

موزه‌های علوم و سرمایه فرهنگی

بختیار محمودپور^۱

چکیده

این مقاله در پی بررسی تأثیر موزه‌ها به خصوص موزه‌های علوم و مراکز علم بر تشکیل، رشد و گسترش سرمایه فرهنگی در جامعه است و در راستای رسیدن به این هدف ابتدا در بخش مبانی نظری با مروری بر تاریخچه تشکیل، تحولات در نقش و کارکردهای موزه‌ها طی تاریخ به نقش آموزشی موزه به عنوانی یکی از محوری‌ترین نقش‌ها در موزه‌های علوم تأکید می‌کند. در ادامه با تشریح و بسط مفهوم سرمایه فرهنگی و برشمردن کارکردها و تأثیرات آن در جامعه، تقسیم‌بندی انواع سرمایه فرهنگی را ارائه می‌دهد. سپس با استفاده از روش تحلیل استنادی و روش استقرائی به بحث در مورد روابط، نقش و تأثیرات موزه‌های علوم و مراکز علم در تشکیل سرمایه فرهنگی و به تبع آن توسعه فرهنگی و علمی کشور خواهد پرداخت و براساس نتایج به دست آمده پیشنهادهایی به منظور بهبود عملکرد موزه‌های علوم و فناوری و مراکز علم در راستای رشد و گسترش سرمایه فرهنگی در اقصاء مختلف جامعه و رسیدن به اهداف توسعه پایدار ارائه می‌کند. **کلیدواژه‌ها:** سرمایه فرهنگی، موزه‌ها، موزه‌های علوم و مراکز علم، نابرابری اجتماعی، توسعه.

مقدمه

هر چند موزه‌ها، تاریخ و فرهنگ چند هزار ساله هر ملتی را نمایش می‌دهند اما تاریخ تأسیس آنها به شیوه امروزی از چند قرن تجاوز نمی‌کند. به عنوان نهادهای فرهنگی و آموزشی زاده دنیای مدرن بعد از انقلاب صنعتی، در چند دهه اخیر شاهد تغییر و تحولات گوناگونی در نقش و کارکردهای خود بوده‌اند. این مقاله در پی آن است ضمن مرور نقش و کارکردهای موزه‌ها، نگاهی دیگر بار به نقش جدید آنها در قالب یکی از مفاهیم نوین جامعه‌شناسی و توسعه یعنی "سرمایه فرهنگی" داشته باشد. موزه‌ها در ابتدا فقط مراکزی فرهنگی و تفریحی برای نمایش آثار گذشتگان بودند و در دهه‌های اخیر به مراکزی آموزشی تبدیل شده‌اند. در واقع با واکاوی مفهوم سرمایه فرهنگی و پرداختن به ابعاد گوناگون آن ضمن تبیین اهمیت این نوع سرمایه در رسیدن به اهداف توسعه پایدار به نقش موزه‌ها به صورت عمومی و موزه‌های علوم و مراکز علم به صورت اختصاصی در تشکیل، رشد و گسترش سرمایه فرهنگی در اقصاء مختلف جامعه بپردازد. در راستای رسیدن به این مهم ابتدا به توضیح و تشریح تاریخچه موزه‌ها و

۱. استادیار موزه علوم و فناوری جمهوری اسلامی ایران؛ b.mahmodpoor@yahoo.com

کارکردهای آن پرداخته، سپس مفهوم نظریه سرمایه فرهنگی تشریح و در نهایت با استفاده از روش استقرائی به بررسی رابطه بین این دو مقوله پرداخته شده است. با استفاده از نتایج آن پیشنهادهایی به منظور گسترش و کارکرد هر چه بهتر موزه‌ها در راستای ایفای وظایف آموزشی و توسعه ارائه می‌شود.

موزه

در اصل واژه موزه از لغت یونانی «موزین»^۱ به معنای مقرر زندگی «موز»^۲، الهه هنر و صنایع در اساطیر یونان باستان اقتباس شده است، که تلفظ آن در زبان انگلیسی میوزیم^۳ و در زبان فرانسه موزه^۴ است. در دهه ۱۲۹۰ ه. ق. تلفظ فرانسه موزه به زبان فارسی راه یافت. البته، موزه نام تپه‌ای در آتن بود و فرانسویان این واژه را از آتنی‌ها گرفتند. در یونان باستان، موزه به عبادتگاهی گفته می‌شد که در آن ۹ الهه زن وجود داشت (موزه جنگ، ۱۳۸۴: ۷۶). شورای بین‌المللی موزه وابسته به سازمان فرهنگی، علمی و تربیتی ملل متحد (یونسکو)، در بند سه و چهار اساسنامه خود که جامع‌ترین تعریف موزه است، چنین می‌گوید: «موزه مؤسسه‌ای است دائمی و بدون هدف مادی که درهای آن به روی همگان گشوده است و در خدمت جامعه و پیشرفت آن فعالیت می‌کند. هدف موزه‌ها، تحقیق در آثار و شواهد بر جای مانده انسان و محیط زیست او، گردآوری آثار، حفظ و بهره‌وری معنوی و ایجاد ارتباط بین این آثار، به ویژه، به نمایش گذاردن آنها به منظور بررسی و بهره‌وری معنوی است» (نفیسی، ۱۳۹۱: ۳۵). نخستین موزه‌ها در جهان مجموعه‌های شخصی بودند که با هدف نمایش برای عموم ایجاد نشده بودند، بلکه فقط نمایانگر علایق افراد بودند. یکی از اولین موزه‌ها، موزه اشمولین^۵ در اکسفورد انگلستان است که در سال ۱۶۸۳ تأسیس شد. در سال ۱۸۴۵ در رابطه با موزه‌ها قوانینی به تصویب رسید، که بر اساس آن به انجمن شهر اجازه داده شد که از محل درآمد عمومی مبالغی را به تأسیس و نگهداری موزه‌ها اختصاص دهند. با وضع این قانون بسیاری از موزه‌های شهری آغاز به کار کردند. در دوران ویکتوریا عموم مردم به موزه‌ها علاقه‌مند شدند. در سال ۱۸۵۲ یکی از اولین موزه‌های عمومی یعنی موزه مشهور ویکتوریا و آلبرت در لندن تأسیس شد. این موزه به هنرها و صنایع تزئینی اختصاص داشت و امروزه تصور می‌شود که یکی از اولین موزه‌های مدرنی باشد که آموزش عمومی را مدنظر داشتند.

برای اولین بار در قرن نوزدهم، موزه‌ها مبادرت به اخذ بلیت از بازدیدکنندگان کردند و این کار بیشتر به این علت صورت گرفت که از ورود افراد ناخواسته جلوگیری شود، زیرا بسیاری از موزه‌ها

1. Mousein
2. Mouse
3. Museum
4. Musee
5. Ashmolean- Oxford

فضای مناسب برای بازدید عمومی در اختیار نداشتند. هنگامی که موزه‌های عمومی در ایالات متحده ساخته شدند به آموزش عمومی نمی‌پرداختند و تصور بر این بود که موزه باید فقط مرکز فراگیری برای دانشجویان و متخصصان باشد و به طور کلی آموزش در موزه نه یک هدف بلکه یک منظور فرعی قلمداد می‌شد.

هر موزه، سه وظیفه اساسی دارد:

۱. حفظ و نگهداری شامل گزینش و جمع‌آوری آثار فرهنگی و مراقبت از آنها است؛
۲. تحقیق، جست‌وجو و تهیه اسناد است که بستر لازم برای تحقیق و جست‌وجو به شمار می‌آید؛
۳. برقراری ارتباط، شامل تمام فعالیت‌های متنوعی است که در راستای فراهم ساختن زمینه برای تعامل با عموم به کار گرفته می‌شوند و از جمله آنها می‌توان به برنامه‌های آموزشی در نظر گرفته شده برای گروه‌های سنی متفاوت، برگزاری نمایشگاه‌ها، راه‌اندازی انتشارات، ایجاد پایگاه‌های اینترنتی و برنامه‌های چندرسانه‌ای اشاره کرد (کابرال، ۲۰۰۰: ۲۴).

تحول واقعی در موزه‌ها در پایان قرن ۱۹، روی داد و موزه‌ها از این شکل که فقط مسئول انبار کردن و نگهداری اشیاء باشند خارج شد و خود را برای ارائه خدمات اجتماعی بیشتر آماده کردند. این تحول در اهداف و سیاست‌ها نه فقط نتیجه تغییر تفکر مدیران بلکه بیشتر ناشی از تغییراتی بود که در جامعه پدیدار شده بودند و به دلیل صنعتی شدن جوامع غربی و مورد تهدید واقع شدن صنایع دستی و از بین رفتن سنت‌ها، جامعه به سمت حفظ و زنده کردن این هنرها روی آورده بود. نیروی خواست اجتماعی دگرگونی‌هایی را در سیاست‌گذاری موزه‌ها پدید آورد و درهای موزه‌ها به روی عموم مردم گشوده شدند و حتی نمایشگاه‌هایی برای جلب بیشتر مردم ترتیب دادند. در این زمان آثار موزه‌ای منابع الهام‌بخش و تهییج‌کننده هنرمندان معاصر شدند.

در دهه ۳۰ میلادی و دوره رکود اقتصادی در آمریکا کلاس‌های هنری و کارگاه‌هایی برای کمک به افراد بیکار تشکیل شدند و اعتبارهایی برای این امر تخصیص یافت و بسیاری از موزه‌ها به طور رایگان درهای خود را به روی عموم گشودند با این امید که بازدید از نمایشگاه‌ها و کارگاه‌ها و شرکت در سخنرانی‌ها حداقل نوعی آموزش و سرگرمی را برای خیل عظیم بیکاران فراهم آورد. به این ترتیب هر چند که موزه‌داران از پذیرش بار عظیم مسئولیتی که بر آنان تحمیل می‌شد هراسان بودند لیکن بالاخره آموزش را در رأس کارهای خود جای دادند. با وجود این هنوز هم تا مدت‌ها امور اصلی موزه‌ها، چیدن آثار و برپایی نمایشگاه بود و اموری همچون تربیت راهنما، برپایی سخنرانی و دیگر فعالیت‌ها به شکل پراکنده و تصادفی بدون برنامه‌ریزی دقیق صورت می‌گرفت.

در اوایل قرن بیستم در غرب آموزش عمومی مبحثی مهم و مورد تأیید همگان شد و روش‌های نورپردازی و نمایش جذاب‌تر اشیاء، زیرنویس‌هایی بهتر با اطلاعاتی کامل‌تر و نیز تشکیل گروه‌هایی از بازدیدکنندگان به همراه راهنما متداول شد، که همگی شروع گرایش به روش‌های آموزشی بود.

بیشرفت‌های جدید در راستای انجام فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده و ماهرانه‌تر در زمینه آموزش در حدود پنجاه سال پیش ظاهر شدند، زمانی که جامعه در مورد تبعیض‌گذاری نسبت به معلولان، زنان و اقوامی از نژادها و فرهنگ‌ها نسبت به دیدگاه سرآمد باوری میراث اروپای غربی موضع گرفتند. موزه‌ها مشتاقانه به این آگاهی نوین پاسخ گفتند و برای دسترسی معلولان برنامه‌هایی خارج از موزه ترتیب دادند و با رویکردی فرهنگی به تدریس مشغول شدند. به این ترتیب موزه‌ها از طریق کمک به افراد در فهم جهان خود و فرهنگ‌هایی که در آن دخیل هستند وارد جریان روزمره زندگی مردم شدند. در پاسخ به علاقه عمومی نسبت به تکثر فرهنگی، موزه‌ها و مراکز هنری جدیدی پدید آمدند و موزه‌ها از موضع آگاهی بالاتری نسبت به مسئولیت اجتماعی خود شروع به برنامه‌ریزی کردند و از چند طریق متفاوت آموزش را انجام دادند:

۱. تشکیل کارگاه‌های آموزشی؛
 ۲. تهیه زیرنویس‌هایی با اطلاعات دقیق و کافی؛
 ۳. هدایت گروه با راهنما؛
 ۴. برنامه‌های فرا موزه‌ای؛
 ۵. تشکیل نمایشگاه‌هایی با بازدیدکنندگان فیزیکی و فکری؛
 ۶. تئاتر، موسیقی و برنامه‌هایی از این قبیل؛
 ۷. توسعه مواد و منابع آموزشی در موزه (هین، ۲۰۰۵: ۱۶).
- در راستای این تغییر رسالت موزه‌ها، مجمع سراسری موزه‌ها در سال ۱۹۶۳ اولویت اهداف موزه‌ها را در قرن جدید بر آموزش قرار داد (هین، ۲۰۰۵: ۱۰).

آموزش در موزه مقوله‌ای است که در قرن گذشته مطرح شد و بر اساس آن موزه‌هایی که در ابتدا برای افراد خاص و برگزیده به وجود آمدند و از آنها به عنوان مکانی برای نگهداری و انبار اموال تاریخی- فرهنگی استفاده می‌شد، به عنوان محلی برای الهام گرفتن، آموزش، کشف و شهود در آمدند (هین، ۲۰۰۵: ۱۷).

موزه‌ها به عنوان مراکز آموزشی، می‌توانند عملکرد و نقش خطیری در معرفی تجربه‌های فکری، فرهنگی و هنری، القا و انتقال احساس، بینش و اندیشه و هویت ملی فرهنگ‌های مختلف بر عهده داشته باشند. موزه به عنوان معرف و نماد جنبه‌های گوناگون تاریخ زندگی اجتماعی بشر می‌تواند مفاهیم و آموزه‌هایی را از اعماق قرن‌ها و اعصار در چشم و گوش و دل و تفکر بیننده بگذارند و توان و درک مخاطبان خود را در زمینه‌های گوناگون علمی، فرهنگی و تاریخی ارتقا دهند.

تغییر در موزه‌ها تنها در اهداف و نقش آنها و تبدیل شدن از مراکز نمایشی و تفریحی به آموزشی نبود بلکه با این تحولات، تغییر عمده دیگری که در موزه‌ها رخ داد تخصصی شدن آنها بود. موزه‌هایی که در ابتدا به صورت عمومی آثار و اشیای گذشتگان را به نمایش می‌گذاشتند کم‌کم به سوی تخصصی شدن آثار و اهداف خود حرکت کردند و موزه‌های گوناگونی همچون موزه جنگ، موزه پول،

موزه تلفن و... به وجود آمدند، از جمله یکی از مهم‌ترین انواع موزه‌ها، موزه‌های علوم و فناوری بودند که تأسیس شدند و اندک اندک به جایگاه رفیعی در نظام موزه‌داری و علمی کشورهای مختلف دست یافتند.

مروری بر تاریخچه موزه‌های علوم نشان می‌دهد که تقریباً قدمتی به اندازه خود تاریخ موزه‌داری دارند و اکثراً از موزه "اشمولین آکسفورد" که به عنوان اولین موزه تاریخ علم جهان از آن یاد می‌شود. این موزه مجموعه‌ای از اشیای علمی و تاریخی را در کنار هم در معرض دید بازدیدکنندگان قرار داده بود. در سده ۱۸۰۰ میلادی کم‌کم موزه‌های فناوری^۱ به وجود آمدند که در آنها ماشین‌آلات، ابزار و قالب‌ها به نمایش درآمدند. موزه‌های فناوری در نیمه اول قرن بیستم به موزه‌های علم و صنعت^۲ تبدیل شدند که ابزارهای تاریخی، قالب‌های صنعتی و فناوری‌های قدیم و نوین را به نمایش می‌گذاشتند. در نهایت در نیمه دوم قرن بیستم شکل جدیدی از موزه‌های علوم و فناوری به وجود آمدند که تحت عنوان "ساینس سنتر"^۳ یا مرکز علم از آنها یاد می‌شود. که نمایش قوانین علمی عمده‌ترین هدف آنها بود.

موزه‌های علوم و فناوری و مراکز علم در حال حاضر به عنوان نهادهای علمی و فرهنگی در هر کشوری دو وظیفه اساسی را برعهده دارند نخست؛ آشنایی مردم با تاریخ علم و دستاوردهای علمی گذشتگان و دوم؛ آشنایی با قوانین علمی و ایجاد انگیزه و پرورش روحیه علمی در بین اقشار مختلف مردم است، که وظیفه اول با غرور و هویت ملی ارتباط دارد. وظیفه دوم ترویج علم و فناوری در جامعه و کمک به توسعه علمی کشور که قطعاً هر دو وظیفه یعنی هویت ملی و توسعه علمی کشور از مهم‌ترین اهداف سیاست‌گذاری هر کشوری محسوب می‌شوند. این نکته به خوبی نشان‌دهنده اهمیت موزه‌های علوم و فناوری در جامعه امروز و لزوم توجه به آنها در نظام سیاست‌گذاری علمی و فرهنگی هر کشوری است.

سرمايه فرهنگي

مفهوم "سرمايه فرهنگي"^۴ تقريباً همزاد و همراه با مفهوم "سرمايه اجتماعي" به يك باره و از اواخر دهه ۱۹۶۰ ميلادي با سرعتي كم نظير همه گير شد، اين مفهوم اولين بار توسط پير بورديو^۵، جامعه‌شناس فرانسوي استفاده شد که از مطرح‌ترین متفکران نظریه "سرمايه اجتماعي" به شمار

1. Technology Museums
2. Science and Industry Museums
3. Science Center
4. Cultural Capital
5. Bourdie

می‌رود (پیران و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۸)، و شاید، به بی‌نظیرترین شیوه، در کتابش بنام "تمایز"^۱ مورد بررسی قرار گرفت، "سرمایه فرهنگی" مفهوم جامعه‌شناختی مرتبط با "نابرابری اجتماعی"^۲ و "موقعیت اجتماعی"^۳ است و اغلب، به عنوان مجموعه‌ای از صلاحیت‌های فرهنگی^۴ گوناگون موسوم به "فرهنگ برتر" یا "ذوق"^۵ همچون هنرهای بصری، ادبیات، موسیقی و تئاتر، که افراد ناگزیر به کسب آنها هستند. از نظر بوردیو، تفاوت طبقه‌ای یا قشربندی اجتماعی^۶ تابعی از میزان سرمایه فرهنگی افراد و سطح دسترسی آنها به مفاهیم فرهنگی است، به طوری که قابلیت آنها در بهره‌گیری و تعامل با آن رابطه مستقیمی با جایگاه‌شان در اجتماع دارد (گولدینگ، ۲۰۰۸). "سرمایه فرهنگی" دربرگیرنده تمایلات پایدار افراد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شوند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۷). از نظر بوردیو، فرهنگ گستره نسبتاً وسیعی است که تولید مادی و نمادین آثار فرهنگی را شامل می‌شود که او از آن به "سرمایه فرهنگی" تعبیر می‌کند. این سرمایه شامل اموری نظیر محصولات فرهنگی (مانند کتاب، اثر نقاشی و ...) و فعالیت‌هایی نظیر حضور در کنسرت موسیقی، بازدید از موزه‌ها و جشنواره‌ها، تماشای مسابقه‌های ورزشی، حضور در نهادهای آموزشی مناسب و کسب مدارک تحصیلی است (ادریسی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۶).

"سرمایه فرهنگی" با مهارت‌های فرهنگی و هنری فرد و همچنین میزان صرف وقت برای امور فرهنگی اندازه‌گیری می‌شود. بر این اساس میزان مهارت فرد در هنرهای گوناگون نظیر: موسیقی، تئاتر، نویسندگی، خطاطی، نقاشی و سایر هنرها و مهارت او در سایر زبان‌های موجود غیر از زبان مادری و همچنین میزان پاسخگویی به فعالیت‌هایی مثل مطالعه کتاب، مطالعه روزنامه، مطالعه مجله، استفاده از اینترنت، بازدید از موزه، کنسرت موسیقی، رفتن به سینما، مورد سوال قرار می‌گیرد (روح‌الامینی، ۱۳۶۵: ۳۵).

هنگامی که بوردیو و همکارانش مشغول تحقیق میدانی در مورد علت نابرابری‌های مشهود در پیشرفت تحصیلی فرزندان طبقات اجتماعی مختلف بودند با یک مشکل روش‌شناختی مواجه شدند. مشکل از آنجا بود که موانع اقتصادی برای توضیح و تفسیر و تجزیه و تحلیل نابرابری‌های مشهود در پیشرفت تحصیلی طبقات اجتماعی ناکافی به نظر می‌رسید. از این رو با وضع مفهوم "سرمایه فرهنگی" سعی در توجیه و درک این نابرابری‌های تحصیلی داشت. از نظر او سرمایه فرهنگی عادات و منش، مشرب و خلق و خوی فرهنگی‌ای بود که از خانواده به فرزندان منتقل می‌شود و گویی به

1. Distinction
2. Social Inequality
3. Social Position
4. Cultural Competencies
5. Taste
6. Social Stratification
7. Goulding

ارث می‌رسد (لارو و وینگری، ۲۰۰۳). در واقع بورديو مفهوم سرمايه فرهنگي را جعل کرد تا نشان دهد که برای تبیین نابرابری‌های آموزشی تنها استفاده از سرمایه اقتصادی کافی نیست بلکه بیشتر از عوامل اقتصادی، عادت‌واره‌های فرهنگی و خصلت‌های به ارث برده شده از خانواده هستند که نقش مهمی در موفقیت‌های مدرسه دارند (بورديو و پسون، ۱۹۷۹: ۱۴). مفهوم "سرمایه فرهنگی" در واقع جایگزین مفاهیم ساختاری همچون طبقات اجتماعی شده است.

به عقیده بورديو کودکان متعلق به زمینه‌های اجتماعی - اقتصادی مسلط، در منزل غالباً در معرض فعالیت‌های فرهنگی بلند مرتبه قرار می‌گیرند و آنهايي که "سرمایه فرهنگی" را در منزل کسب می‌کنند احتمالاً در مدرسه موفق‌ترند و در نتیجه شانس بیشتری برای رسیدن به سطوح بالای آموزش در مقایسه با دیگران دارند (کالیمین و کرای کومپ، ۱۹۹۷: ۵۹).

"سرمایه فرهنگی" به شیوه‌های فرهنگی خاصی اشاره دارد که در روند آموزش‌های رسمی و خانوادگی در افراد تثبیت شده است و نیز ظرفیت شناخت افراد در کاربرد لوازم فرهنگی را دربرمی‌گیرد. کاربرد ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی موجب تفاوت در نحوه زندگی و سلیقه‌های گوناگون شده، به تبع آن تفاوت در کسب موقعیت‌های برتر اجتماعی و استفاده از امکانات مختلف از قبیل روزنامه، سینما و انواع ورزش‌های خاص طبقات بالای اجتماعی، مانند اسب‌سواری، گلف و مانند آن را موجب می‌شود در واقع استفاده‌کنندگان از سرمایه فرهنگی، در قشربندی اجتماعی، در طبقه بالای اجتماع قرار می‌گیرند. به عبارت دیگر، دارندگان امتیازات اقتصادی که در طبقه بالای اجتماع قرار دارند، به راحتی به ابعاد مختلف "سرمایه فرهنگی" دست می‌یابند (فکوهی، ۱۳۸۱: ۳۰۰).

در واقع هدف بورديو تنها این نیست که نشان دهد طبقات مختلف دارای سرمایه‌های فرهنگی متفاوت (در نوع و حجم) هستند، بلکه او قصد داشت نشان دهد که طبقات اجتماعی از طریق ایجاد "سرمایه فرهنگی" در کودکان خود را باز تولید می‌کنند. از همین مسیر فرضیه مهم "سرمایه فرهنگی" و باز تولید طبقاتی خلق می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۷).

با تعریفی که بورديو از "سرمایه فرهنگی" ارائه داد، خیلی زود این مفهوم جایگاه رفیعی در جامعه‌شناسی به دست آورد؛ زیرا فرهنگ را در مرکز بحث‌های قشربندی اجتماعی و طبقات اجتماعی قرار داد که به طور عمده با مقوله‌های اقتصادی مورد سنجش قرار می‌گرفت. بعدها "سرمایه فرهنگی" به ادبیات نیز راه یافت و در نهایت در بحث‌های مرتبط به ذائقه و انتخاب و ترجیح‌های آدمیان به کار رفت. جالب آن که نطفه آغازین چنین کاربردهایی در همان مطالعه بورديو وجود داشت، زیرا او به ایستارها، ترجیحات و رفتارها به عنوان اشکال "سرمایه فرهنگی" اشاره داشت. البته او مقوله‌های یاد شده را مفهیمی هم‌عرض "سرمایه فرهنگی" تلقی می‌کرد (کاتز - گرو و همکاران، ۲۰۰۷: ۶).

1. Lareau & Weininger
2. Kalimjn and Kraaykamp
3. Katz-Gerro

انواع سرمایه فرهنگی

بورديو در طبقه‌بندی خود از "سرمایه فرهنگی" سه نوع آن را از هم متمایز می‌کند که در ادامه به معرفی آنها خواهیم پرداخت.

۱. **بعد تجسم یافته یا ذهنی**^۱: که شامل تمایلات و گرایش‌های روانی فرد نسبت به استفاده از کالاهای فرهنگی است. می‌توان اکثر ویژگی‌های "سرمایه فرهنگی" را از این واقعیت استنباط کرد که این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد ارتباط نزدیک دارد. سرمایه تجسم یافته، نوعی ثروت بیرونی است که به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از فرد در آمده است. این همان بخش است که بورديو آن را "سرمایه فرهنگی" همراه با تولد می‌نامد که نمی‌توان آن را از طریق هدیه، خرید یا به وسیله مبادله به دیگران منتقل کرد این نوع سرمایه به صورت آمادگی‌های مداوم ذهن و جسم تجلی می‌یابد (شارع پور و خوش فر، ۱۳۸۱: ۱۴۰).

عمل اخذ و اکتساب، کاری است که شخص روی خودش انجام می‌دهد: تلاشی است که گاهی پیشاپیش در گروهی صرف هزینه مستقیم توسط خود شخص است و سرمایه‌گذاری که از همه مهم‌تر است به صورت صرف وقت است (بورديو، ۱۹۸۴: ۶۰). به عبارت دیگر به میزان وقت و تلاشی گفته می‌شود که فرد صرف امور فرهنگی و کسب مهارت‌های آن، همچون مطالعه کتاب و روزنامه، رفتن به تئاتر و سینما، گوش کردن و فراگرفتن موسیقی، استفاده از اینترنت، بازدید از موزه‌ها و سایر مراکز فرهنگی و ... می‌کند و در واقع ویژگی‌های فرهنگی را کسب و با خود عجین می‌کند.

۲. **بعد عینی**^۲: که شامل میزان مصرف کالاهای فرهنگی است. "سرمایه فرهنگی" که به شکل اشیای مادی و رسانه‌هایی چون نوشته‌ها، نقاشی‌ها، بناهای تاریخی، ابزارها و غیره عینیت پیدا می‌کند، در حالت مادی خود، قابل انتقال است. برای مثال، مجموعه‌ای از تابلوهای نقاشی را می‌توان درست همانند سرمایه اقتصادی منتقل کرد. اما آنچه در این میان قابل انتقال است مالکیت قانونی و حقوقی آن است نه مالکیت ابزار مصرف آن نقاشی یا استفاده از آن کالا (بورديو، ۱۹۹۴: ۸۵). در واقع این نوع "سرمایه فرهنگی" به کالاها و اشیای فرهنگی اشاره دارد که وجودی عینی و شکلی مادی پیدا می‌کنند مانند تابلوهای نقاشی، مجسمه‌ها، دست‌نوشته‌های با ارزش تاریخی و ... که می‌توان مالکیت قانونی و حقوقی آن از فردی به فرد دیگر انتقال داد یا به ارث برد اما نمی‌توان حس تفسیر، درک و لذت بردن از جنبه هنرهای آنها را به ارث برد یا با در دست گرفتن مالکیت قانونی آنها درک و تفسیر آنها را نیز به دست آورد.

۳. **بعد نهادی**^۳: که شامل مدارک و مدارج تحصیلی و علمی - فرهنگی فرد است (شارع پور و خوش فر، ۱۳۸۱: ۱۳۶). این حالت نوعی رسمیت بخشیدن نهادی به سرمایه فرهنگی است. مدارک

1. Embodied
2. Objectified
3. Institutionalized

تحصیلی و آکادمیک نمونه‌ای از این حالت هستند. احراز مدارک تحصیلی یا اعطای تمایز نهادی به "سرمایه فرهنگی" که در تملک یک فرد خاص قرار می‌گیرد، این امکان را به وجود می‌آورد که صاحبان این صلاحیت‌ها باهم مقایسه و حتی (با نشان دادن یکی به جای دیگری) مبادله شوند. به علاوه این امکان به وجود می‌آید تا نرخ‌های تبدیل بین "سرمایه فرهنگی" و "سرمایه اقتصادی" را با تضمین ارزش پولی فلان سرمایه آکادمیک برقرار سازیم. از آنجا که سودهای مادی و نمادینی که مدارج تحصیلی را تضمین می‌کنند نیز به کمیابی آن بستگی دارد، سرمایه‌گذاری‌های انجام گرفته (بر حسب زمان و تلاش) ممکن است کمتر از آنچه قبلاً پیش‌بینی شده است، سودآور از کار درآید (بورديو، ۱۳۸۴: ۱۳۷).

روش شناسی

روش پژوهشی به کار گرفته شده در این مقاله در چهارچوب روش اسنادی است و با مرور مهم‌ترین منابع در دسترس، در رابطه با موضوع پژوهش کوشیده است تا ارتباطی منطقی بین موزه‌های علم و تشکیل و رشد "سرمایه فرهنگی" افراد جامعه برقرار کند و با بهره‌گیری از روش استقرائی و استدلال‌های منطقی به توجیه نقش آموزشی و جبرانی آنها در کاهش نابرابری‌های آموزشی و رسیدن به اهداف توسعه پایدار بپردازد.

نتیجه‌گیری

اگرچه بورديو به عنوان مبدع "نظریه سرمایه فرهنگی": خانواده، آموزش و فرهنگ شغلی را سه مؤلفه اساسی و تأثیرگذار در باز تولید "سرمایه فرهنگی" می‌داند و بیشتر به جنبه‌های فردی تأکید دارد و به تلاش افراد و نقش اساسی خانواده‌ها در کسب و انتقال صلاحیت‌های فرهنگی به فرزندان و باز تولید طبقات اجتماعی اشاره می‌کند. در رابطه با نحوه ایجاد و گسترش "سرمایه فرهنگی" در میان اقشار مختلف جامعه و رفع نابرابری "سرمایه فرهنگی" چندان بحثی نمی‌کند. نکته اساسی در بحث "سرمایه فرهنگی"، این است که سرمایه (به استثنای سرمایه فرهنگی عینی) به ارث نمی‌رسد، بلکه به طور ضمنی و طی فرایند جامعه‌پذیری انتقال پیدا می‌کند (نوغانی، ۱۳۸۱: ۷۷). یکی از بهترین راه‌های انتقال و گسترش آن در جوامع امروز موزه‌ها هستند. "سرمایه فرهنگی" به عنوان یکی از انواع سرمایه‌ها به منظور رسیدن هر کشوری به توسعه و تعالی لازم و ضروری است.

از نظر بورديو توزیع نابرابر سرمایه فرهنگی عینی و نهادی در طبقات جامعه یکی از ابعاد کلیدی نابرابری اجتماعی در جوامع مدرن محسوب می‌شود (اسوارتز، ۱۹۹۷: ۷۷). نابرابری شدید در توزیع سرمایه فرهنگی می‌تواند پیامدهای نامطلوب زیر را برای جامعه به دنبال داشته باشد: محرومیت اکثریت اعضای جامعه در دسترس به منابع معرفتی، محدود شدن امکان بسط خردگرایی تعمیم یافته

در عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی، نزول سطح مشارکت همگانی مؤثر در تولیدات و خلاقیت‌های علمی و فرهنگی، محدودیت در گسترش اطلاعات و جذب دانش‌های نوین و کاهش ارزش تغییر در جامعه، در چنین شرایطی تغییرپذیری در جامعه کاهش می‌یابد و تغییرات اجتماعی کند و غیرعقلانی می‌شود و اکثریت افراد در تغییرات اجتماعی نقش پیرو را ایفا می‌کنند (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۱۴).

"سرمایه فرهنگی" از نظر بوردیو به دانش‌ها و مهارت‌هایی اشاره دارد که عاملان اجتماعی از طریق آموزش و زمینه‌های فرهنگی به آن دست می‌یابند (هیلر و روکزی، ۲۰۰۲: ۱۰۶). اغلب متفکران نظریه "سرمایه فرهنگی" متفق القول هستند که بازدید از موزه به عنوان نهادی فرهنگی به افزایش "سرمایه فرهنگی" منجر می‌شود از جمله در تحقیق بوردیو (۱۹۹۶) که روی بازدیدکنندگان موزه‌ها در اروپا انجام گرفته است (کاوسی و حیدری‌زاده، ۱۳۹۰: ۵۹)، بر این امر تأکید شده است در واقع نتایج این تحقیق و مباحث نظری "سرمایه فرهنگی" بر این امر اذعان دارند که بازدیدکنندگان از موزه‌ها از نظر دارا بودن سرمایه فرهنگی رتبه بالایی دارند. به عبارت دیگر افرادی که از موزه‌ها بازدید می‌کنند از خانواده‌های با زمینه فرهنگی بالا هستند.

نکته‌ای که در این بین باید به آن توجه داشت اینکه کارکرد ایستا، منفعلانه موزه‌ها و منتظر بازدیدکننده ماندن آنها باعث تشدید نابرابری "سرمایه فرهنگی" و بازتولید نابرابری‌ها و طبقات اجتماعی خواهد شد. اما اگر موزه‌ها و مراکز علم از حالت سنتی و ثابت خود خارج شوند و به نهادهای پویا و سیار که خود به دنبال مراجعان در میان اقشار مختلف مردم به خصوص، اقشار رتبه پایین دارای "سرمایه فرهنگی" می‌روند و برای آنها بازدید رایگان و عمومی از اینگونه مراکز را فراهم کنند می‌توانند نه تنها در رشد و گسترش "سرمایه فرهنگی" در جامعه نقش مهم ایفا کنند بلکه می‌توانند به یکی از مهم‌ترین ابزار توسعه پایدار در راستای گسترش عدالت و کاهش نابرابری‌ها توزیع "سرمایه فرهنگی" عمل کنند.

شاید بسیاری از موزه‌ها به خصوص موزه‌های تاریخی و باستانی به دلیل اینکه اشیای تاریخی و گران‌بهای را نگهداری می‌کنند از اینکه این اشیای نادر و کمیاب را در اختیار همگان قرار دهند و یا نمایشگاه‌های سیار برگزار کنند، ناتوان هستند اما موزه‌های علوم و فناوری با توجه به اینکه مهم‌ترین مأموریت و هدف آنها آشنایی و علاقمند کردن عموم افراد جامعه به خصوص کودکان با علم است، می‌توانند نقشی اساسی در این بین ایفا کنند. موزه‌های علوم قبل از آنکه محیطی نمایشی باشند، محیطی آموزشی هستند که هدف اصلی آنها ایجاد فضایی برای مشارکت افراد در یادگیری علم به شیوه‌ای نوین است. طراحی موزه‌های علوم، یادگیرنده‌محور هستند و آموزش از شنیدن به سمت دیدن و آزمایش کردن سوق پیدا می‌کند و به این طریق یادگیری پایدار، عمیق و کاربردی می‌شود. بهترین نوع آموزش آن است که حس کنجکاوی را در بازدیدکننده تحریک کند، به گونه‌ای که شخص پس از آن، خود مشتاق فراگیری بیشتر و انجام تجربه‌های جدید شود. از آنجا که امکان یا لزوم شرکت

همگان در کلاس‌های درسی برای یادگیری مفاهیم علوم وجود ندارد، موزه‌های علم، در این مورد نقش حساسی را ایفا می‌کنند.

موزه‌ها و مراکز علوم با ایجاد محیط و بستر مناسب برای انتقال دانش، تعامل و لمس اصول علمی به مراجعان و برانگیختن حس تفکر، کنجکاوی و تحقیق آنها و روش‌های آموزشی متفاوت از آموزش‌هایی که در نظام آموزش رسمی که بیشتر به صورت سخنرانی دریافت می‌کنند، می‌توانند به عنوان مکمل نظام آموزشی رسمی به منظور ترویج علم و تحریک یادگیرندگان به فراگیری علم چه در قالب رسمی (مدارک علمی یا سرمایه نهادی) و چه غیررسمی (مطالعه و پژوهش یا سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته) نقش اساسی ایفا کنند.

در رابطه با تأثیر "سرمایه فرهنگی" بر موفقیت تحصیلی افراد تاکنون دو مدل از طرف صاحب‌نظران مختلف مطرح شده است که هر کدام براساس مجموعه‌ای مؤلفه‌ها و پیش‌فرض‌ها استوار بوده‌اند (جانعلیزاده و همکاران، ۱۳۹۰).

فرضیه اول: (مدل بازتولید فرهنگی بوردیو) بازگشت به "سرمایه فرهنگی" در بین دانش‌آموزان طبقات بالای اقتصادی بیشتر از دانش‌آموزان طبقات پایین است. از نظر صاحب‌نظران طرفدار این مدل که خود بوردیو از جمله آنهاست "سرمایه فرهنگی" بیشتر در مورد طبقات بالای جامعه و به منظور بازتولید طبقه اجتماعی و به ارث بردن آن عمل می‌کند.

فرضیه دوم: (مدل تحرک فرهنگی دیمجیو) "سرمایه فرهنگی" بیش از اینکه منجر به بازتولید پایگاه طبقات بالا شود، نقش مهم‌تری در تحرک فرزندان طبقات پایین ایفا می‌کند. به عبارت دیگر، "سرمایه فرهنگی" می‌تواند تأثیر بیشتری در فرایندهای موفقیت پایگاه افراد طبقه پایین داشته باشد که براساس این مدل افرادی از طبقات پایین اجتماع که "سرمایه فرهنگی" در آنها رشد و نمو پیدا می‌کند موفقیت تحصیلی در آنها بهبود پیدا می‌یابد و این خود باعث تحرک اجتماعی و تغییر پایگاه اجتماعی اینگونه افراد می‌شود.

فعالیت موزه‌ها نیز اگر به صورت ایستا و فقط پذیرای مراجعان باشند و برنامه‌ای برای همگانی کردن، جذب و کشاندن مخاطبان نداشته باشند بیشتر کارکرد فرضیه اول را پیدا خواهند کرد و به عنوان ابزاری برای بازتولید طبقات اجتماعی همانطور که بوردیو معتقد بود عمل خواهند کرد. اما اگر موزه‌ها و به خصوص موزه‌های علوم و مراکز علم با توجه به ماهیت و اهداف از حالت انتظار مراجع خارج شوند و با دعوت به بازدید رایگان مدارس مناطق حاشیه‌ای، گروه‌های طبقات پایین همچون اعضای تحت پوشش نهادهای خیریه و به خصوص ایجاد نمایشگاه‌های سیار در فضاهای عمومی همچون پارک‌ها، مدارس و ... و به اصطلاح خود در پی مراجعان و جذب انواع گوناگونی افراد از لحاظ اجتماعی بروند می‌توانند بیشتر در راستای اهداف فرضیه دوم عمل کرده و سهمی بیش از پیش در رشد و گسترش "سرمایه فرهنگی" و رسیدن به عدالت آموزشی و فرهنگی ایفا کنند.

به اعتقاد صاحب‌نظران توسعه، "سرمایه فرهنگی" خود شاخصی از توسعه فرهنگی به شمار می‌رود.

با توجه به اهمیت تأمین "سرمایه فرهنگی"، لازم است که سیاست‌گذاران فرهنگی شناخت کاملی از این سرمایه و برآوردی از رشد آن در اختیار داشته باشند و چگونگی تحولات آن را بدانند و منابع را برای تأمین این نیاز به گونه‌ای متناسب تخصیص دهند. به این ترتیب با مطالعه علمی و شناخت دقیق "سرمایه فرهنگی" افشار مختلف جامعه می‌توان از این مفهوم به عنوان متغیر پیش‌بینی‌کننده در تحلیل مسایل اجتماعی، فرهنگی نظیر هویت اجتماعی، مشارکت سیاسی، عملکرد تحصیلی، هم‌نوایی و... سود جست (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۱۴۰). همانطور که بیان شد موزه‌های علوم و مراکز علم می‌توانند نقشی اساسی و بیش از سایر نهادهای فرهنگی ایفا کنند و این مهم هم با توجه به مأموریت و اهداف تعریف شده برای آنها که مستقیماً با علم و قوانین علمی ارتباط دارند و هم با توجه به قدرت مانور آنها در برگزاری نمایشگاه‌های سیار و فراهم کردن محیط یادگیرنده‌محور که به بازدیدکنندگان اجازه تعامل و لمس و درک قوانین علمی را می‌دهد، تحقق پیدا می‌کند. بر این اساس باید سیاست‌گذاران فرهنگی و علمی توجهی بیش از پیش به اینگونه نهادهای علمی داشته باشند و در راستای رشد و گسترش آنها بیش از پیش بکوشند. همچنین مسئولان اینگونه موزه‌ها باید از حالت ایستا خارج شوند و در راستای گسترش فرهنگ علمی و ترویج علم خود به میان افراد گوناگون جامعه بروند و با برگزاری نمایشگاه‌های سیار و دعوت از افراد و گروه‌های طبقات مختلف جامعه در توسعه علمی و رشد "سرمایه فرهنگی" کشور نقشی بیش از گذشته ایفا کنند.

منابع

- ادریسی، ا؛ رحمانی خلیلی، ا؛ حسینی امین، س. ن. (۱۳۹۱). سرمایه فرهنگی خانواده و ذائقه فراغتی دانشجویان با رویکرد نظری بوردیو (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تهران). فصلنامه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان. سال دوم. شماره پنجم. صص ۲۷-۵۰.
- بوردیو، پ. (۱۳۸۴). شکل‌های سرمایه، در سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه. گردآوری کیان تاجبخش، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.
- پیران، پ؛ شبانی، م؛ موسوی، س. ط. (۱۳۸۵). کاربایه مفهومی و مفهوم سازی سرمایه اجتماعی (با تأکید با شرایط ایران)، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۲۳. صص ۹-۴۴.
- جانعلیزاده چوب بستنی، ح؛ خوش‌فر، غ؛ سپهر، م. (۱۳۹۰). سرمایه فرهنگی و موفقیت تحصیلی: ارزیابی تجربی مدل‌های نظری. پژوهش‌نامه مبانی تعلیم و تربیت، ۱ (۲)، صص ۸۳-۱۰۴.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، تهران: نشر نی.
- روح‌الامینی، م. (۱۳۶۵). زمینه فرهنگ‌شناسی، تهران: انتشارات عطار.
- شارع‌پور، م؛ خوش‌فر، غ. (۱۳۸۱). رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی، جوانان مطالعه موردی شهر تهران، نامه علوم اجتماع، شماره ۲۰، صص ۱۳۳-۱۴۷.
- فاضلی، م. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی، قم، انتشارات صبح صادق.

فکوهی، ن. (۱۳۸۱). تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی، تهران: انتشارات بهجت.
کاوسی، ا؛ حیدری‌زاده، ا. (۱۳۹۰). سرمایه فرهنگی، سرمایه انسانی و توسعه، نشریه پژوهشنامه، شماره ۷۱،
صص ۴۳-۷۲.

نفیسی، ن. (۱۳۹۱). موزه‌داری، تهران: انتشارات سمت.
نوغانی، م. (۱۳۸۱). تأثیر نابرابری سرمایه فرهنگی بر موفقیت تحصیلی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در
دستیابی به آموزش عالی"، فصلنامه تعلیم و تربیت، ش ۹۱، صص ۷۱-۱۰۱.

Bourdieu, P., & J. C. Passeron (1979). *The Inheritors: French Students and their Relations to Culture*, Chicago. University of Chicago Press.

Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgments of the Taste*, Translated by Richard Nice, London, Rutledge.

Goulding, Anne (2008). Libraries and cultural Capital, *Journal of Librarianship and Information Science*, 235-240.

Hein, G.E. (2005). The role of museum in society: Education and social action. *Seminar for Museum*.

Hein, George E. (1995). The Constructivist museum, *Journal of Education in museum*, No.16. p. 210-230.

Hillier, J., & Rooksby, E (2002). *Habitus: A sense of place*, Aldershot: Ashgate.

Kalmijn, Matthias, Kraaykamp, Gerber (1996). Race, Cultural Capital and Schooling, an Analysis of Trends in the United States, *Sociology of Education*, Vo: 69, No:1.

Kats-Gerro, et al (2002). "Cultural Capital: Between Taste & Participation" available at: unesdoc.unesco.org/images/0014/001495/149502E.

Lareau, A. & Weininger, E.B. (2003). "Cultural Capital", available at: www.brockport.edu/sociology/faculty/cultural_capital.

Swartz. David (1997). *Culture and power: the sociology of Pierre Bourdieu*. The university of Chicago press.