هنری فقط برای کسی معنا و جذابیت دارد که رمزهایی را که در آن اثر با آنها رمزگذاری شده است در اختیار داشته باشد. این عملیات رمزگشایی نیز به نوبه خود منوط به کاربست آموخته های شناختی است که از طریق انس گیری محسوس در محیط طبقاتی و خانوادگی کسب میشود. از این جهت، نحوه اکتساب فرهنگ در نحوه استفاده از آن مندرج است و سلسله مراتب هنرها با سلسله مراتب اجتماعی مصرف کنندگان تطابق دارد. با مطالعه مصرف فرهنگی میتوان حوزه های ذوقی متناظر با خاستگاه و موقعیت های اجتماعی افراد را از یکدیگر تمیز داد. طبقات بالا خود را با استفاده از فرهنگ متعالی از بقیه طبقات متمایز می کنند؛ سلیقه نخبه گرایانه با علاقه به هنر تجربی، انتزاعی، آوانگارد و هنر پیچیده مشخص میشود و سلیقه عامیانه با علاقه به هنر واقع گرا، کاربردی و تزئینی" (بورديو، ۱۳۹۰: ۲۵) نکته ای که بورديو به آن تذکر میدهد این است که "میان موقعیت یا موضع و موضعگیری تفاوت وجود دارد. موضع گیری در ارتباط با جایگاه افراد است و بیشتر جنبه ذهنی دارد که متضمن معنای عادتواره ای است اما موضع یا موقعیت واجد خصلت عینی و ساختاری و گویای موقعیت هر یک از عناصر متعلق به میدان های گوناگون است. ولی در مجموع موضع و موضع گیری هر دو محصول و ثمره فرایند تاریخی اند که در یکدیگر تاثیر متقابل دارند." (بورديو، ۱۳۷۹: ۱۵۰) "هدف بورديو روشن کردن نقاط تاریک در پس ساحت فرهنگ است که به انحاء مختلف، روش های ادراک و فهم را تولید می کنند همان روش درکی که به اشکال نامرئی برپایی قلمرو سلیقه ها و علاقه ها منتهی می شود و خود نیز در گرو طبقه و موقعیت اجتماعی است. او چگونگی ترجیح موارد مختلف نظیر لباس، غذا، موسیقی و دکوراسیون خانه از سوی افراد را با نگرش جامعه شناختی تحلیل میکند. از سوی دیگر بورديو میان ذائقه و تمایز رابطه برقرار میکند و معتقد است که این دو دارای ارتباطی

موثر با یکدیگرند و این افراد و گروه‌های دارای نفوذ، قدرت و ثروتمند هستند که تعیین کننده ابتدال یا تعالی یک سلیقه اند." (عزیزی مهر و پیری، ۱۳۹۷: ۱۴۰)

۶- میدان و مناسبات آن با ذائقه و سبک زندگی

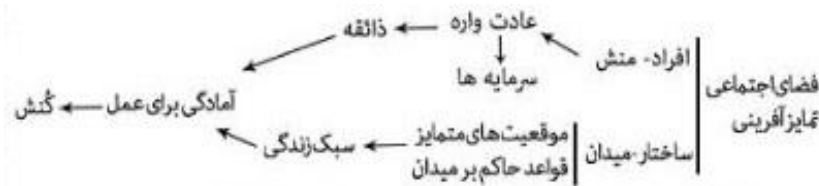
"داربست فلسفی نظریه بوردیو را میتوان در فلسفه نسبی گرای توماس کوهن جستجو کرد که با طرح فیزیک نسبیت با به میدان نهاد. پارادایم مفهومی است که کوهن به یاری آن، رویدادهای علمی را به گونه ای دیگر نظم داد؛ پارادایم ها به دنیاهای گوناگون می انجامند و هر پارادایم دنیایی است که دانشمندان در آن زندگی می کنند، دنیایی که با دنیای دانشمندان پارادایم های دیگر متفاوت است. دانشمندی که در ذیل یک پارادایم به فعالیت می پردازند به واسطه عادتواره خود که محصول جامعه پذیری در میدان علمی است، مسائل را به نحوی که قواعد میدان ایجاب میکند، صورت بندی کرده و بنا بر روش شناسی، شروع به حل می کنند. پس میدان همان پارادایمی است که الگوهای تحقیقاتی خود را بر دانشمندان تحمیل میکنند و این الگوها از طریق آموزش، در عادتواره آنها جایگزین شده و دانشمندان با طیب خاطر به تحقیقاتی می پردازند که میدان، امکان آنها را فراهم کرده است." (جمشیدیها، ۱۳۸۶: ۱۸) بوردیو "با الهام از رویکرد رابطه ای و با توسل به نظریه میدان در فیزیک، مبنی بر تصویر جهان به منزله جهان میدانهای نیرویی مختلف که ذرات در ذیل هر میدان بنا بر ویژگی های خود از یک سو و ویژگی های میدان از سوی دیگر رفتار می کنند، مفاهیم عادتواره و میدان را جعل کرد و روح نظریه فیزیکی میدان در کالبد نظریه جامعه شناختی میدان حلول یافته است." (بوردیو، ۱۳۷۵: ۸۱) میدان جایی است که رویکرد تلفیقی بوردیو آشکار میشود زیرا چنانکه "تیین به وسیله علت، یادآور ساختارگرایی اشتراوس و دیدگاههای عین گراست و تبیین به وسیله دلیل، یادآور گزینش عقلانی بودن و دیدگاههای ذهن گراست، رویکرد او ورای این دو نوع تبیین را نشانه رفته است. کنش بوردیو ذاتا استراتژیک یا پراگماتیک است و کنشگران را قادر میسازد تا راه خود را عملا از طریق ساختار اجتماعی پیدا کنند بدون آنکه به آن وابسته باشند و ساختار آنها را به عملی خاص رهنمون گردد. مولفه های رهیافت او در نظر به کنش عبارتند از: تاکید بر الگوهای آماری واقعیت به منزله معیار، تاکید بر صورت بندی آنچه مردم می گویند، تاکید بر ذات استراتژیک عمل در برابر رفتار تحت حاکمیت قاعده، تاکید بر ضرورت نوعی تحلیل زمانی و قرار دادن حیات اجتماعی در زمان و مکان" (جمشیدیها و پرستش، ۱۳۸۶: ۹).



نمودار ۵ - مناسبات میدان با ذائقه و سبک زندگی (کنش) (جمشیدیها و پرستش، ۱۳۸۶: ۹)

بوردیو در تبیین نسبت میدان ها و ذائقه ها از منظر جامعه شناسی ادبیات هم به موضوع نگریسته است. از دیدگاه او زمینه های تاریخی در ایجاد انواع، شکل ها، دوره ها، مکاتب و جنبش های هنری تاثیر داشته اند و ذائقه ادبی محصول نحوه اجتماعی شدن فرد در خانه و مدرسه، پایگاه اجتماعی او، نهادهای ادبی و تغییرات فنی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در سطح جامعه است. بوردیو برای تبیین نسبت میان ذائقه و میدان ها، با انتقاد از دو سنت مشهور، شیوه تحلیلی خود را جدا کرده است؛ سنت قرائت درونی، اثر فرهنگی و ادبی را شکل نابی در نظر میگیرد که فهم آن نیازمند مطالعه درونی ناب و خاص است بدون اینکه به عوامل یا عملکردهای تاریخی و بیرونی توجه گردد ولی در سنت تحلیل بیرونی آثار که غالبا متأثر از مارکسیسم است تلاش میشود تا آثار ادبی را با جهان بینی یا منافع اجتماعی طبقه خاصی ربط دهد و این رویکرد، گروه را علت نهایی در تولید اثر ادبی میدانند. در همین زمینه بوردیو، عادتواره و ذائقه هنری را متأثر از میدان ادبی میدانند یعنی نهادهای ادبی در ادراک و ذوق ادبی و هنری افراد موثرند و این نهادها عبارتند از محل های نمایش، مهادهای ویژه تقدیس یا تجویز (محافل هنری)، بازتولید کنندگان و مصرف کنندگان (مدارس)، عاملان و کارگزاران متخصص (واسطه ها، منتقدان، مورخان هنر و...). بدین ترتیب از طریق میدان ادبی است که انواع و شکل های هنری، خلق و به عنوان هویت هنری و ادبی تولید و بازتولید می شوند. (بوردیو، ۱۳۷۹: ۱۵۰) بنابراین "ذائقه های افراد محصولاتی از میدان هایی هستند که افراد در آن به سر می برند." (مقدس: ۷۷) بوردیو در تحلیل فضای اجتماعی، جایگاه طبقاتی را بر اساس نقش سرمایه های مختلف در ساخت یابی فضای اجتماعی به سه طبقه تقسیم میکند: "طبقه مسلط که با برتری سرمایه مشخص میشود و دارای دو زیر طبقه شامل مسلط سنتی با مشخصه سرمایه اقتصادی و طبقه بورژوازی جدید با مشخصه سرمایه فرهنگی است؛ طبقه دوم یعنی خرده بورژوازی و طبقه سوم یعنی توده مردم که فاقد مالکیت هستند. مجموعه متحدی از ترجیحات تمایز بخش در هر فضا و میدان اجتماعی خاص وجود دارد که نشانگر سبک زندگی افراد به شمار میرود." (عزیزی مهر و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴۰) از دیدگاه بوردیو یک میدان قلمرو زندگی اجتماعی است که "دارای قواعد سازماندهی خاص خود است، مجموعه ای از موقعیت ها را فراهم میکند و حامی کنش های مرتبط با آن موقعیت هاست. مشارکت کنندگان عرصه های اجتماعی، درست همانند بازیگران یک بازی، در موقعیت های متفاوتی قرار دارند. کنش موجود در یک عرصه صرفا بازتاب مکانیکی

موقعیت های تثبیت شده نیست بلکه محصول طرح های متضاد موضع گیری است. وجود اشکال متفاوت سرمایه مهیا کننده ساختاری بنیادین برای سازماندهی میدان ها و در نتیجه شکل گیری انواع عادتواره و در نهایت شکل گیری انواع کنش ها و ذائقه هاست." (بورديو و همکاران، ۱۹۹۲: ۱۰۱)

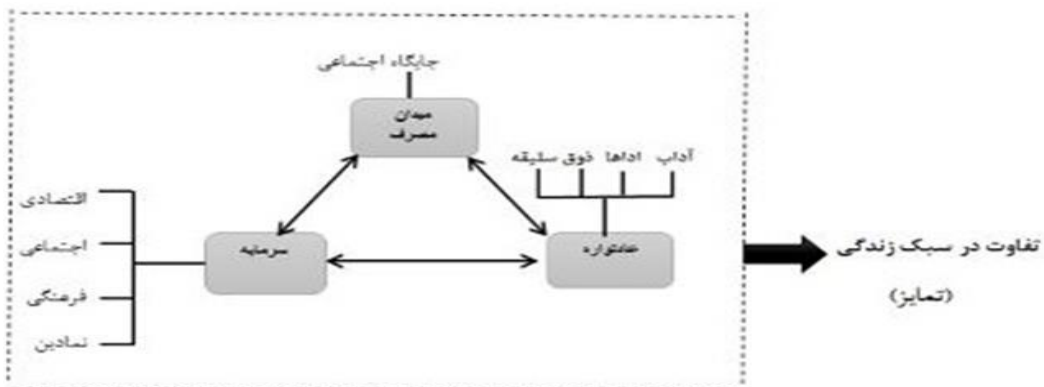


نمودار ۶ - مناسبات میدان، ذائقه و سبک زندگی (رحمانی و بلخاری، ۱۴۰۱: ۱۶۳۱)

"در مورد تاثیر میدان و ذائقه نکته ویژه ای که حائز عنایت ویژه است این است که عادتواره میانجی آنهاست یعنی دو فرد دارای دو عادتواره متفاوت که شرایط و محرک های واحدی را تجربه نکرده اند، موسیقی یا نقاسی واحدی را به یکسان نمی شنوند و نمی بینند و در نتیجه درباره ارزش آن نیز حکمی یکسان صادر نمی کنند." (بورديو، ۱۳۷۹: ۱۶۶) در تبیین ذائقه، موجبات بیرونی را که مارکسیست ها از آن با عنوان بحران های اقتصادی، تحولات فنی یا انقلاب سیاسی یاد می کنند، بورديو تحت عنوان میدان دسته بندی کرده است.

۷- تمایز و مناسبات آن با ذائقه و سبک زندگی

" فرایند مدرنیته با نظم های اجتماعی پیچیده ای همراه است که بنیادشان بر خواست تمایز استوار است." (جمشیدپها، ۱۹: ۱۳۸۶) "مفهوم تمایز به معنی مجموعه تفاوت هایی است که رفتارها و سبک های زندگی افراد جامعه بدلیل موقعیت های متفاوتشان از لحاظ سرمایه و قرار گرفتن در میدان های اجتماعی گوناگون میان آنها ظاهر میشود. همه آنچه سلیقه فرهنگی، انتخاب های هنری و... نامیده میشود و ممکن است کاملا طبیعی و ناشی از قریحه های ذاتی افراد شمرده شود، رابطه مستقیم و قابل اثباتی با وضعیت و موقعیت اجتماعی آنها دارد." (فکوهی، ۱۳۸۴: ۱۴۶) بورديو در کتاب تمایز، ریشه ها و سازمان یافتگی اجتماعی ذائقه را شکافت. "او مفهوم تمایز را با مفهوم سرمایه فرهنگی پیوند میزند و معتقد است که سرمایه فرهنگی موجود تفاوت است و به دائمی کردن تفکیک ها و نابرابری های اجتماعی کمک میکند. گروههای نخبه تعیین می کنند که چه چیزی پذیرفتنی یا سرمایه فرهنگی با ارزش است؛ قدرت، مشروعیت خلق میکند و همواره طبقات حاکم، ذائقه ها و مصرف های هنری، ادبی، ارزش ها و دانش ها را مشروع یا نامشروع میدانند. بنابراین بین ذائقه و پایگاه طبقاتی نسبتی وجود دارد و افراد از مصرف الگوهای فرهنگی به عنوان عنصر تمایزبخش استفاده می کنند؛ بدین ترتیب حس زیبایی شناختی گروههای مختلف در تقابل با یکدیگر تعریف و متمایز میشود یعنی ذائقه و سلیقه در وهله اول، بی میلی و اکراه نسبت به سلاقی دیگران است." (جنگینز، ۱۳۸۵: ۱۷۳)



نمودار ۷ - مناسبات تمایز، ذائقه و سبک زندگی (یوسفی و لطفی، ۱۴۰۱: ۳۵۳)

میتوان گفت " عمده ترین میراث اندیشه بورديو برای جامعه شناسی مصرف و تحلیل سبک های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف، بررسی فرضیه تمایز یافتن طبقات از طریق الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی قریح و مصرف فرهنگی است. از سوی دیگر تاکید او بر الگومند بودن اعمال مصرف که نتیجه الزامات عادتواره است، الهام بخش تکنیک های

پژوهش درباره الگوهای سبک زندگی نیز بوده است.^۱ (فاضلی، ۱۳۸۶: ۴۶) بر اساس نظریه هومولوژی^۱، بورديو بر این باور است که افراد به واسطه برخورداری از انواع مختلف سرمایه نظیر سرمایه فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی به مصرف فرهنگی، مادی و فعالیت های فراغتی اقدام می کنند. مصرف، اجازه بازنمایی سبک های زندگی مختلف و نیز ذائقه های مختلف را می دهد.

در نهایت، سبک های زندگی و ذائقه ها که بر مبنای سرمایه های بالا شکل می گیرد به مصرف کالاهایی می انجامد که تمایز اجتماعی ایجاد می کند.^۲ در نظریه بورديو، ذائقه همان مدآست و علت مد گرایی را میتوان در جایگاههای اجتماعی افراد جستجو کرد زیرا افراد از طریق رفتارهایی چون مد، سعی می کنند جایگاه خود را در مقایسه با دیگران بدست آورند یا تثبیت کنند و در عین حال جایگاه اجتماعی خود را در نظام اجتماعی تشخیص دهند.^۳ (زائر کعبه، ۱۳۹۲: ۲۲)

در جنبه دیگر "ذائقه های متفاوت در عین حال نشان دهنده بد ذوقی هاست یعنی در عین اینکه عامل وحدت و یکپارچگی یک طبقه است، موجب طرد طبقه دیگر میشود. مصارف فرهنگی بر حسب طبقات و اقشار اجتماعی متغیر است و به فضای اجتماعی که فرد در آن زندگی میکند یعنی به حجم سرمایه نمادینی^۳ که در دسترس و اختیار هر طبقه است و به معیارهای فرهنگی که هر طبقه خود را با آن مشخص و متمایز میکند وابسته است. در همین راستا، طبقه مسلط درصدد است که جایگاه خود را از طریق تمایز و تشخیص حفظ کند و در پی آن خوش ذوقی خود را به سایر اعضاء جامعه و گروهها تحمیل نماید. منطق تشخیص حکم میکند که فاصله میان رفتارها و مصارف فرهنگی، متمایز از یکدیگر باقی بماند لذا به محض آنکه یک کالای فرهنگی همگانی و مردمی میشود، رفتار فرهنگی جدیدی که به طبقه مسلط تعلق دارد جانشین آن میشود." (توسلی، ۱۳۸۳: ۱۵)

۸- سرمایه و مناسبات آن با ذائقه و سبک زندگی

سرمایه نزد بورديو قابلیت است که فرد در تعامل با دیگران از آن بهره مند میشود و هر منبعی است که میتواند باعث تولید ارزش افزوده شود و فرد میتواند آن را وارد چرخه مبادله کند. او مفهوم سرمایه را به منابع مادی و غیر مادی نسبت میدهد مانند دانش فرهنگی و ارتباطات اجتماعی. همانگونه که در حوزه اقتصادی میتوانیم سرمایه گذاری داشته باشیم در حوزه های غیر مادی هم میتوانیم سرمایه گذاری کنیم؛ مثلاً غذا خوردن در رستوران های گران قیمت یا دانش نوعی سرمایه گذاری است. از نظر بورديو، نمی توان ساختار و کارکرد دنیای اجتماعی را در نظر گرفت مگر اینکه سرمایه را نه تنها به صورت شناخته شده در نظریه اقتصادی بلکه در صورت های گوناگون در نظر داشت و مقصود او از بسط مفهوم سرمایه، استفاده از آن در نظام مبادله گسترده ای است که در آن انواع گوناگون سرمایه ها در شبکه های پیچیده ای منتقل شده یا در درون و بین میدان های گوناگون گردش میکنند. او از انواعی از سرمایه ها نام می برد: فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، نمادین، خاص و فراسرمایه. "سرمایه فرهنگی عبارت است از شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای تعالی، داشتن ذائقه های خوب و شیوه های عمل متناسب و تسلط یافتن بر هر نوع از نظام های نمادین و سه منبع آن پرورش خانوادگی، آموزش رسمی و فرهنگ شغلی هستند." (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۹) از دیدگاه بورديو "ذائقه را میتوان نوعی از سرمایه فرهنگی دید که ایجاد تبعیض و تمایز بین انواع گروههای منزلتی را امکان پذیر میکند." (بورديو، ۱۹۸۴: ۱۰۸) در واقع بورديو فقط نمی خواست نشان دهد که طبقات مختلف دارای سرمایه های فرهنگی متفاوت هستند بلکه قصد داشت نشان دهد که طبقات اجتماعی از طریق ایجاد سرمایه فرهنگی در کودکانشان، خود را بازتولید می کنند؛ پس فرضیه مهم سرمایه فرهنگی، بازتولید طبقاتی است.^۴ (فاضلی، ۱۳۸۴: ۳۶)

سرمایه نمادین نزد بورديو "سرمایه ای است که ریشه معرفتی دارد و متکی به شناخته شدن و به رسمیت شناختن است و هر سرمایه اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، دینی، آموزشی که عینیت ها را وارد جهان ذهنیات میکند یعنی یک اعتبار نمادین به همراه دارد، سرمایه نمادین تلقی میشود. از آنجائی که کارکرد فضای اجتماعی بر اراده تشخیص و تمایز افراد و گروهها استوار است، هنگامی که عینیات به شکل سرمایه نمادین در می آیند، قابل بهره برداری هستند و تراکم سرمایه نمادین، امکان دسترسی به فرهنگ و استفاده عملی از آن را فراهم میکند." (توسلی، ۱۳۸۳: ۱۴-۱۲)

سرمایه بورديو از شکلی به شکل دیگر تبدیل میشود و معنایی دو بعدی دارد: یکی در معنای بازتولید بین نسلی سرمایه یعنی افراد ثروتمند می کوشند فرزندانشان را به مدارس خوب بفرستند. در معنای دوم سرمایه اجتماعی و فرهنگی در آینده، به سرمایه اقتصادی تبدیل می شود. "سرمایه به سه صورت به فضای اجتماعی نظم می بخشد: حجم، ترکیب و مسیر. حجم سرمایه، موقعیت های برخوردار از انواع و اقسام سرمایه و کنش های مرتبط با آنها را از موقعیت هایی جدا میکند که سرمایه چندان در اختیار ندارند. ترکیب سرمایه عاملی است که موقعیت هایی را که از یک جنبه مثلا در سرمایه فرهنگی بالا هستند، از موقعیت هایی که در بعد دیگری مثلا در بعد سرمایه اقتصادی غنی هستند جدا میکند. آن دسته از موقعیت هایی که حجم سرمایه نسبتا والایی دارند، بیشترین تلاش را برای حفظ این تقابل انجام می دهند. بر اساس محور ترکیب سرمایه میتوان چهار سنخ ترکیب سرمایه را متصور شد:

الف- کسانی با سرمایه اقتصادی بالا و سرمایه فرهنگی بالا؛

1 Homology
2 Fashion
3 Symbolic Capital

- ب - کسانی با سرمایه اقتصادی بالا و سرمایه فرهنگی پائین ؛
 ج - کسانی با سرمایه اقتصادی پائین و سرمایه فرهنگی پائین ؛
 د - کسانی با سرمایه اقتصادی پائین و سرمایه فرهنگی بالا.

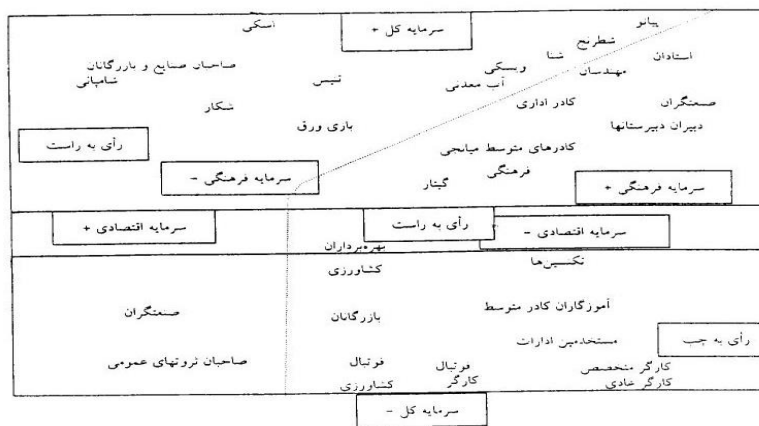
این سنخ های ترکیب سرمایه، تولید کننده ذائقه های گوناگون هستند. واضح است که بورديو می کوشد ایده عرصه های مختلف و اشکال گوناگون سرمایه را در چهارچوب مفهوم قدرت کلی تر قرار دهد یعنی موضوع مهم آن است که گروههای مختلف بر حسب نوع سرمایه ای که در اختیار دارند چگونه با هم ارتباط برقرار می کنند. او در اینجا به تمایل عام به استفاده از تقسیم بندی های اجتماعی به مثابه ابزار سلطه اشاره دارد. (ممتاز، ۱۳۸۳:) مسیر سرمایه هم اشاره به تحرک طبقاتی دارد.

در مجموع بورديو با تفویزیه کردن سرمایه در اشکال گوناگون آن بر سه نکته تاکید میکند:

الف - چیزهای خوبی که مردم در جستجوی آنها هستند و امکانات و منابعی که قصد انباشت شان را دارند، بسیار گوناگون هستند. ب - همه سرمایه ها لزوماً اجتماعی اند زیرا معنایشان را از روابط اجتماعی می گیرند که سازنده عرصه های مختلف اند و نه از چیزهای مادی که به خودی خود ارزشمند باشند. ج - تلاش و نزاع برای انباشت سرمایه فقط بخشی از قضیه است زیرا تلاش برای بازتولید سرمایه هم به همان اندازه مهم است (جلائی پور و محمدی، ۱۳۹۸: ۳۲۰) لذا باید گفت: بر اساس آنچه بورديو اندیشیده است، "ساخت طبقاتی یک سلسله مراتب ساده نیست بلکه درون هر یک از طبقات، شاخه های گوناگونی وجود دارد که در درجه اول مربوط به ترکیب انواع سرمایه و در درجه دوم مربوط به منشاء سرمایه و مدت زمانی آن میشود که فرد، این ترکیب را در اختیار داشته باشد." (ممتاز، ۱۳۸۳: ۱۵۲)

"مبارزه طبقاتی در قالب روزمره خود، اغلب به شکل ناشناخته و به صورت مبارزه برای مشروعیت رفتارهای فرهنگی یا مبارزه برای طبقه بندی اجتماعی صورت میگیرد. کنشگران اجتماعی بوسیله نوع مصرف کالاهای فرهنگی، خود را طبقه بندی می کنند و با اظهار علاقه به فرآورده های فرهنگی معین و ابزار سلیقه و ذوق در مورد آنها، قابل طبقه بندی هستند؛ بنابراین عرصه فرهنگی به صورت یک نظام طبقه بندی از سلسله مراتب که از کمتر مشروع به بیشتر مشروع یا از فرهنگ مشخص تا فرهنگ عادی استمرار می یابند به افراد یک طبقه امکان میدهد تمایزات راهبردی را نسبت به طبقه دیگر اعمال کنند." (همان: ۱۵) "دستگاه نظری بورديو ناظر بر میدان های نسبتاً مستقلی است که استقلال شان در نوع سرمایه ای انعکاس می یابد که برای هر میدان اهمیت دارد و به موازات تنوع یافتن سرمایه، میدان نیز تکثر می یابد." (جمشیدیها، ۱۳۸۶: ۲۲)

تصویر طبقاتی جامعه با توجه به سبک زندگی و نوع رفتار



نمودار ۸ - مناسبات سرمایه، ذائقه و سبک زندگی (توسلی، ۱۳۸۳: ۱۹)

۹- نقد نظریه بورديو درباره ذائقه و سبک زندگی

نظریات بدیع بورديو، علیرغم وجوه امتیاز از نگاه نقادان ایمن نمانده است. "بخشی از نظریات او امروزه کهنه شده اگرچه لزوماً روش میتواند مورد استفاده قرار گیرد؛ به عنوان نمونه تحقیق اولیه او که به اتفاق کلود پائسون در دهه ۶۰ میلادی انجام شده، متعلق به چند دهه پیش است که نابرابری طبقاتی را در مدارس آن روز فرانسه برملا میکند و معلوم نیست امروز تا چه حد آمارها و داده های آن اعتبار دارد. به علاوه مفهوم طبقه که بورديو در تمامی آثارش آن را محور قرار میدهد یک مفهوم کهنه است و مناسب جامعه شناسی معاصر نیست و به جای آن قشر را که میتواند جنبه تجربی داشته باشد و قشرها مدرج نشان داده میشود تا متضاد، از اعتبار بیشتری برخوردار است. همچنین مفهوم نبرد طبقاتی نیز یک مفهوم مطلق و غیر قابل قبولی است." (همان: ۲۲) یکی از منتقدین جدی بورديو، جفری الگزنندر است. وی "جامعه شناسی بورديو را به صورت درمان پذیری معیوب میدانند چه به لحاظ نظری، تجربی و ایدئولوژی اخلاقی. او به خصیلت متناقض استراتژی ناخودآگاه بورديو حمله کرده و می گوید: این فکر که

یک کنش واحد در عین حال هم می‌تواند غیر عقلانی و هم کاملاً عقلانی باشد، متناقض و غیر علمی است؛ نقد ساخت‌گرایی توسط بوردیو، اجازه‌اندیشیدن به سوژه را نمیدهد. الگزندر به علاوه به مفاهیمی مانند طبیعت ثانوی و استراتژی ناخودآگاه به شدت حمله کرده است. (نوسلی، ۱۳۸۳: ۲۳) از منتقدین دیگر، ریچارد پیترسون است. وی "معتقد است در شرایط فعلی جهان، الگوی قرار گرفتن ذائقه‌های فرهنگی، هرمی معکوس است؛ در بالای هرم نخبگان قرار دارند که حجم اجتماعی اندکی دارند ولی تعداد و نوع ژانرهای هنری و فرهنگی که مصرف می‌کنند زیاد است. در پائین هرم نیز طبقات پائین با تنوع محدود ژانرهای مصرفی قرار گرفته‌اند. لذا نوع ژانرها و تمایز دقیق میان محتوای ژانرها نیست که ذائقه طبقات بالا و پائین را از هم جدا کند بلکه تنوع و تعداد ژانرهاست که چنین میکند. ذائقه طبقات بالادستی التقاطی و ذائقه طبقات پائین یک بعدی است. دلایل التقاطی شدن ذائقه‌ها می‌تواند تکرخ اجتماعی، توسعه شعارهای دموکراسی و برابری که مشروعیت و ادعای برتری انواع تحول تاریخی جامعه، الگوی افتخار و منزلت را بر هم زده است و دیگر الگوی افتخار ناشی از مصرف فرهنگی بر اساس مقولات طبقاتی سامان نمی‌یابد." (فاضلی، ۱۳۸۴: ۳۵) ریچارد پیترسون بر خلاف دیدگاه بوردیو، ارتباط بین مصرف کالاها و فرهنگی و طبقه اجتماعی را رد کرده و در نظریه همه چیز خواری یا ذائقه التقاطی، رویکرد طبقه روشنفکر در تحقیر کردن کالاهای مصرفی طبقه عامه را به چالش می‌کشد و کالاهای مصرفی فرهنگی مورد استفاده مردم را دارای ارزش میدانند. از نظر او تمایز مربوط به طبقه نمی‌شود بلکه تفاوت در ژانر است که تمایز ایجاد میکند. (فاضلی، ۱۳۸۶: ۳۳) بر اساس دیدگاه فردی شدن در مورد مصرف فرهنگی، در جوامع پسا صنعتی کنونی، هیچگاه ارتباط نظام مند و معناداری میان سلسله مراتب فرهنگی و سلسله مراتب اجتماعی به چشم نمی‌خورد. همچنین دیگر نمی‌توان از طریق تعیین موقعیت طبقاتی افراد، سلاقی فرهنگی و اساساً سبک زندگی آنها را پیش بینی کرد؛ بنابراین در شرایط جوامع کنونی، مصرف فرهنگی یا سایر اشکال مصرف به طور فزاینده‌ای فردی شده‌اند و بیش از هر چیز، بازتاب دهنده انتخاب‌های آزادانه افراد هستند. (ملکی و رفیعی، ۱۳۹۰) پیترسون، بوردیو را بدین جهت که به سلسله مراتب عمودی ذائقه‌ها بر مبنای تمایزات که در بالای آن نخبگان با ذائقه‌های خوب و در پائین آن طبقات پائین با ذائقه‌های عامه پسند قرار گرفته‌اند زیر سؤال می‌برد و تأکید میکند که اولاً شرایط فعلی جهان با توجه به تحرک اجتماعی طبقات اجتماعی تغییر کرده است؛ ثانیاً نوع ژانرها و تمایز دقیق میان محتوای ژانرها نیست که ذائقه طبقات بالا و پائین را از هم جدا کند بلکه تنوع و تعدد ژانرهاست که چنین میکند. بنابراین ذائقه طبقه بالا التقاطی و ذائقه طبقه پائین تک بعدی است. (بینا، ۱۳۸۶) برخی دیگر نیز بوردیو را به جهت ارزش گذاری در بحث طبقه و ذائقه، زیر سؤال برده‌اند زیرا وی در یک تبیین دوتایی به گونه‌ای طبقات بالا و پائین را مقوله بندی میکند که گویا همواره طبقات بالا دارای ذائقه خوب در امر غذا، وسایل، لباس، موسیقی و ورزش‌اند و طبقات پائین از موضع گیری‌های مزبور، محروم می‌باشند. (مقدس، ۱۳۸۶: ۹۹) منتقدینی که نقد خود را بر مفهوم عادتواره متمرکز ساخته‌اند، بر این باورند که این اندیشه بسیار جبرگرایانه است و نادیده گرفتن انعطاف پذیری فردی و ظرفیت افراد است که سبب میشود رفتارهایی را انجام دهند که لزوماً با روابط یا گفتمان‌های غالبی که در آن قرار دارند، منطبق نباشد. (یوسفی و لطفی، ۱۴۰۱: ۳۵۳) به عنوان مثال اندرو سایر^۱ چندین ویژگی منفی را در نظریات بوردیو می‌بیند که مهمترین آنها توجه ناکافی بر جنبه‌های اخلاقی رفتار، نادیده گرفتن نقش احساسات در روند استدلال و غفلت از ارتباط بین رفتار و حضور همیشگی اخلاق در نیکی به خود و دیگران است. همچنین مشکلاتی در دیدگاه مبتنی بر ذائقه و عادتواره در تبیین نابرابری دیده میشود؛ وقتی که اقتصاددانان نئوکلاسیک سعی میکنند تا به تبیین رفتار پردازند، به عادتواره بوردیو متوسل میشوند زیرا در هر دو دیدگاه، انتخاب‌ها و قضاوت‌های اخلاقی جایگاهی ندارد؛ بوردیو قضاوت‌های اخلاقی کنشگران را با وابسته دانستن قضاوت‌ها به موقعیت قرار گرفتن در میدان اجتماعی، تقلیل میدهد و در آخر اینکه نظریه بوردیو با اولویت دادن به منافع به عنوان مبنایی برای مبارزات اجتماعی، تفسیر رفتار افراد بر اساس سوء ظن به آنهاست نه درک احساسات افراد و همدلی با آنها.

۱۰- بحث و نتیجه گیری

مفهوم سبک زندگی از عمده موضوعاتی است که جامعه‌شناسان اخیر به صورت ویژه به آن پرداخته‌اند. در تعاریف سبک زندگی دو بعد مورد توجه هستند: نگرش‌ها و کنش‌ها. در این مقاله یکی از ابعاد جهت دهنده به سبک زندگی جهت ذائقه از دیدگاه متفکر بزرگ پی بوردیو مورد تامل قرار گرفته است. ذائقه در نظریه وی فرآورده‌ای از میدان و سرمایه هاست و مفهوم تمایز و مصرف آن را توضیح میدهند. جوهره دیدگاه بوردیو، تأکید بر وجود سلسله مراتب عمودی ذائقه‌ها بر مبنای تمایزات طبقاتی است. بر این اساس، موجودیت اجتماعی ذائقه‌های فرهنگی یک استوانه است که در بالای آن نخبگان با ذائقه‌های خوب و در پائین آن طبقات فرودست با ذائقه‌های عامه پسند قرار گرفته‌اند. بر این مبنای مدلی سه شاخه‌ای درباره ذائقه ترسیم میکند: ذائقه مشروع، ذائقه متوسط و ذائقه مردم پسند. این یک طرح از ذائقه و ارجحیت هاست که رابطه‌ای مستقیم با تحصیلات و طبقه اجتماعی دارد. آنچه تغییرات سبک زندگی به ویژه ذائقه را با عادتواره عجین میکند این است که عادتواره صرفاً الزام آور و محدود کننده نیست بلکه یاریگر و نیروبخش هم هست یعنی اگرچه دارای ریشه‌های عمیقی است اما انعطاف پذیر است. ما از آنچه میتوانیم به طور معقول انتظار داشته باشیم، می‌آموزیم و آن را در منش خود ادغام می‌کنیم. در مورد تأثیر میدان و ذائقه نکته حائز عنایت ویژه این است که عادتواره میانجی آنهاست یعنی دو فرد دارای دو عادتواره متفاوت که شرایط و محرک‌های واحدی را تجربه نکرده‌اند، موسیقی یا نقاسی واحدی را به یکسان نمی‌شنوند و نمی‌بینند و در نتیجه درباره ارزش آن نیز حکمی یکسان

صادر نمی کنند. عمده ترین میراث اندیشه بوردیو برای جامعه شناسی مصرف و تحلیل سبک های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف، بررسی فرضیه تمایز یافتن طبقات از طریق الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی قریح و مصرف فرهنگی است. از سوی دیگر تاکید او بر الگومند بودن اعمال مصرف که نتیجه الزامات عادتواره است، الهام بخش تکنیک های پژوهش درباره الگوهای سبک زندگی نیز بوده است. بر اساس نظریه بوردیو ساخت طبقاتی یک سلسله مراتب ساده نیست بلکه درون هر یک از طبقات، شاخه های گوناگونی وجود دارد که در درجه اول مربوط به ترکیب انواع سرمایه و در درجه دوم مربوط به منشاء سرمایه و مدت زمانی آن میشود که فرد، این ترکیب را در اختیار داشته باشد. ذائقه از مهمترین اجزای عادتواره در نظریه بوردیو محسوب میشود و به جلوه نمادین موقعیت طبقاتی تبدیل میشود و در سبک های زندگی متفاوت ظهور می یابد. ذائقه فرد فرد ما محصولی است از تجارب پیشین مان، سرمایه هایمان، قشر اجتماعی مان، تحصیلاتمان، تمایز طلبی مان، رسانه های پیرامون مان و نظام آموزشی. بدین لحاظ هر گونه فرهنگ سازی در جامعه کنونی مان را باید مرتبط با تغییراتی که در ذائقه شهروندان جامعه نوین رخ داده است منطبق کنیم و بدون فهم ریشه های این ذائقه ها، به طور قطع از دست یابی به اهدافمان عاجز خواهیم ماند. جامعه گسترده امروز ایران نیازمند فهم تغییراتی است که در سبک زندگی و ذائقه های اقشار گوناگونش رخ داده است و بر عهده دانش جامعه شناسی است که هم این تغییرات را درک و تبیین کند و هم از مسیر چنین تبیین هایی، به توصیفات دقیق و عمیق واقعیات دست یازد. بدین لحاظ چنین پژوهش هایی برای دست یابی به این مهم می کوشند تا به این رسالت عظیم به سهم خود جامعه عمل ببوشند. در مجموع نظریه بوردیو اگرچه از جهات نوآوری هایش و استفاده از مفاهیم بدیع و تعهداتش به ارزش های انسانی، ممتاز و قابل توجه است اما از جهاتی مانند توجه ناکافی به جنبه های اخلاقی کنش، نادیده گرفتن احساسات در روند استدلال و اولویت دادن به منافع به عنوان مبنایی برای رقابت اجتماعی مورد انتقاداتی وارد شده است.

منابع

۱. اباذری، یوسف و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱) " از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل هویت اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰
۲. بارنز و بکر (۱۳۷۵) تاریخ اندیشه اجتماعی، ترجمه جواد یوسفیان و علی اصغر مجیدی، تهران، نشر امیر کبیر
۳. باکاک، رابرت (۱۳۸۱) مصرف. ترجمه خسرو صبری، تهران: شیرازه.
۴. بوردیو، پی یر (۱۳۸۰) نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه مرتضی مردیپها، تهران، نشر نقش و نگار
۵. بوردیو، پی یر (۱۳۹۰) تمایز: نقد اجتماعی قضاوت های ذوقی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر ثالث
۶. بوردیو، پی یر (۱۳۸۹) " تکوین تاریخی زیبایی شناسی ناب "، ترجمه مراد فرهاد پور، فصلنامه ارغنون، شماره ۱۷، صفحه ۱۵۰-۱۶۶
۷. بوردیو، پی یر (۱۳۸۸) درسی درباره درس، ترجمه ناصر فکوهی، تهران، نشر نی
۸. بوردیو، پییر (۱۳۷۵) جامعه شناسی و ادبیات: آموزش عاطفی فلوربر، ترجمه یوسف اباذری، در فصلنامه فلسفی، ادبی، فرهنگی ارغنون، سال سوم، شماره ۹ و ۱۰، بهار و تابستان ۱۳۷۹
۹. تنهایی، حسن ابوالحسن (۱۳۸۶) " تحلیل های نظری زمینه های جامعه شناسی معرفت بوردیو "، نشریه جامعه شناسی، دوره ۱، شماره ۳
۱۰. توسلی، غلامعباس (۱۳۸۳) " تحلیلی از اندیشه پیر بوردیو درباره فضای منازعه آمیز اجتماعی و نقش جامعه شناسی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۳، صفحه ۱-۲۵
۱۱. پارکر، جان (۱۳۸۶) ساخت یابی، ترجمه حسین قاضیان، تهران، نشر نی
۱۲. جلائی پور، حمید رضا و محمدی، جمال (۱۳۹۸) نظریه های متاخر جامعه شناسی، تهران، نشر نی
۱۳. جنکینز، ریچارد (۱۳۸۵) پی یر بوردیو، ترجمه لیلا جوافشان و حسن چاوشیان، تهران، نشر نی
۱۴. جمشیدیها، غلامرضا و پرستش، شهرام (۱۳۸۶) " دیالکتیک منش و میدان در نظریه عمل پیر بوردیو "، نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۰، صفحه ۳۲-
۱۵. حمیدی، نفیسه و فرجی، مهدی (۱۳۸۶) " سبک زندگی و پوشش زنان در تهران "، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال ۱، شماره ۱، صفحه ۶۵-۹۲
۱۶. رحمانی، نجیبه و بلخاری، حسن (۱۴۰۱) " پژوهشی در میدان های سینمایی دوره پهلوی دوم با تکیه بر نظریه تمایز پی یر بوردیو "، ماهنامه علمی جامعه شناسی سیاسی ایران، سال پنجم، شماره هشتم، صفحه ۱۶۲۷-۱۶۵۲
۱۷. رضایی، محمد (۱۳۸۳) " حوزه تولید فرهنگی پی یر بوردیو "، ماهنامه کتاب ماه علوم اجتماعی، سال هفتم، شماره ۶، صفحه ۵۱-۵۲

۱۸. ریتزر، جرج (۱۳۷۴) نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر علمی
۱۹. عزیزی مهر، خیام و پیری، صدیقه (۱۳۹۷) " طبقه، فرهنگ و سبک زندگی: مورد مطالعه: فرهنگ و سبک زندگی طبقه بالای جامعه"، نشریه مجله جامعه شناسی ایران، شماره ۳، پائیز ۱۳۹۷، صفحه ۱۶۳-۱۳۶
۲۰. عیوضی، زهره و همکاران (۱۳۹۵) " بررسی عوامل جامعه شناختی موثر بر سلیقه مخاطب با توجه به طراحی گرافیک"، دوفصلنامه علمی - ترویجی پژوهش هنر، سال ۶، شماره ۱۲، صفحه ۶۳-۵۳
۲۱. فاضلی، محمد (۱۳۸۶) " تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال ۱، شماره ۱، صفحه ۱۷۵-۱۹۸
۲۲. فاضلی، نعمت... (۱۳۹۰) " نقش و کارکرد فرهنگی مدارس روستایی در گسترش سبک زندگی مدرن"، فصلنامه فرهنگ مردم ایران، شماره ۲۶، صفحه ۱۲۲-۱۴۶
۲۳. فاضلی، محمد (۱۳۸۴) " جامعه شناسی مصرف موسیقی"، مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره اول، شماره ۴، صفحه ۵۳-۲۷
۲۴. فکوهی، ناصر (۱۳۹۰) تاریخ اندیشه و نظریه های انسان شناسی، تهران، نشر نی
۲۵. فکوهی، ناصر (۱۳۸۴) " پیر بوردیو، پرسمان دانش و روشنفکری"، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، بهار ۱۳۸۴، صفحه ۱۴۱-۱۶۱
۲۶. کریمی، محمد کاظم (۱۳۸۹) " اندیشه اجتماعی پی بر بوردیو"، نشریه فرهنگ پژوهش، شماره ۷
۲۷. کلپون، کریک و وکان، لوئیک (۱۳۸۳) " همه چیز اجتماعی است"، ترجمه شیرین جلالی، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۸۱، صفحه ۵۵-۵۸
۲۸. کلاته ساداتی، احمد و همکاران (۱۳۹۷) " ذائقه آوانگارد و تمایز گرایی فرهنگی؛ نظریه ای زمینه ای در بین جوانان شهر تهران، نشریه جامعه شناسی هنر و ادبیات، دوره ۱۰، صفحه ۷۴-۳۹
۲۹. گرنفل، مایکل (۱۳۹۳) مفاهیم کلیدی پیبر بوردیو، تهران، نشر نقد افکار
۳۰. لچت، جان (۱۳۷۷) پنجاه متفکر بزرگ معاصر، ترجمه محسن حکیمی، تهران، نشر خجسته
۳۱. مقدس جعفری، محمد و همکاران (۱۳۸۶) " بوردیو و جامعه شناسی ادبیات"، نشریه ادب پژوهی، شماره ۲، صفحه ۹۴-۷۷
۳۲. ممتاز، فریده (۱۳۸۳) " معرفی مفهوم طبقه از دیدگاه بوردیو"، پژوهشنامه علوم انسانی، شماره ۴۱، صفحه ۱۶۰-۱۴۹
۳۳. نقیب زاده، احمد و استوار، مجید (۱۳۸۹) " بوردیو و قدرت نمادین"، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۴۲، شماره ۲، صفحه ۲۹۴-۲۷۹
۳۴. واکوانت، لوییک (۱۳۷۹) پی بر بوردیو، ترجمه مهرداد میردامادی، در استونز، راب، متفکران بزرگ جامعه شناسی، تهران، نشر مرکز

35. Pierre Bourdieu (۱۹۸۴) *Distinction: A Social Critique of the Judgment*, Routledge

36. Cambridge Un.Dic (۲۰۰۳).

37. Webster.Dic (۲۰۰۳). (access date: ۲۰۲۳/۱۲/۲۹)

38. Pinto, Louis (۱۹۹۶) *The Theory of Field & Sociology of Literature: Reflections on the Work of Pierre Bourdieu*, in *International Journal of Contemporary Sociology*, Vol ۳۲, No ۲, ۱۹۹۶, pp ۱۷۷ - ۱۸۶.

39. Sayer, A. (2002), "What are you Worth?: Why Class is an Embarrassing Subject", *Sociological Research online*