

خوانشی بوردیوی از جامعه‌شناسی دین با تأکید بر سه‌گانه: میدان، سرمایه و عادت‌واره دینی

دکتر بهروز سپیدنامه^۱، دکتر مقصود فراستخواه^۲ و دکتر جبار رحمانی^۳

تاریخ وصول: ۹۷/۳/۷

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۱/۹

چکیده:

دین، از قدیمی‌ترین نهادهای بشری است که موضوع مطالعه‌ی بسیاری از اندیشمندان بوده است. سیالیت مفهوم دین به تکرر تعاریف و مفاهیم آن منجر شده است. اجتماعی بودن نهاد دین، آن را در کانون توجه جامعه‌شناسان قرار داده و بوردیو از جمله جامعه‌شناسانی است که با جعل مفاهیمی چون میدان، عادت‌واره و سرمایه، به بررسی نحوه‌ی تکوین و تحولات آن پرداخته است. بوردیو مباحث جامعه‌شناسی دین را به صورت پراکنده در مقالات و کتاب‌های خود قید نموده است، بر این اساس در این مقاله تلاش شده تا با بهره‌گیری از روش اسنادی، آراء و اندیشه‌های او در خصوص تحلیل جامعه‌شناختی دین به صورت منسجم و دسته‌بندی شده ارائه گردد. از نظر بوردیو، مناسبات و قواعد بازار بر میدان دین حاکم‌اند. در این میدان، شاهد نقش‌هایی چون تولیدکننده، عرضه‌کننده، مصرف‌کننده و کالای رستگاری هستیم. کنش‌گران در میدان دین بر سر تصاحب سرمایه‌ی دینی به منازعه می‌پردازند و بر اساس میزان تصاحب این سرمایه، موقعیت خود را در میدان دین ارتقاء می‌بخشند. میزان انحصار کالای دینی سبب پدید آمدن نظام پایگانی مرکب از متخصصان و عوام در میدان دین می‌گردد.

مفاهیم کلیدی: میدان دین، عادت‌واره‌ی دینی، سرمایه‌ی دینی، بوردیو، خشونت نمادین

^۱ استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه ایلام، ایلام، ایران (نویسنده‌ی مسئول)

bsepidnameh@ilam.ac.ir

^۲ دانشیار مؤسسه‌ی پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی تهران، تهران، ایران

m_farasatkah@yahoo.com

^۳ استادیار انسان‌شناسی فرهنگی، پژوهشکده‌ی مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تهران، ایران j_rahmani59@yahoo.com

مقدمه و بیان مسأله

دین از مهم‌ترین مفاهیم تاریخ بشری است که در تمام جوامع و در همه‌ی مراحل تاریخی زندگی بشری نقش مهم و مؤثری ایفا نموده است. تجربه‌ی تاریخی زندگی بشر، به خصوص در دوران مدرن حیات انسان به خوبی نشان داده است که دین جزئی جدا نشدنی از وجود نسل بشر بوده است. از این‌رو، در تمامی نقاط جهان و در تمامی طول تاریخ بشر، همواره سخن از دین بوده است. حتی در جهان معاصر، که هجمه به دین و پیروان ادیان، به ویژه ادیان توحیدی فراوان گشته است نیز دین‌شناسی و مطالعه در مورد آن همچنان محوریت خود را حفظ کرده است (Ahmadi, 2009).

طی سالیان متمادی که از عمر بشر و جامعه‌ی انسانی می‌گذرد، دین تنها گزینه‌ای است که تقریباً تمام انسان‌ها را در بر گرفته است. صرف‌نظر از ماهیت متنوع و گوناگون دین در جهان، همه‌ی مردم در ارتباطی که با جهان طبیعت و نیروهای موجود در آن داشته، اندیشه‌ای از دین را انتخاب کرده‌اند. دین در عرصه‌ی اجتماع، سال‌های متمادی، حضوری چشم‌گیر داشته و مذهب از ساختارهای اساسی درک زندگی اجتماعی در جهان معاصر به شمار می‌رود (Dillon, 2003).

اهمیت دین و ارتباط آن با ساختارها و مناسبات اجتماعی موجب شده تا دین‌پژوهان، دین را در مرکز مطالعات خویش قرار دهند. بی‌شک ارائه‌ی تعریفی روشن از دین و دین‌داری، بن‌مایه‌ی این مطالعات به‌شمار می‌رود. سیالیت مفهوم دین، سبب شده تا نسبت به امکان یا امتناع تعریف‌پذیری آن، مباحث و دیدگاه‌های متنوعی ارائه گردد.

و بر اعتقاد دارد که: دین تعریف‌ناپذیر است و نباید تعریفی پیشینی از دین ارائه داد. به اعتقاد او «ارائه‌ی تعریف از دین و گفتن این که دین چیست؟ در آغاز ممکن نیست ... اگر اصلاً تعریف امکان‌پذیر باشد، فقط در نتیجه‌گیری مطالعه می‌توان به این کار دست زد. ذات دین حتی مورد توجه ما نیست، وظیفه‌ی ما مطالعه‌ی شرایط و تأثیرات نوع خاصی از رفتار اجتماعی است» (Mohadesi, 2011:166).

و بر در آغاز به خاطر خودداری از تعریف دین مورد انتقاد قرار گرفت بدین صورت که اگر نتوان دین را تعریف کرد چگونه می‌توان آنچه را که باید در مطالعه و بررسی دین لحاظ کرد شناخت. به هر حال باید حد و مرزی برای ارائه‌ی تعریفی کامل و بی‌چون و چرا از دین وجود داشته باشد و داشتن آن در آغاز یک بررسی برای ما بسیار مفید است (Clemen & Aldrige, 2011:198).

Thompson نیز «نظر وبر و کسانی را که از روش او پیروی می‌کنند رد می‌کند و می‌گوید: سخن وبر متقاعد کننده نیست، زیرا او پیش از آن که بتواند مطالعه‌ی رفتار دینی را آغاز کند می‌بایست معیاری برای تشخیص آن‌چه رفتار دینی را می‌سازد، داشته باشد» (Mohadesi, 2011:166).

Smart اعتقاد دارد «بهترین راه عملی این است که ابتدا چیزی را به‌عنوان محور هسته و گوهر دین مشخص کنیم و سپس به تعیین این نمادها و خصوصیات و صفات مربوط به این هسته‌ی مرکزی دین پردازیم و بر پایه‌ی آن به کشف موردی ویژگی‌های عناصر دینی پردازیم» (Ibid: 167).

Durkheim در آغاز کتاب مشهورش «اشکال ابتدایی حیات دینی»^۱ می‌گوید: «ضروری است با تعریف شروع کنیم و بگوییم مراد از این دین چیست؟ زیرا بدون این کار، ما با این خطر مواجه شویم که این نام را به نظامی از ایده‌ها و اعمالی بدهیم که به هیچ وجه چیزی دینی را واجد نیستند؛ خطر دیگر این است که به خاطر یک جنبه، بسیاری از واقعیت‌های دینی را رها کنیم، بدون این که ماهیت حقیقی‌شان را درک کنیم ... ارائه‌ی تعریف بدان معنا نیست که ما خیال کنیم فوراً مطالعه‌ی ما می‌تواند مشخص شود. اما چیزی که ضروری و ممکن است این است که شمار معینی از علائم خارجی و به آسانی قابل تشخیص را مشخص کنیم. علائمی که ما را قادر می‌سازد، هر جا که با آن‌ها مواجه شویم پدیده‌ی دینی را تشخیص دهیم و این مانع از آن می‌شود که پدیده‌های دینی را با سایر پدیده‌ها خلط کنیم» (Ibid).

شاطری (۱۳۹۲)، ضمن تعریف دین به دین حق و دین محقق^۲ دلایل عدم پذیرش تعریف یکسانی از دین محقق و تا حدودی ممتنع شمردن تعریف جامعی از آن را این‌گونه معرفی می‌کند: ۱- عدم بهره‌گیری دین‌پژوهان از روش یکسان در تعریف به گونه‌ای که بعضی روش درون‌دینی و برخی برون‌دینی را اخذ کرده‌اند؛ ۲- تأثیرگذاری پیش فرضها در تعاریف؛ ۳- تحریف و تغییر در ادیان محقق و بی‌ثباتی پاره‌ای از ادیان؛ ۴- عوامل

^۱ the elementary forms of the religious life

^۲ دین حق همان دین آسمانی است که از سوی خداوند متعال برای هدایت انسان‌ها بر پیامبران نازل شده و پس از نزول گرفتار تحریف به زیادت و نقصان نشده باشد و دین محقق، مجموع اعتقادات و مناسباتی است که انسان‌ها به آن روی می‌آورند و در زندگی دنیایی از آن بهره می‌برند اعم از این که منشأ الهی داشته باشد یا مردمی، تحریف شده باشد یا در صیانت و سلامت کامل به سر ببرد (Shateri, 2013: 49).

دیگری همچون بهره‌گیری از تعاریف لغوی و جزونگری به جای کل‌نگری و ... که در تعدد تعاریف مؤثرند» (Shateri, 2013; 49).

دامنه‌ی تعاریف دین و دین‌داری بسیار گسترده است. در یک دسته‌بندی جزئی، می‌توان اظهار نمود که «تعاریف‌های دین یا تبلیغی است و یا حقیقی. تعاریف‌های حقیقی به هفت دسته‌ی عقل‌گرا، عاطفه‌گرا، عمل‌گرا، نمادگرا، تحویل‌گرا، کارکردگرا و درون‌دینی تقسیم می‌شوند. از سوی دیگر، تعاریف‌های دین ممکن است از منظر فلسفی، روان‌شناختی، جامعه‌شناختی یا پدیدارشناختی باشد. منظور از تعاریف‌های تبلیغی، تعاریف‌هایی است که به صورت حقیقی و جدی در صدد تعریف دین نبوده‌اند. در این تعاریف‌ها به عبارتی دارای مضمومن احساسی به سود یا زیان دین بر می‌خوریم یا دین در غیر معنی حقیقی به کار رفته است (Mosavi Faraz, 2016).

محدثی (۱۳۸۱) پس از بحث مفصل و مقنعی در باب دین و نقد آرای گوناگون تعریف جامعه‌شناختی دین، تعریف زیر را به دست داده است: «دین شامل مجموعه‌ای از عناصر اجتماعی و فرهنگی است که معطوف به بازتولید تجربه‌ی امر قدسی‌اند. محتوای نهایی و اساسی تجربه‌ی امر قدسی که در سنن دینی گوناگون مشترک است «وجود نظمی کلی و بنیانی در هستی» است. حول این چنین تجربه‌ای یک نظام نمادین، نهادها و نقش‌ها، رفتارها و آیین‌هایی شکل می‌گیرد که مجموعاً یک نظام فرهنگی دینی را می‌سازد و کل این نظام فرهنگی در خدمت بازتولید محتوای تجربه‌ی امر قدسی است یا به‌طور آرمانی باید باشد. قداست موجود در چنین تجربه‌ای قابل سرایت است و بر این اساس، هستی به دو بخش متمایز قدسی و دنیوی تقسیم می‌شود. بر اساس همین تسری‌طلبی است که می‌توان گفت دین‌خواهان آن است که به کلیه‌ی امور اجتماعی و فرهنگی صبغه‌ی قدسی و دینی ببخشند و کل فرهنگ و اجتماع را در خدمت خود قرار دهد و خواهان این است که کل هستی را به فضا - زمان قدسی تبدیل کند تا فرد در همه جا و در هر لحظه بتواند امر قدسی را تجربه کند (Mohadesi, 2002: 65).

علیرغم متکثر بودن تعریف دین باید اذعان نمود که اکثریت قریب به اتفاق اندیشمندان بر این نکته اتفاق نظر دارند که: «دین پدیده‌ی خاص همه‌ی جامعه‌های انسانی گذشته، حال و آینده است» (Boudon & Bourricoud, 2006: 348). تجربه‌ی دینی در بافت کنش اجتماعی تجسم یافته است و در دادن معنایی به آن سهیم است (Ibid). تعامل دین با ابعاد فردی و اجتماعی، ناشی از حضور گسترده‌ی دین در حیات انسان از یک طرف و توانمندی دین در تأثیرگذاری بر کلیه‌ی جوانب حیات مزبور است

(*Bashir, 2008: 1*). بر این اساس است که جامعه‌شناسان از «امر دینی» و «کنش دینی» یاد کرده و به مطالعه‌ی کنش‌ورزی دینی افراد و رابطه‌ی متقابل دین و جامعه پرداخته‌اند؛ و بر این اساس است که «جامعه‌شناسی دین و اعتقادات دینی» به‌عنوان حوزه‌ای مستقل - نظیر سایر حوزه‌های جامعه‌شناسی - پا به منصفی ظهور نهاده و کنش‌های دینی را موضوع مطالعه‌ی خویش قرار داده است.

دین از سوی جامعه‌شناسان، با شدت و ضعف مورد توجه قرار گرفته است. برخی از جامعه‌شناسان نظیر *Peter L. Berger* دین را در کانون توجه خود قرار داده و به‌عنوان جامعه‌شناس دین به تحلیل اجتماعی آن مبادرت ورزیده و در نزد گروهی دیگر از جامعه‌شناسان، دین مسأله‌ای مهم اما مستتر در لابلاهای نوشته‌های آنان است که باید استخراج و دسته‌بندی گردد و *Pierre Bourdieu* در این گروه قرار می‌گیرد. «دین یکی از حوزه‌هایی است که وی نسبت به هنر، ادبیات، فرهنگ و آموزش و پرورش بسیار کم بدان پرداخته است و هیچ‌کدام از آثار اصلی‌اش را به آن اختصاص نداده است. با نگاهی به کتاب‌شناسی بوردیو که بیش از صد اثر را در برمی‌گیرد، می‌توان حجم اندک مقالاتی را که به دین اختصاص داده است مشاهده نمود^۱» (*Rahmani Firouzjah & Sohrabi, b, 2016: 128*). به‌طور کلی، بوردیو برخلاف وبر که اثرش به نام «اخلاق پروتستانی و روحیه‌ی سرمایه‌داری» وی را برای همگان قابل تمجید می‌سازد، اثر خاصی در مورد دین ندارد (*ibid: 112*).

با این وجود، هر چند که دین به‌عنوان موضوعی مستقل مورد توجه بوردیو قرار نگرفته اما امروزه مدل تحلیلی بوردیو که متکی بر مفاهیمی چون میدان، عادت‌واره، کنش و سرمایه است در تحلیل بسیاری از پدیده‌های اجتماعی کارآمد تلقی شده است و مطالعه‌ی جامعه‌شناختی دین او نیز از این قاعده مستثنی نمی‌باشد. لذا ضروری است که نگاه پراکنده‌ی بوردیو به دین به صورت منسجم ارائه شود. امری که غایت این نوشتار است. از سویی دیگر «با توجه به پیچیدگی آثار پی‌یر بوردیو، این خطر همیشه وجود دارد که طرح او را نادرست تفسیر کنیم. در خواندن آثار او باید دقت کرد همان دقتی که در

^۱ دین در عنوان کمتر از ده مقاله به کار رفته است از قبیل: تکوین و ساختار میدان دینی، تفسیری از نظریه‌ی دین ماکس وبر، میدان دینی در میدان برزیدن سمبلیک که بخشی از آن تحت عنوان استحال‌ی امر دینی بازنویسی شده است، همانند بحثی در خصوص اقتصاد و کلیسا، خانواده مقدس و جامعه‌شناسان باور و باورهای جامعه‌شناسان. مهم‌ترین این مقالات هستند (*Rahmani Firouzjah & Sohrabi, b, 2016: 128*).

نوشته‌های خود بوردیو دیده می‌شود» (Lechte, 2013: 78). بر این اساس مقاله‌ی حاضر در پی پاسخ دادن به سؤالات زیر است:

- ۱- مفهوم میدان، سرمایه و عادت‌واره‌ی دینی از نظر بوردیو چیست؟
- ۲- بوردیو مناسبات میدان دین را با توجه به سه‌گانه‌ی میدان، سرمایه و عادت‌واره‌ی دینی چگونه تحلیل نموده است؟

بوردیو و جامعه‌شناسی دین

پی‌یر بوردیو - جامعه‌شناس و انسان‌شناس فرانسوی - «دین» را به‌عنوان میدانی در نظر گرفت که نظیر سایر میدان‌ها، قواعد بازار بر آن حاکم است. وی از جمله اندیشمندانی است که نظریاتش حاصل ترکیب آراء اندیشمندان بزرگی نظیر، مارکس، دورکیم و وبر است.

بوردیو با الهام گرفتن از کتاب «صور ابتدایی حیات دینی» دورکیم، جامعه‌شناسی دین را بخشی از جامعه‌شناسی شناخت می‌داند. دین، ابزاری برای ارتباط و شناخت است که به انسجام و هماهنگی بین معانی و نشانه‌های جهان می‌انجامد. از این نظر، مهم‌ترین کارکرد دین، انسجام منطقی و اجتماعی مفاهیم برای «بازنمایی جمعی»^۱ است (Dianteil, 2003). بوردیو با الهام از مارکس، دین را واجد کارکردی سیاسی برای حفظ نظم اجتماعی می‌داند (Ibid).

سهم «وبر» در جامعه‌شناسی دین بوردیو آن است که این حوزه را یک بُعد از «جامعه‌شناسی قدرت» در نظر می‌گیرد. به پیروی از این ایده، وی استقلال نسبی میدان دین را وامدار متخصصان مذهبی می‌داند که کالاهای رستگاری را در نظامی پایگانی^۲ در اختیار دارند. میدان دین شامل نظامی از موقعیت‌های نمایندگان مذهبی است که در آن اهداف، روابط رقابتی و بده‌بستان‌ها را تعقیب می‌کنند (Ibid).

بوردیو اعتقاد دارد: وبر یادآور می‌شود که، برای فهم دین، کافی نیست که همچون کاسیر، یا دورکیم، اشکال نمادین دین را بررسی کنیم، و نه حتی این که، مثل ساختارگراها، ساختار ماهوی پیام دینی، ساختار متون اسطوره‌شناختی و یا «گفتمان‌ها» را به مطالعه بگذاریم؛ او (به جای این موارد) به تولیدکنندگان پیام دینی، به منافع خاصی که به آن‌ها جان می‌دهد، به راهبردهایی که آنان در منازعات خود به کار می‌گیرند (مثلاً

^۱ collective representation

^۲ principles of hierarchization

اخراج از جامعه‌ی دینی) عنایت دارد؛ و بنابراین کافی است که الگوی تفکر ساختارگرا (که برای وبر کاملاً بیگانه است) را نه فقط به نظام‌های نمادین یا، بهتر بگوییم، به فضای موضع‌گیری‌های نمادین (که به گفتمان فرو کاسته نمی‌شود) بلکه، علاوه بر این به نظام عاملانی که آن‌ها را تولید می‌کنند یا، بهتر بگوییم، به فضای موقعیت‌هایی که اشغال می‌کنند (چیزی که من فی‌المثل حوزه‌ی دینی می‌نامم) نیز به کار بسته شود، آن هم در ضمن رقابتی که آن‌ها را در تقابل با هم قرار می‌دهد و به منظور ارائه‌ی راهی برای فهم نظام‌های نمادین، در آن واحد، در کارکرد آن‌ها، در ساختار آن‌ها و در پیدایش آن‌ها (Bourdieu, 2011: 175).

به‌طور کلی، محرک نظریه‌ی بوردیو، علاقه‌اش به از میان برداشتن آن چیزی است که خودش آن را ضدیت کاذب میان عینیت‌گرایی و ذهنیت‌گرایی و یا به تعبیر او، ضدیت بیهوده میان فرد و جامعه می‌انگارد (Ritzer, 1995:673). بوردیو برای رهایی از عینی‌گرایی و ذهنی‌گرایی محض به ضرورت برقراری رابطه‌ی دیالکتیکی میان شرایط ساختاری امکان‌پذیری و استفاده‌ی کنش‌گران از امکانات می‌پردازد (Nosrati & Zolfaghari, 2012). وی با تأکید بر اهمیت هر دو مفهوم عادت‌واره و میدان، شکاف میان فردگرایی و کل‌گرایی روش‌شناختی را رد می‌کند (Ibid: 684). جامعه‌شناسی دین بوردیو نیز عرصه‌ی ترکیب این مفاهیم است.

سه گانه میدان، سرمایه و عادت‌واره دینی

جامعه‌شناسی دین بوردیو مبتنی بر تثلیث مقدس سه مفهوم میدان، سرمایه و عادت‌واره و رابطه‌ی بین آن‌هاست. بر این اساس «افراد و گروه‌ها برحسب موقعیت‌های متمایز و متفاوتی که در میدان اجتماعی دارند و برگرفته از تملک سرمایه‌ی مذهبی آن‌هاست و در نتیجه با درونی کردن این وضعیت و نمادهای آن (عادت‌واره‌ها) در نظام طبقه‌بندی اجتماعی جایگاه مشخصی را کسب می‌کنند. از طریق این نظام، ترجیحات و ذائقه‌هایی در ذهن و فعل شخص ایجاد می‌شود که در تمایز و گاهی در تضاد با افراد و گروه‌های دیگر قرار دارد. این ترجیحات و ذائقه‌ها در محدوده‌ی سرمایه‌های فرد (فرهنگی، اقتصادی و نمادین) در قالب کنش‌هایی بروز می‌یابند که الگوی مصرف متفاوتی (نمایشی یا واقعی) را رقم می‌زنند. بنابراین افراد مختلف با سرمایه‌های متفاوت مذهبی (میزان بالا یا پایین دین‌داری)، در نحوه‌ی مصرف ترجیحات و ذائقه‌های متمایز و تاحدی متضاد دارند و

در نهایت نوع مصرف آن‌ها، با کاهش یا نفوذ دین، شکل نمایشی یا واقعی به خود می‌گیرد» (Habibpour Getabi & et al, 2014).

برای فهم بیشتر جامعه‌شناسی دین از منظر بوردیو به مفاهیم سه‌گانه‌ی، سرمایه‌ی دینی، میدان دینی و عادت‌واره‌ی دینی اشاره می‌نماییم.

سرمایه دینی

در رابطه با سرمایه‌ی دینی که گاه تحت عنوان «سرمایه‌ی معنوی»^۱ نیز از آن یاد می‌کنند، بحث‌های مختلفی انجام شده است. «استفاده از مفهوم سرمایه‌ی دینی»^۲ به شکل دوره‌ای و پراکنده از دهه‌ی ۱۹۹۰ آغاز شد، اما تسریع فراوانی کاربرد آن مربوط به دهه‌ی ۲۰۰۰ است» (Ibid).

سرمایه‌ی معنوی، مفهومی است که در حوزه‌های مختلف علوم انسانی با برداشت‌های متفاوت، از آن استفاده شده است: در حوزه‌ی مدیریت و رهبری معادل هوش معنوی^۳ (در سطح فردی و سازمانی) (Zohar & Marshall, 2004)، در حوزه‌ی اقتصاد برای ارزیابی ارزش دین و معنویت از وجهه نظر اقتصاد (Access Institution, 2003) در حوزه‌ی تئوری‌های جامعه‌شناسی در آثار بوردیو (Vetter, 2003) مورد استفاده قرار گرفته و در الهیات، تلاشی برای درک نقش ایمان و معنویت در گستره‌ی خدمات اجتماعی است (O'Sullivan and Bernadette, 2012). یاناکون و لیک اعتقاد دارند: «سرمایه‌ی معنوی» مفهومی سهل‌الممتنع است که علیرغم بداهت ظاهری از پیچیدگی خاصی برخوردار است. سرمایه‌ی معنوی عبارتی جذاب است که از لحاظ زبان‌شناسی هم‌ارز مفهوم دانشگاهی «سرمایه» (انسانی و اجتماعی) و مفهوم عامیانه‌ی «معنویت» قرار می‌گیرد. به اعتراف منتقدان، تلاش‌های صورت گرفته برای تمیز بین «معنویت» و «دینداری» موفقیت‌آمیز نبوده است (Iannaccone & Klick, 2003). یاناکون سرمایه‌ی معنوی را معادل سرمایه‌ی مذهبی به کار برده و آن را متشکل از مهارت‌ها و تجارب مربوط به دین یک فرد مانند دانش مذهبی، آشنایی با شعائر و دکترین کلیسا و دوستی و مصاحبت با هواداران مذهبی (Ibid) و تجربیات عقیدتی هر فرد می‌داند که در برگیرنده‌ی شناخت دینی و احساس همدلی با آرمان‌های عقیدتی است (Verter, 2003) که به تولید منابعی منجر

¹ spiritual capital

² religious capital

³ spiritual intelligence

می‌گردد که از نظر مردم ارزشمند و توضیح دهنده‌ی رفتار دینی‌اند (Palmer & Wong, 2013). وی سرمایه‌ی معنوی عنصر تمیزگذار بین امر سکولار و مذهبی و نیز تصورات منفی ایجاد شده از دین نهادینه شده و دین‌داری‌های محافظه‌کار می‌داند. مفهومی برای تطبیق به تمام ادیان سنتی، ادیان جدید و طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های غیر مذهبی (Iannaccone & Klick, 2003).

Gary Becker مفهوم «سرمایه‌ی دینی» را در بحث‌های مربوط به تولید خانگی و سرمایه‌ی انسانی، مورد استفاده قرار داد. اما Laurence Iannaccone استدلال نمود، همان‌گونه که تولید خانگی کالاها حاصل مهارتی به نام «سرمایه‌ی انسانی» است، ممارست مذهبی و رضایت مذهبی نیز حاصل «سرمایه‌ی انسانی دینی» است. او سرمایه‌ی انسانی دینی را مجموعه‌ای از مهارت‌ها و تجربه‌های خاص فرد از دین خود، معرفت دینی، آشنایی با آموزه‌های کلیسا و مصاحبت با هواداران دینی می‌داند. بر این اساس، آشنایی و دوستی و مودت نسبت به دینی خاص، افراد را به تولید کالاهای مذهبی که از نظر آنان ذی قیمت‌اند رهنمون می‌سازد (Finke, 2003).

Stark and Finke تعریف یاناکون را توسعه داده و اظهار نمودند: سرمایه‌ی دینی متشکل از درجه‌ی تسلط به فرهنگ دینی خاصی و میزان وابستگی به آن است. به نظر آنان، مردم در انتخاب مذهبی خود تلاش می‌کنند که سرمایه‌ی دینی‌شان را حفظ نمایند. استارک و فینک به جای تمرکز بر مسایل دوستی و مودت (که یاناکون مطرح نموده بود) بر حفظ سرمایه‌ی مذهبی (و تلاش برای زایل نشدن آن) تأکید نمودند (Albaugh, 2010).

از نظر Finke تعریف متداول و معمول سرمایه‌ی دینی عبارت است از میزان تسلط و دلبستگی فرد به مذهبی خاص. سرمایه‌ی دینی ترکیبی از ایده‌های سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی اجتماعی و تولید خانگی است (Barker, 2008).

پالمر و ونگ (۲۰۱۳)، اعتقاد دارند: سرمایه‌ی دینی را به جای این که منبعی در نظر بگیریم که از طریق مشارکت در گروه‌های مذهبی خاص کسب می‌شود، باید آن را درجه و میزانی از اشراف و تعلق به فرهنگ دینی معینی در نظر گرفت. این وابستگی عاطفی در گذر زمان به نوعی سرمایه‌گذاری مبدل گشته و باعث تکوین سرمایه‌ی دینی می‌شود. سرمایه‌ی دینی ترجیح تعامل عمومی گروه‌های مذهبی با جامعه‌ی گسترده به جای تربیت یک فرد مذهبی کارآمد است. سرمایه‌ی دینی نوعی مساهمه‌ی عملی است که گروه‌های

مذهبی از طریق ایجاد شبکه‌های اعتماد و توجیه (رهنمونی) و حمایت تقدیم جامعه می‌کند (Palmer & Wong, 2013).

Alex اعتقاد دارد سرمایه‌ی معنوی عبارت است از: قدرت، نفوذ و قابلیت^۱ خلق معنویت در سطوح فردی و سازمانی و نیز شامل باورها، معرفت و برزیدن^۲ معنوی است (Ibid).

مک‌براید نظیر بورديو که بر «کالای‌های رستگاری»^۳ تأکید می‌کند، سرمایه‌ی دینی را شامل قابلیت‌هایی دینی و مذهبی می‌داند که با شناخت از روابط بازار اقدام به تولید و عرضه‌ی کالایی می‌کنند که بیشترین تقاضا را در بر داشته باشد و موفقیت در فروش و امدار بالا بود میزان شناخت دینی تولیدکنندگان است. ایشان نیز شبکه‌ی تعاملات اجتماعی در گروه‌های مذهبی را عامل هم‌افزایی و هم‌گرایی کنش‌گران دینی می‌داند. لذا به نحوی، سرمایه‌ی دینی را نوعی از سرمایه‌ی اجتماعی قلمداد کرده است (McBride, 2015).

عزتی (۱۳۹۵)، در تعریف سرمایه‌ی دینی اجتماعی اظهار داشته «به مجموعه نهادها، کارکردها، قوانین و مقررات، ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها، دانش، تجربه، نمادها و سمبل‌های برخاسته و شکل‌دهنده‌ی ساختار دینی جامعه، سرمایه‌ی دینی اجتماعی می‌گوییم. به سخن دیگر می‌توان گفت مجموعه عناصر شکل‌دهنده‌ی ساختار دینی هر جامعه، سرمایه‌ی دینی آن جامعه است این عناصر عبارتند از: کیفیت دین حاکم در جامعه (اصول اعتقادی و قوت، دقت و درستی آن‌ها)، نهادهای دینی جامعه، کارکردهای دینی نهادها، اجتماعی، قوانین و مقررات دینی حاکم در جامعه، اعتقادات، ارزش‌ها و هنجارهای دینی جامعه و مانند این‌ها که افراد جامعه را وادار و تشویق به انجام بیشتر کردارهای سفارش شده‌ی دین می‌کنند. یک بخش از این مجموعه که می‌توان نماینده‌ی خوبی برای بیشتر این مجموعه باشد پیوند دینی میان افراد باشد. شیوه‌ی دینی در برگیرنده و نشانه‌ی وجود بسیاری از این‌ها است (Ezati & et al, 2016).

«سرمایه» مفهوم مرکزی بورديو است که در کنار میدان، منش و کنش، ساختار جامعه‌شناسی دین او را رقم می‌زند. این مفهوم از جمله مفاهیم اقتصادی است که تبار آن به تأثیرپذیری بورديو از آراء مارکس برمی‌گردد. بورديو با جعل مفهوم سرمایه در قالب

¹ disposition

² practice

³ good of salvation

سرمایه‌ی فرهنگی، نمادین و دینی، هویت تازه برای این مفهوم در دستگاه نظری خود ایجاد نمود.

در بین جامعه‌شناسان قرن بیستم، پییر بوردیو یکی از تأثیرگذارترین آنان است که در خصوص مفهوم سرمایه و انواع آن مباحث مبسوطی ارائه نموده است. «مقصود بوردیو از بسط مفهوم سرمایه، استفاده از آن در نظام مبادله گسترده‌ای است که در آن انواع گوناگون سرمایه‌ها در شبکه‌های پیچیده‌ای منتقل شده یا در درون و بین میدان‌های گوناگون گردش می‌کنند. او تلاش می‌کند نمونه‌ی محدود مبادله‌ی تجاری را از اقتصاد به فضای وسیع‌تر مردم‌شناسی مبادله و ارزش‌های فرهنگی بسط دهد که اقتصاد تنها یکی از انواع آن است» (Grenfell, 2010: 170).

سرمایه از نظر بوردیو، کالایی است که محل نزاع کنش‌گران در میدان‌های مختلف است. از نظر او، میدان^۱ عرصه‌ای اجتماعی است که مبارزه‌ها یا تکاپوها بر سر منابع معین و دسترسی به آن‌ها صورت می‌پذیرد (Jenkins, 2006: 135) در هر میدانی میان بازیگران یا گروه‌های اجتماعی چهار نوع سرمایه رد و بدل می‌شود که عبارتند از:

۱- سرمایه‌ی اقتصادی: ثروت و پولی که هر بازیگر اجتماعی در دست دارد (Fakouhi, 2011: 300).

۲- سرمایه‌ی اجتماعی: شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی که هر فرد در اختیار دارد (Ibid) و شامل منابع بالفعل و بالقوه‌ی شبکه‌ای از روابط نهادینه شده، روابط متقابل آشنایی و به رسمیت شناختن دیگران است (Bourdieu, 1985: 56).

۳- سرمایه‌ی فرهنگی: شامل شناخت و درک فرهنگی زیبایی شناختی (Ritzer, 2005: 167) و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی است (Fakouhi, 2011: 300) که عامل ارتقای در خور توجه منزلت اجتماعی است. نظیر هنرهای اصیل، ادبیات و توانایی‌های زبانی (Ritzer, 2005: 167).

۴- سرمایه‌ی نمادین^۲: مجموعه ابزارهای نمادین، پرستیژ، حیثیت، احترام و قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) که فرد در اختیار دارد (Fakouhi, 2011: 300)؛ و به افتخار اجتماعی او می‌انجامد (Jenkins, 2006: 136).

مفهوم چند وجهی سرمایه که به همت بوردیو پردازش شده به ما امکان می‌دهد به وجهی از بازنمایی مناسب‌تری از ساختار، نظام روابط و بستگی‌ها، در فضای اجتماعی،

¹ field

² symbolic capital

دست بیابیم. (Chauvire & Fontaine, 2006: 100). از سویی دیگر قاعده‌ی وجود میدان‌های متفاوت و سرمایه‌ی مختص آن، امکان بازیابی سرمایه‌های دیگری بر اساس نظریه‌ی بوردیو را فراهم ساخته است. مثلاً در میدان علم می‌توان به «سرمایه‌ی علمی» پرداخت یا در میدان دین و مذهب، «سرمایه‌ی مذهبی» را مورد بررسی قرار داد. هر کدام از انواع مختلف سرمایه‌ها اگر به ساحت «سرمایه‌ی نمادین» برسند و نمادین گردند (مثلاً سرمایه‌ی اقتصادی نمادین یا سرمایه‌ی اجتماعی نمادین و ...) به گونه‌ای مشروعیت پیدا می‌کنند. زیرا «سرمایه‌ی نمادین حاصل بازشناسی مشروعیت موضع کسی است که آن را در اختیار دارد. پس تسلط آن کس به دیگران به دلیل همین مالکیت محرز می‌گردد. پس سرمایه‌ی نمادین به نگاه دیگران بستگی پیدا می‌کند. ریشه‌ی این دو معنایی سرمایه‌ی نمادین را که عبارت باشد از «قدرت تسلط غالب به شرط مغلوب» می‌توان در یک واقعیت انسان‌شناختی پیدا کرد: شخصی مسلط قدرت خود را بازشناسی بی‌چون و چرای کسی می‌گیرد که تسلط وی را مشروعاً پذیرفته باشد (ibid: 101-102).

با توجه به توضیحات ارائه شده، میدان دین یکی از میدان‌های مسلط جامعه است که سرمایه‌ی آن غالباً مشروعیت بخش و به صورت نمادین جلوه می‌کند. چنین سرمایه‌ای به پیروی از زمینه و بافتاری که در آن قرار گرفته، «سرمایه‌ی دینی»^۱ یا «سرمایه‌ی مذهبی»^۲ نامیده می‌شود.

بوردیو مناسبت بین سرمایه و میدان دین را از دو بُعد مورد مطالعه قرار داده است. نخست سرمایه‌ای که دین در اختیار افراد قرار می‌دهد و دوم، نوع سرمایه‌ای که در میدان دین محل نزاع و تبادل است که از آن به عنوان «سرمایه دینی» یا «سرمایه معنوی» یاد می‌کند.

از نظر بوردیو، دین سه نوع سرمایه در اختیار افراد قرار می‌دهد: در وهله‌ی نخست، دین مشتمل بر یک جهان‌بینی و نظام معنایی است که نوعی سرمایه‌ی فرهنگی را در اختیار افراد می‌گذارد. دوم آن که دین دارای یک نظام نمادی و دارای شعائر است که به پیروان خود سرمایه‌ی نمادین می‌بخشد و سوم، دین دارای گروه یا اجتماعی از پیروان (امت) و هم‌چنین نهاد و سازمانی نسبتاً منسجم (از روحانیان) است که سرمایه‌ی اجتماعی در هر جامعه پدید می‌آورد (Mahdavi Kani, 2008: 221).

^۱ religious capital

^۲ در این مقاله، سرمایه‌ی دینی، سرمایه‌ی مذهبی و سرمایه‌ی معنوی، معادل هم در نظر گرفته شده‌اند.

بورديو با طرح مفهوم «اقتصاد اعمال»^۱ بر این نکته تأکید نمود که مفهوم سرمایه همواره معادل ارزش اقتصادی و مادی نیست؛ و کنش افراد برای تصاحب سرمایه نیز همواره مبتنی بر انگیزه‌های مادی نمی‌باشد. کنش مذهبی نیز «بی آنکه از منافع صرفاً اقتصادی پیروی کند از منطقی اقتصادی پیروی می‌کند» (Chauvire & Fontaine, 2006: 47)

بورديو نظیر وبر، به جای تأکید بر بُعد اقتصادی سرمایه در مناسبات دینی بر بعد «مشروعیت‌بخشی» آن تأکید می‌نماید وی «با جعل مفهوم «اقتصاد نذر»^۲ اعمال دینی را دارای بُعد اقتصادی با انکار صبغی اقتصادی آن می‌داند. او می‌گوید اسقف‌ها «وقتی مثلاً برای توصیف اعمال کلیسایی تعبیر «بازار عرضه و تقاضا» به کار برده می‌شود، می‌خندند» (Bourdieu, 2011: 274). می‌گوید که آذین کردن محراب با گل، نیم ساعتی وقت می‌گیرد که با قیمت کار یک زن خدمتکار اگر سنجیده شود، ارزش قابل توجهی دارد. اما، در همان حال، او به بازی مذهبی ملحق می‌شود و از تشبیه کار خود در خدمات دینی به کار یک خدمتکار مرد یا زن ابا می‌کند» (Ibid: 272).

بورديو بر این باور است که «حقیقت عمل مذهبی این است که دو حقیقت دارد: حقیقت اقتصادی و حقیقت مذهبی، که آن را انکار می‌کند ... این ابهام، این دوگانگی، خصلت عمومی اقتصاد نذر است که در آن، مبادله‌ی دینی کردن خود به نوعی امر متعالی تغییر چهره می‌دهد» (Ibid:275). معبد عیناً مثل یک بانک عمل می‌کند ولی بانکی که به‌عنوان بانک دیده و اندیشیده نمی‌شود، بلکه این عملکرد مشروط به آن است که خزانه‌ی معبد به‌عنوان یک بانک فهم نشود ... اعتقاد عاملان دینی به آنچه که انجام می‌دهند و این برای کنش و کارکرد خود یک تعریف اقتصادی صرف را نمی‌پذیرند، خود شرط کارکرد و موفقیت عمل دینی است ... وظایف مقدس به یک تعبیر صرفاً اقتصادی یا اجتماعی قابل فروکاهش نیستند (Ibid: 276).

در بنگاه‌های دینی، روابط تولید بر اساس الگوی روابط خانوادگی عمل می‌کند: رفتار کردن با دیگران مثل برادر، یعنی گذاشتن بعد اقتصادی روابط داخل پرنانز. مراکز و نهادهای مذهبی دائماً در این کارند که، هم به صورت عملی و هم به صورت نمادی، روابط

¹ economie des pratiques

² economy of offering

اجتماعی، حتی روابط استثماری (مثل آنچه در خانواده می‌گذرد) را حُسن تعبیر^۱ کنند؛ به این صورت که روابط مذکور را، توسط منطق خدمت رایگان، به نوعی روابط خویشاوندی روحانی یا مبادله‌ی دینی تغییر چهره می‌دهند: فعالیت کارمندان، عوامل مذهبی دون‌پایه، مثلاً نظافت‌کنندگان کلیسا یا آرایشگران محراب، عبارت است از «وقف آزادانه و همراه با رضایت پول و وقت» (Ibid: 279).

خاستگاه سرمایه دینی در آراء بورديو

در خصوص خاستگاه «سرمایه‌ی دینی» در آراء بورديو، دو نظر وجود دارد. نظر اول مبتنی بر آن است که این مفهوم برخاسته از مفهوم «سرمایه‌ی فرهنگی» و تقسیمات آن است و نظر دوم، سرمایه‌ی دینی را نوعی «سرمایه‌ی اجتماعی» و «سرمایه‌ی نمادین» قلمداد نموده است:

الف) سرمایه دینی به مثابه سرمایه فرهنگی

اساس و بنیاد ظهور مفهوم «سرمایه‌ی دینی» برخاسته از تئوری «سرمایه‌ی فرهنگی» و «سرمایه‌ی اجتماعی» است. بورديو برای نخستین بار از مفهوم «سرمایه‌ی فرهنگی» استفاده کرد. وی این مفهوم را در معنای سرمایه‌گذاری و صرف هزینه‌هایی دانست که بیانگر فرهنگ افرادند (Albaugh, 2010). بورديو (۱۹۹۰)، دین را به‌عنوان شکلی از اشکال سرمایه‌ی فرهنگی در نظر گرفت که دارای منبع ارزشمند و لاینفکی از ارتباطات اجتماعی است که واجد ظرفیت تولید و مبادله است (Caputo, 2009). وی با الهام از طبقه‌بندی سه‌گانه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی (تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهادینه‌شده)^۲، سرمایه‌ی معنوی را در سه شکل زیر تعریف می‌کند:

^۱ بورديو برای تبیین دین در قالب کلیسا از مفاهیمی مانند حسن تعبیر (ephemization) و کژشناسی (mis recognition) استفاده می‌کند. حسن تعبیر یعنی اظهار فعالیت‌های اقتصادی کلیسا به صورت بیان غیر مستقیم با تعبیر تلطیف شده و به‌عبارتی در قالب یک زبان انکارآمیز و کژشناسی نوعی تجاهل می‌باشد که افراد عادی نسبت به اقتصاد کلیسا و حسن تعبیرهای به‌کار گرفته شده توسط مقامات کلیسا دارند (Rahmani Firouzjah & Sohrabi, b, 2016: 128). مثلاً خدمت در کلیسا نه به‌عنوان شغل که به‌عنوان توفیق الهی و وظیفه تلقی کرده و عنوان شغل به آن نمی‌دهند.

^۲ از نظر بورديو، سرمایه‌ی فرهنگی شامل سه شکل زیر است:

الف) سرمایه‌ی فرهنگی متجسد (Embodied Cultural Capital): شامل اندوخته‌ای ذهنی است که آگاهانه به‌دست می‌آیند و مانند سرمایه‌ی اقتصادی قابل انتقال به دیگری نیست. این سرمایه به صورت تدریجی در

الف) سرمایه‌ی معنوی تجسم‌یافته: شامل میزانی از موقعیت‌ها و وضعیت ذهنی مانند معرفت‌ها، توانایی‌ها، ذائقه‌ها و ویژگی‌های فردی است که در میدان دین انباشته می‌شود و نتیجه‌ی آموزش صریح یا فرایند ناآگاهانه‌ی اجتماعی شدن است.

ب) سرمایه‌ی معنوی عینیت‌یافته: شامل کالاهای نمادین و مادی مانند کالاهای نذر شده، متون تفسیری، ردای شعائری، خداشناسی‌ها، ایدئولوژی‌ها و اعتقاد به عدالت خداست.

سرمایه‌ی فرهنگی تجسدیافته توسط کنش افراد و عینیت‌یافته توسط کالاهای مصرفی اندازه‌گیری می‌شود.

ج) سرمایه‌ی معنوی نهادینه‌شده: شامل تمرین قدرت توسط متخصصان دین در کلیساها، سمینارها و سازمان‌های دینی است تا کالاهای دینی مشروعیت پیدا کنند، تقاضاها برای کالاهای دینی هدایت و زمینه‌های عرضه مشروعیت یابند» (Rahmani Firouzjah & (Sohrabi, a, 2013: 124-125).

طول زمان کسب شده و مشتمل بر عادت‌واره‌های افراد (شخصی و شیوه‌های اندیشیدن) است که متأثر از تأثیرات فرهنگی است (Bourdieu & Claude, 1990: 47). این سرمایه شامل حافظه، مهارت‌های تجربی و رفتاری و معلومات کسب‌شده، از سرمایه‌های بدنی و فردی محسوب می‌شوند. از مشخصه‌های این سرمایه، می‌توان به پیوستگی و درون‌یافتگی آن اشاره کرد. این سرمایه، دارایی‌ای است که به شخص و خلق و خوی وی بدل شده است. به عبارت دیگر، تنها، صاحب این خصایص، دارنده این سرمایه‌ی فرهنگی است. به همین جهت نمی‌توان این سرمایه‌ی درونی‌شده را از طریق بخشش، وراثت و خرید و فروش به دیگری انتقال داد. در نهایت اینکه این نوع از سرمایه‌ی فرهنگی فانی و میراست، زیرا به ش کل خاصی با یکتایی بیولوژیکی شخص، گره خورده است (صالحی‌امیری، ۱۳۸۶: ۶۵).

ب) سرمایه‌ی فرهنگی عینیت‌یافته (Objective Cultural Capital): مجموعه میراث‌های فرهنگی، آثار ادبی و شاهکارهای هنری و جز این‌ها را سرمایه‌ی عینی فرهنگی می‌نامند. سرمایه‌ی فرهنگی عینیت‌یافته دارای یک رشته از ویژگی‌هاست که تنها می‌توان از طریق رابطه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی عینیت‌یافته با سرمایه‌ی فرهنگی بدنی و فردی آن را معین کرد. این سرمایه (مانند کتاب، تابلوهای نقاشی، آلات موسیقی و ...) به لحاظ مادی از طریق صاحبانش قابل انتقال است (البته تنها از لحاظ مالکیت حقوقی قابلیت انتقال دارد) (Ibid: 65). البته انتقال آن زمانی امکان‌پذیر است که خریدار از ارزش علمی و هنری آثار توسط فروشنده مطلع گردد (Bourdieu & Claude, 1990: 47).

ج) سرمایه‌ی فرهنگی نهادینه‌شده (Institutionalized Cultural Capital): سرمایه‌ی نهادی و ضابطه‌ای؛ مدارک تحصیلی، مدارک حرفه‌ای و کارا از نمونه‌های سرمایه‌ی نهادی و ضابطه‌ای هستند. مدرک تحصیلی سند تخصص فرهنگی است که به دارنده‌اش ارزش قراردادی تضمین شده‌ای ارائه می‌دهد (Salehi Amiri, 2006: 65).

پی‌یر بوردیو (۱۹۴۸)، اصطلاح «سرمایه‌ی فرهنگی» را برای تعریف سرمایه‌گذاری هنگفتی به کار برد که فرهنگ هر فرد معرف آن است. مردم غالباً تمایل دارند که این سرمایه را حفظ کرده و در مقابل تغییرات آن، مقاومت کنند. در «سرمایه‌ی مذهبی» به عنوان جلوه‌ای از «سرمایه‌ی فرهنگی» نیز شاهد این وضعیت هستیم.

فینک اعتقاد دارد: مردم در مواجهه با ترجیحات مذهبی (نظیر انتخاب سایر ادیان)، ترجیح می‌دهند که بر مذهب خود باقیمانده و سرمایه‌ی مذهبی خود را حفظ نمایند. به‌عبارتی دیگر، هر قدر سرمایه‌ی دینی مردم افزایش یابد به همان اندازه میزان صیانت مردم از آن نیز افزایش خواهد یافت. به همان میزان که مردم کارشناسانه، دین و مذهب را می‌آموزند و با آن ارتباط عاطفی برقرار می‌کنند، از فعالیت‌ها و روابطی که موجودیت دین و مذهب را تهدید کند، اجتناب می‌ورزند. هر آن قدر که سرمایه‌ی مذهبی مردم افزایش یابد، تمایل مردم به دین و مذهب جدید و روی‌گردانی آنان از دین و مذهب خود کمتر خواهد شد. معمولاً مردم با هدف افزایش سرمایه‌ی مذهبی به سمت دین و مذهب جدیدی متمایل می‌شوند (Finke, 2003).

ب) سرمایه دینی به مثابه سرمایه‌ی نمادین

بوردیو در تعریف سرمایه‌ی اجتماعی بر شبکه‌ای از اعتماد بین اشخاص و گروه‌ها تأکید می‌کند؛ بر همین اساس وی سرمایه‌ی اجتماعی را نوعی سرمایه‌ی نمادین در نظر می‌گیرد. از آنجا که دین نیز بر «قدرت تقدیس»^۱ اشاره دارد، لذا نوعی سرمایه‌ی نمادین به حساب می‌آید. این سرمایه هم در سطح فردی و هم در سطح نهادی خود را نشان می‌دهد (Grusendorf, 2013).

سرمایه‌ی نمادین شکلی است که هر نوع سرمایه به خود می‌گیرد وقتی از رهگذر مقولات فاهمه درک می‌شود که محصول ذهنی‌شدن تقسیم‌بندی‌ها و تضادهایی است که در ساختار توزیع آن نوع سرمایه وارد شده است (مثلاً تقسیم‌ها و تضادهایی از قبیل قوی/ضعیف، بزرگ/کوچک، غنی/فقیر، فرهیخته/بی‌فرهنگ و الخ) به‌عنوان مثال، هنر شاعری یا داستان‌نویسی یک دارندگی است و برای عموم انسان‌ها به‌عنوان یک سرمایه، مورد درک و تأیید است، اما این سرمایه‌ی فرهنگی در شرایط خاص به یک سرمایه‌ی نمادین تبدیل می‌شود. در شرایطی که بحث از مخاطبانی باشد که، متأثر از ساختارهای

^۱ power of consecration

اجتماعی، شعر و داستان را از منظر و مقوله‌ای خاص مثلاً ناب/تقلیدی یا محکم/است و ... درک می‌کنند (Bourduie, 2011: 154-155).

بوردیو استدلال می‌کند که منشأ تمایز بین مقدس و غیر مقدس (بی‌حرمت) سکولار و افراد عامی (غیر مقدس) به صورت نمادین به میزان تصاحب سرمایه‌ی مذهبی بستگی دارد. این تمایز نمادین زمانی امکان‌پذیر است که روحانیون مصالح دنیوی خود را از عوام مردم پنهان ساخته و عوام مردم نیز از انحصار کالاهای رستگاری توسط روحانیون بی‌خبر باشند (McKinnon, 2011).

بوردیو به جعل مفهوم سرمایه‌ی دینی در تولید دینی دست می‌زند و فرایندهای تعاملی بین تولیدکنندگان (متخصصان/علمای دینی) و مصرف‌کنندگان (عامه/مقلدان) را مطرح می‌سازد. در اینجا، علمای دینی نگاه‌دارنده‌ی محتوای خاص لازم برای تولید و بازتولید نشانگان سازمان‌دهی شده از امر مقدس‌اند و بنابراین، دارای قدرت نگاهداری از معرفت قدسی، در برابر این متخصصان عامه یا مقلدان قرار دارند که به صورت عینی به دنبال انباشت سرمایه‌ی مذهبی‌اند (Jamshidiha & Toloui, 2009). به این ترتیب می‌شود نظامی سلسله‌مراتبی تشخیص داد که مدل ساختاری مستحکمی به دست می‌دهد که به طبیعت تولید فرهنگی نزدیک است که برای بوردیو مشابه میدان تولید سرمایه‌ی اقتصادی تعریف می‌شود (Ibid).

در این ساختار واقع در میدان دین مردم معمولی در موضع^۱ مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات دینی قرار دارند که توسط علمای دینی تولید می‌شوند. در اصل، در اینجا نظامی از فروش و خرید بر روابط متخصصان و عامه حاکم است. بنابراین مردم عادی در این نظام خریدارانی با کمترین ظرفیت دینی یا منش دینی‌اند. صلاحیت علمای دینی از اینجا ناشی می‌شود که مردم عادی دارای «مهارت عملی» در برخورد با سرمایه‌ی دینی‌اند که از شرایط پیشاتأملی^۲ و گرایش دوکسایی^۳ ایشان ناشی می‌شود؛ در حالی که صلاحیت علم محور^۴ به صورت سیستماتیک از طریق مراتب نهادی به علمای دینی تفویض می‌شود. به

^۱ position

^۲ prereflexive

^۳ دوکسا (Doxa) از نظر بوردیو به معنی باورهای رایج و رابطه‌ی بدیهی با جهان اجتماعی؛ آنچه که ضروری است مسلم فرض شود (Grenfell, 2010: 190).

^۴ Knowledgeable mastery

این ترتیب است که نظام دینی با قوت کار می‌کند و هم به صورت کرداری و هم به صورت نمادین برای حسن تعبیر روابط اجتماعی وارد عرصه‌ی حیات اجتماعی می‌شود (*Ibid*).

میدان دین

بازنگری جامعه‌شناسی مذهبی ماکس وبر توسط پیر بوردیو در سال‌های ۱۹۷۰، سبب گردید که او مفهوم «میدان» را که در مورد جهان فکری بر ساخته بود، بازبینی نماید و عمومیت بخشد (Champagne, 2014: 44). میدان از نظر بوردیو استعاره‌ای از بازی است و جولانگاه قدرت و منازعه است. میدان، عرصه‌ی منازعه‌ی شرکت‌کنندگانی است که برای تصاحب انواع مختلف سرمایه (کسب اقتدار فرهنگی، علمی و مذهبی) با یکدیگر رقابت می‌کنند (McKinnon, 2011). «نوعی بازار رقابتی است که در آن، انواع سرمایه‌ها (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و نمادین) به کار می‌رود و مایه گذاشته می‌شود... جایگاه‌های عوامل گوناگون درون میدان را مقدار و اهمیت نسبی سرمایه‌ای که این عوامل دارند تعیین می‌کند» (Ritzer, 1995: 682). هر گونه تغییر در توزیع وزنی سرمایه‌ها به مثابه‌ی اصلاح ساختار میدان می‌باشد (McKinnon, 2011).

بوردیو اعتقاد دارد، دین پدیده‌ای مسبوق به سابقه‌ای طولانی نیست بلکه با ظهور میدان‌ها و اشکال متمایز سرمایه و هیئت حرفه‌ای که عهده‌دار توزیع کالاهای رستگاری‌اند^۱ ظاهر می‌شود. استقلال نسبی میدان دین زمانی افزایش می‌یابد که متخصصان دینی با در انحصار گرفتن دانش دینی به محرومیت و سلب مالکیت از توده‌ها مبادرت می‌ورزند (*Ibid*). به نظر بوردیو پیش شرط مهم عقلانیت میدان‌ها استقلال نسبی‌شان است. میدان‌ها باید بتوانند با منطق توسعه‌ی درونی خودشان گسترش یابند؛ و بنا بر آن منطق و معیارهای تازه‌ای که (منطق مزبور) خلق می‌کند عمل نمایند (Crossley & Roberts, 2015: 171-172).

میدان دین نظیر سایر میدان‌ها، عرصه‌ی رقابت است اما نه با ادیان دیگر، بلکه واجد نوعی رقابت درونی است. در این میدان، کنش‌گران عادی نسبت به متخصصان مذهبی از قدرت چندانی برخوردار نیستند زیرا از منابع قدرت که همانا شناخت و دانش دینی و انحصار کالاهای رستگاری است چندان بهره‌ای ندارند. متخصصان مذهبی با آموزش تعالیم

^۱ good salvation

اخلاقی به افراد عادی به نحوی انحصار میدان دین را در اختیار خود می‌گیرند (Grusendorf, 2013).

در این میدان رقابت، بین نظام پایگانی راست‌آیینی^۱ و مخالفان این سلسله مراتب قرار دارد (Rey, 2004) رقابت متخصصان دینی برای کسب قدرت دینی^۲ است که سبب پویایی میدان دین می‌گردد (Verter, 2003). مثلاً در کشور هائیتی، مذهب کاتولیک تلاش دارد تا خود را بی‌نظیرترین مذهب نشان دهد لذا در برابر کشیش‌ها و پیروان مذهب ودوو^۳ بر سر سرمایه‌ی دینی مصرف‌کنندگان آن دچار چالش شده‌اند. اما مردم مذهب کاتولیک و ودوو را شاخه‌هایی از یک تنه می‌دانند (Rahmani Firouzjah & Sohrabi, a, 2013: 80).

از نظر بوردیو، قدرت نمادین نه فقط از طریق کلمات که از طریق اعتقاداتی که به آن کلمات مشروعیت می‌بخشند عمل می‌کند و این مشروعیت در نظام دینی با اتصال این کلمات به علمای دینی حاصل می‌شود. به این ترتیب، مشخص است که قاعده‌ی میدان دین کسب بالاترین سرمایه‌ی دینی از طریق قرار گرفتن در سلسله مراتب مشروعیت‌یابی است (Jamshidiha & Toloui, 2009).

بوردیو بر این اندیشه بود که روابط میان عاملان یک میدان را نباید به سطح کنش‌های متقابل مؤثر در ملاقات‌ها و بده - بستان‌ها تقلیل داد. بده - بستان‌هایی که عاملان اجتماعی در جهان خاصی میان خود برقرار می‌سازند. به این ترتیب «میدان» به موضعی که به‌طور عینی وجود دارند اما می‌باید عینیت یابند، تعریف می‌شود. به‌عنوان مثال میدان دینی شامل سه موضع است: کشیش، پیامبر و ساحر، که رفتارها و اعمال عاملان را فرماندهی می‌کنند، حتی اگر در تعامل مستقیم با آن‌ها نباشند. در کلیه‌ی میدان‌ها چنین است (Champagne, 2014: 44).

در نگاه وی، کشیشان (بوروکراتیک) و پیامبران (کاریزماتیک) و بر، تولیدکنندگان کالاهای نمادینی هستند که بر سر مصرف‌کنندگان با یکدیگر رقابت می‌پردازند (Rahmani Firouzjah & Sohrabi, a, 2013: 83).

¹ orthodox hierarchy

² religious power

³ vodou

قابلیت دست‌یابی به یک موقعیت مقتدر در میدان دینی، شکل بی‌همتایی از سرمایه‌ی دینی یا همان نیاز به منافع منحصر به فردی که نخبگان از مذهب دارند، می‌باشد و وبر آن را تأمین روانی مشروعیت^۱ می‌نامد (*Ibid*).

پشتوانه‌ی تحلیل میدان دینی این است که کلیه‌ی میدان‌ها، داو مبارزه برای انحصارطلبی یعنی کنترل میدان را می‌طلبند. بدین ترتیب و به‌عنوان مثال، کشیش، پیامبر و ساحر در روابط عینی همدستی و رقابت قرار گیرند. کشیش و پیامبر در تقابل با ساحر مطرح می‌شوند. زیرا آن‌ها گفتمانی نظام‌مند دارند، برخلاف ساحر که مورد به مورد عمل می‌کند. کشیش عضو بوروکراسی است که مشروعیت خود را از آن می‌ستاند و بر این مبنا در تقابل با پیامبر و ساحر قرار می‌گیرد که اقتدارشان، بر اساس فره‌وری شخصی‌شان است. این مبارزات به گفته‌ی وبر برای «انحصار بر دخل و تصرف مشروع مایملک قدسی» است در حالی‌که از منظر بوردیو، انباشت سرمایه‌ی خاص میدان دینی، ساختار این میدان را تعیین می‌کند (*Champagne, 2014: 44*).

بوردیو، الگوی میدان دینی را برای سایر جهان‌ها نیز تکرار می‌کند. از جمله در میدان هنر، او نشان می‌دهد افراد برخوردار از موقعیت‌های برتر که سرمایه‌ی خاصی را در اختیار دارند، راهبردهای محافظه‌کاری و سخت‌کیشی را پیشه می‌کنند. در مقابل، آنان که سرمایه‌ی ویژه نازل‌تری در این میدان برخوردارند، یا خود را با شرایط «تحت سلطه بودن» وفق می‌دهند و یا خویشتن را در کلاف راهبردی خلافاکاری، کژآیینی و یا انتقاد انقلابی گرفتار می‌کنند، تا تعریف سرمایه‌ی مشروع را بر هم زنند. به‌عنوان مثال، آن‌ها می‌توانند سلسله مراتب انواع عاملان را رد کنند و نهادهای تبعیض‌گذار همانند فرهنگستان‌ها، گردهم‌آیی‌ها، موزه‌ها و یا نقدها را به چالش کشند. جهان هنر، بازی‌ای است که در آن مسئله‌ی دانستن این‌که چه کسی محق است که خود را هنرمند بداند و به ویژه آنکه بگوید هنرمند است، مطرح می‌گردد. کافی است که «هنرمند» را با «روشنفکر»، «روزنامه‌نگار»، «پزشک» یا «استاد» و غیره جایگزین کنیم. البته این مسئله نه تنها خاص دنیای هنر بلکه در سرشت میدان‌ها عجین است (*Ibid: 45*).

یکی دیگر از اهداف جامعه‌شناسی دین بوردیو، تبیین مکانیسم دین در ایجاد «خشونت نمادین»^۲ در جامعه است. در واقع بوردیو با استفاده از واژه‌ی «خشونت نمادین» بر آن تأکید دارد که گروه‌های تحت سلطه چگونه شرایط خود را به‌عنوان شرایطی مشروع

^۱ legitimierende macht

^۲ symbolic violence

می‌پذیرند. قدرت نمادین، قدرتی است مشروع که حاکی از رضایت هر دو گروه سلطه‌مند و تحت سلطه است (Panahi & Omid, 2012) خشونت نمادین « یعنی وضع نظام‌های معنایی که ساختارهای نابرابری را مشروعیت بخشیده و بدین ترتیب باعث استحکام آن می‌شوند» (Stonesm 2013: 329). «به‌عنوان مثال در هائیتی جایی که ۸۰ درصد از رعایا بی‌سواد هستند، زبانی چون حکم دینی به‌عنوان یک خشونت نمادین عمل می‌کند» (Rahmani Firouzjah & Sohrabi, a, 2013: 95).

بوردیو، دین را عرضه‌کننده‌ی محصولات و کالاهای نمادینی می‌داند که «شدیداً به عنوان ابزار سلطه بیان شده‌اند» (Ibid: 97)؛ کلیسا با در انحصار گرفتن کالاهای رستگاری و اعلام این که "بیرون [از] کلیسا رستگاری وجود ندارد"^۱ (Ibid: 98). غلَم انحصارطلبی را برداشته و جامعه را به دو قطب عرضه‌کنندگان کالاهای رستگاری (کشیشان و متخصصان مذهبی) و مصرف‌کننده‌گان (توده‌ها) مبدل می‌سازد.

از نظر او «در حوزه‌ها و میدان‌های مذهبی، خشونت نمادین، اساساً از طریق متخصصان مذهبی و طرفداران ایدئولوژیکی آن‌ها اظهار می‌شود. یعنی نخبگان و دولت. این احزاب توسط قدرت مشروع ارائه شده از طریق هژمونی اخلاقی و نمادین کلیسا به حامیان نخبه سرمایه‌داری در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی سوء استفاده می‌کنند» (Ibid: 97).

از نظر بوردیو، مهم‌ترین نقش کلیسا مشروعیت‌بخشی، تقویت و بازتولید سلسله مراتب اجتماعی (پایگان) در جامعه است. کلیسا برای نیل به این امر مهم نیازمند استقرار نوعی نظام بوروکراسی دینی است. دین می‌تواند هم سلطه‌آفرین و هم سلطه‌برانداز باشد. حتی می‌تواند بر علیه عناصر درونی خود اقدام نماید (Grusendorf, 2013).

دین به‌طور فزاینده‌ای نه تنها با دولت بلکه با میدان اقتصادی، میدان تعلیم و تربیت، میدان فرهنگی و غیره متفاوت است. هر کدام از میدان‌های یاد شده دارای سرمایه‌ی خاص خویش‌اند که با سرمایه‌ی دینی متفاوت می‌باشد (McKinnon, 2011).

نزاع در میدان دین

تأکید بوردیو بر کشمکش و نزاع بر سر اشکال سرمایه‌ی دینی در میدان دین است و این همان سرمایه‌ی دینی می‌باشد که وبر آن را تأمین روانی مشروعیت اساس لیاقت و

¹ extra ecclesia nulla salus (outside the church there is no salvation)

ارزشمندی و یا مشروعیت قدرت مالی خواند. همین که سرمایه به میدان دیگر منتقل و به اشکال دیگر سرمایه تغییر می‌یابد، سرمایه‌ی دینی طبقه‌ی نخبه و سازمان‌های مربوطه را قادر می‌سازد تا در میدان‌های اقتصادی و سیاسی بهتر عمل نماید و بر جهان اجتماعی مسلط شوند (Rahmani Firouzjah & Sohrabi, a, 2013: 83).

بورديو در میان اشکال مختلف سرمایه‌ی دینی بر کالاهای رستگاری^۱ تأکید می‌کند. یعنی آیین‌های خاص کلیسا و هر نوع عضویت رسمی مشخص در یک اجتماع دینی که لازمه‌ی نجات و رستگاری است. بورديو بر این باور است که کالاهای رستگاری نقش مهمی در فهم این انگاره‌ی نادرست از دین دارند (همان‌گونه که سوارتز می‌گوید) که ادیان در پی منافع مادی نیستند بلکه در صدد نجات و رستگاری، مبارزه با پلیدها و تحقق امر مقدس‌اند (Rey, 2004).

به‌طور کلی، رقابت بر سر سرمایه‌ی دینی در میان سطوح و قطب‌های مختلف پدیدار می‌شود: میان طبقات مخالف، متخصصین دینی گوناگون، متخصصین و عوام و از همه مهم‌تر در میان اهل کلیسا و اهل کفر و بی‌دینی. در این رقابت، هر یک از قطب‌ها به دنبال منافع خاصی هستند. این روابط تقابلی هم زمینه‌ی رقابت را به وجود می‌آورد و هم از طریق ساختارهای بسیاری که خود ایجاد می‌کند به صورت دوره‌ای حفظ می‌شود (Rahmani Firouzjah & Sohrabi, a, 2013: 86).

بورديو با مطرح کردن ایده‌ی تبدیل و ترکیب سرمایه، اذعان نمود که هر کدام از سرمایه‌ها قابل تبدیل به دیگری می‌باشند مثلاً سرمایه‌ی دینی را می‌توان به سرمایه‌ی اقتصادی یا نوع دیگری از سرمایه تبدیل نمود. سرمایه‌ی دینی نظیر سایر سرمایه‌ها قابلیت تبدیل به سرمایه‌های دیگر را دارد. علاوه بر این، سرمایه‌ی دینی را می‌توان به‌عنوان یک میراث به نسل‌های آینده منتقل نمود (Kazem Abo Doh, 2014).

عادت‌واره مذهبی

بورديو عادت‌واره^۲ 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 لزوماً آگاه باشد بر اساس آن‌ها عمل می‌کند. [عادت‌واره] ترکیب پیچیده‌ای از ابژکتیویته (جهان عینی) و سوژکتیویته (جهان ذهنی) اجتماعی برای

^۱ goods of salvation

^۲ habitus

ساختن شخصیت افراد نیز هست که هر شخصی را از دیگری متفاوت می‌کند (Calhoun et al, 2007).

عادت‌واره‌ها هم به مانند مواضع و موقعیت‌های اجتماعی که مولد آن عادت‌واره‌ها هستند، «تفاوت یافته» اند؛ اما این‌ها، علاوه بر این، «تفاوت‌گذار» هم هستند. علاوه بر این که متمایز و تمایز یافته‌اند؛ عوامل تمایز هم هستند (Bourdieu, 2011: 37). عادت‌واره‌ها میان آنچه خوب است و آنچه بد است، میان آنچه ممتاز است و آنچه معمولی است و ... تفاوت می‌گذارند، نکته‌ی اصلی این است که این موارد نزد افراد و طبقات متفاوت یکسان نیست. به‌عنوان مثال یک رفتار واحد، یا یک دارایی واحد، ممکن است در نظر کسی یا طبقه‌ای، یعنی در قالب عادت‌واره‌ی او، ممتاز باشد، برای دیگری پوچ و برای سومی معمولی باشد (Ibid: 37).

عادت‌واره، هم با وضعیت بودن ساخته شده و هم مولد کنش‌ها، باورها، تمایلات و احساسات در تطابق با ساختار حاکم بر خود است. البته عادت‌واره به تنهایی عمل نمی‌کند. بوردیو معتقد است که ما آدم‌ها ماشینی از پیش برنامه‌ریزی شده‌ای نیستیم که بتوانیم پیامدهای رفتاری خود را پیش‌بینی نماییم، بلکه کنش‌های ما محصول چیزی هستند که او آن را «رابطه‌ی گنگ و دو پهلو^۱» یا «رابطه‌ی ناخودآگاه^۲» بین عادت‌واره و میدان می‌نامد. بوردیو این رابطه را با استفاده از معادله‌ی زیر چنین خلاصه می‌کند:

$$[عادت‌واره] \times (سرمایه) + میدان = کنش$$

این رابطه را می‌توان با این عبارات توضیح داد: کنش نتیجه‌ی رابطه‌ی بین تمایلات شخص (عادت‌واره) و جایگاه او در میدان (سرمایه) است به گونه‌ای که امکان بروز آن در شرایطی خاص فراهم می‌گردد ... بدین ترتیب کنش‌ها صرفاً نتیجه‌ی عادت‌واره‌ی فرد نبوده، بلکه نتیجه‌ی رابطه‌ی بین عادت‌واره‌ی شخص با وضعیت فعلی او هستند ... میدان به‌عنوان عرصه‌ای که ما در آن زندگی می‌کنیم، عادت‌واره را می‌سازد، در حالی که هم‌زمان عادت‌واره اساس درک عاملان اجتماعی از زندگی خود و میدان است (Grenfell, 2010: 106-107).

¹ an obscure and double relation

² an unconscious relationship

پس کنش مذهبی از منظر بوردیو حاصل ترکیب سه‌گانه‌ی میدان، سرمایه و عادت‌واره است. هر چند که این سه عامل از منظر بوردیو دارای اهمیت‌اند اما نقش عادت‌واره‌های دینی در میدان دین پررنگ‌تر از سایر عوامل است. از نظر بوردیو عادت‌واره نه فقط ساختاری ساخت‌دهنده است که کردوکارها و درک و تلقی کردوکارها را سازماندهی می‌کند، بلکه ساختاری ساخت‌یافته نیز هست (Bourdieu, 2012: 239). دیلون معتقد است مذهب از نظر بوردیو نظام نمادینی است که هم‌زمان هم ساخت‌یافته و هم ساخت‌دهنده است (Dillon, 2001). بر این اساس می‌توان استنباط نمود که عادت‌واره‌دینی از نظر بوردیو معادل دین قرار می‌گیرد.

عادت‌واره‌ی منش دینی، معرف هر آنچه که از سرمایه‌ی دینی شکل گرفته و ارزش پیروی را دارد. به‌طور کلی، منش بیانگر آن است که افراد در میدان دینی با چه اموری سروکار دارند.

مفهوم میدان قائم به قواعدی است که بر آن حاکمیت دارند و قلمرو آن را تعیین می‌کنند؛ همچنین همه‌ی کنش‌گرانی که در این قلمرو به فعالیت می‌پردازند به تبع باید این قواعد را رعایت نمایند. مکانیسم این تبعیت در جامعه‌پذیری کنش‌گران و درونی‌شدن قواعد در منش‌های آن‌ها نهفته است. از این جهت، همه‌ی کنش‌گرانی که در ذیل یک میدان اجتماعی خاص فعالیت می‌کنند، دست‌کم از نوعی منش مشترک، همانند هویت مشترک اعضاء یک طبقه، برخوردارند (Jamshidiha & Parastesh, 2007).

در میدان دین نیز شاهد حضور نوعی منش دینی مشترک توسط کنش‌گران حاضر در این می‌دانیم. مهم‌ترین دستورالعمل این منش، سوق دادن کنش‌گران به سمت تصاحب سرمایه‌های دینی است. از سویی دیگر، شیوه‌های تملک سرمایه‌ی مذهبی و حجم آن تعیین‌کننده‌ی ذوق و ترجیحات افراد است.

نتیجه‌گیری

سرمایه‌ی دینی یکی از مفاهیم مرکزی جامعه‌شناسی دین بوردیو است که در کنار سه مفهوم میدان، منش و کنش، دستگاه نظری جامعه‌شناسی دین او را رقم می‌زند. از نظر بوردیو: سرمایه‌ی دینی، شکلی از سرمایه‌ی فرهنگی است (Verter, 2003) که با ویژگی‌هایی نظیر: پرهیزگاری و تقوای شخصی (همان) معرفت و فهم صحیح دینی، لیاقت

مذهبی، ترجیحات دینی، استعداد^۱ [قابلیت] معنوی^۲: (همان)، بخشش، کمک داوطلبانه و فداکاری (Bonnewitz, 2012: 101). مباحثات دینی، التقاط دینی، تمایلات مذهبی، تحرک اجتماعی (Verter, 2003). آیین‌های دینی، عضویت در اجتماعات مذهبی، سوگند اخلاقی و تأمین رستگاری، تنویر افکار یا پرهیزگاری نجات بخش (Rahmani Firouzjah & Sohrabi, b, 2016: 131)؛ و مشارکت در فعالیت‌های دینی شناخته می‌شود (Verter, 2003).

این مشارکت مذهبی دینی به‌عنوان تکلیف مقدسی قلمداد شده که قابل فروکاست به رویکرد اقتصادی نیست. (Bonnewitz, 2012: 101). فعالیتی است که هیچگاه به‌عنوان شغل تلقی نمی‌شوند (همان). در این فریضه‌ی مقدس و خدمت الهی، سرمایه‌ی معنوی به‌عنوان نوعی کالای رستگاری^۳ (Matthew and Christopher, 2009) است که در میدان دین مبادله می‌گردد. در این میدان، این کالا توسط متخصصان تولید می‌شود و مردم عادی - به‌عنوان مصرف‌کنندگان صرف - به موقعیت تولیدکنندگان کالا و خدمات دینی و فرهنگی که توسط کشیشان یا پیامبران تولید می‌شود، اعتماد می‌کنند (Rahmani Firouzjah & Sohrabi, b, 2016: 123) و به ارزش‌گذاری آن می‌پردازند (Ibid; 135).

سرمایه‌ی معنوی به‌عنوان کالایی معنوی ایجادکننده‌ی نوعی قدرت دینی است (Ibid; 135). قدرت دینی برابر با ابزار تولید دینی، بازتولید محصولات مربوط به آن و ناشی از داد و ستد بین متخصصان و افراد عادی است (Thomson et al, 2016: 149). سرمایه‌ی دینی بین یک سیستم بسته منتشر می‌شود که تولید، انباشت، معامله، مصرف و شناخت (با کژشناسی) تنها بین یک میدان محدود دین اتفاق می‌افتد ... سرمایه‌ی دینی تحت عنوان یک میانجی روابط اجتماعی، قطعاً ممکن است به‌عنوان یک ابزار خشونت نمادین در جهت مشروعیت تفاوت‌های اجتماعی خدمت کند. اما ارزیابی، توزیع و مصرف کالاهای معنوی به‌طور آگاهانه و مجدداً از طریق تبادل ایده‌ها در بین گروه‌های اجتماعی داد و ستد می‌شود (Rahmani Firouzjah & Sohrabi, a, 2013: 119).

^۱ بوردیو، قابلیت، استعداد، رغبت یا تمایل (*disposition*)، را نوعی توانمندی نهفته و هدایت شده در افراد می‌داند که ماندگارند و پیش‌ران عادت‌واره (منش) به شمار می‌روند. لذا استعداد معنوی، پیش‌ران عادت‌واره معنوی یا دینی خواهد بود.

^۲ spiritual disposition

^۳ good of salvation

بورديو اعتقاد دارد، حقيقت عمل ديني از نظر افراد واجد معنای اقتصادي نيست و نمي توان فعاليت ديني را هم ارز فعاليت اقتصادي در نظر گرفت چون در پس فعاليت هاي ديني، نوعي تقدس وجود دارد. در بنگاه هاي ديني با افراد بر اساس منطق روابط خانوادگي تعامل مي شود يعني آنان را برادر يا خواهر خود مي خوانند.

ظهور ميدان دين، وامدار هيئت هايي است كه كالاهاي رستگاري و دانش مذهبي را عرضه مي كنند. كنش ديني افراد در ميدان دين بر اساس عادت واره ها به منظور كسب حداكثر سرمايه هاي ديني كه در قالب كالاهاي رستگاري نمود مي يابد، رقم مي خورد. اندیشه ها، احساسات و سازگاري افراد با هنجارهاي ديني و مذهبي از طريق عادت واره هاي مذهبي محقق مي گردد. ميدان دين تنها عرصه ي عادت واره هاي مذهبي نيست بلكه ساير عادت واره ها نظير عادت واره هاي اقتصادي و زباني در آن تجلي مي يابند.

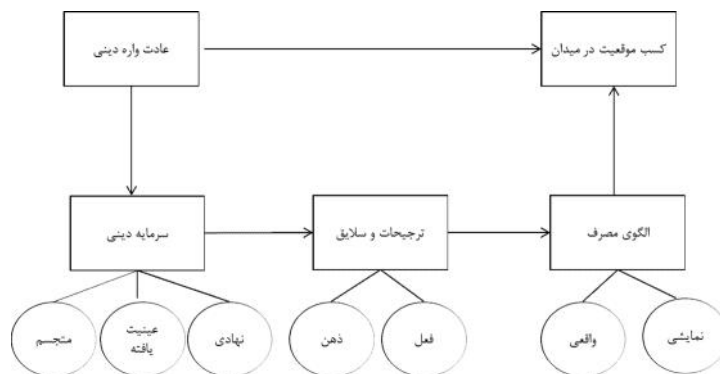
هر گونه تغيير در توزيع سرمايه ي ديني به مثابه ي اصلاح ساختار ميدان دين مي باشد. انحصار كالاهاي رستگاري و دانش مذهبي توسط متخصصان ديني، عامل استقلال نسبي ميدان دين نسبت به ساير ميدان هاست. ميزان اين انحصار هاست كه به پايدگي شدن ميدان دين به دو طبقه ي متخصصان ديني و عوام خواهد انجاميد.

كنش گران (عوام) با عادت واره هاي مذهبي پيشين در ميدان دين بازي مي كنند. از سويي ديگر، ميدان دين، سبب پديد آمدن عادت واره هاي جديد مي گردد. اين عادت واره ها هم متأثر از ميدان اند و هم بر مناسبات ميدان تأثير مي گذارند. بر اساس اين عادت واره هاست كه نزاع براي كسب انواع مختلف سرمايه ي ديني در ميدان رخ مي دهد. ترجيحات و سلايق افراد نيز براي اين ميزان و نوع سرمايه هاي مذهبي مكتسبه است و اين امر سبب تمايز يافتگي آنان مي شود. نهايتاً اين كه كسب موقعيت در ميدان دين وامدار ميزان تصاحب سرمايه ي ديني است (شكل ۱).

كنش گران ديني نسبت به متخصصان دين از دانش ديني كمتر و مالك كالاهاي رستگاري كمتر مي باشند و اين امر سبب انحصاري شدن ميدان دين و باز توليد نوعي خشونت نمادين مي گردد. متخصصان مذهبي اعتقاد دارند كه بيرون از كليسا رستگاري وجود ندارد. نوع ديگر خشونت نمادين، مشروعيت بخشي كليسا به سلسله مراتب اجتماعي (پايدگي) در جامعه است كه از طريق استقرار نوعي نظام بوروکراسي ديني به وجود مي آيد. در بين متخصصان مذهبي نيز شاهد نوعي رقابت براي كسب قدرت ديني وجود دارد. متخصصان مذهبي در هيئت كشي، پيامبر و ساحر ظاهر مي شوند. از يك سو رقابت بين كشي و پيامبر با ساحر وجود دارد زيرا اين دو برخلاف ساحر داراي گفتماني نظام مندند.

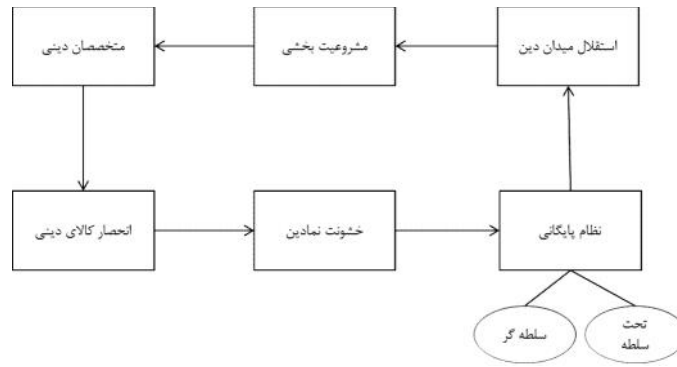
از سویی دیگر بین کشیش و پیامبر نیز رقابت وجود دارد. زیرا کشیش مشروعیت خود را از نظام بوروکراسی دینی اما پیامبر این مشروعیت را از فره‌وری شخصی می‌گیرد. رقابت کشیش، پیامبر و ساحر بر سر انحصار دخل و تصرف مشروع در مایملک قدسی است (شکل ۲). میدان دین نیز مانند میدان هنر، عرصه‌ی تمایز بین کنش‌گران مذهبی است. در این میدان به فراخور میزان تصاحب سرمایه‌ی مذهبی، منزلت افراد در سلسله مراتب مذهبی مشخص می‌شود. در میدان هنر نیز شاهد هنر والا و غیر والا هستیم. سرمایه‌ی دینی به مثابه‌ی سرمایه‌ی نمادین می‌تواند عامل تمیزگذاری بین فرد مقدس و غیر مقدس، متخصص دینی و عامی باشد. رقابت بر سر تصاحب سرمایه‌ی دینی تنها در بین هم‌کیشان نیست بلکه در بین ادیان و مذاهب مختلف برای اثبات حقانیت خویش مورد استفاده قرار می‌گیرد

میدان دین عرصه‌ی منازعه برای تصاحب سرمایه‌ی دینی است. سرمایه‌ی دینی باعث بقای افراد بر کنش‌های دینی و کاهش نقل و انتقالات از دینی به دینی دیگر می‌گردد. سرمایه‌ی دینی نظیر سایر سرمایه‌ها قابل تبدیل به سرمایه‌ای دیگر مثلاً سرمایه‌ی اقتصادی باشد.



شکل ۱: مناسبات عوام در میدان دین

Fig. 1: Relations of the Masses in the Field of Religion



شکل ۲: مناسبات متخصصان دینی در میدان دین

Fig. 2: Relations of Religious Specialists in the Religious Field

References:

Ahmadi, Y. (2009). "The Status of Religion and Attitude to the Future of Religion Among Generations; Case Study of Sanandaj City", *Journal of Social cultural knowledge*, 1, 17-44. (Persian).

Barker, M. (2008). "The role of religious capital in relating religion and economic development", Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/235346894Sociology of Education](https://www.researchgate.net/publication/235346894Sociology_of_Education).

Bashir, H. (2008). *Interaction between religion and communication*, Tehran: Institute for Cultural and Social Studies. (Persian).

Bonnewitz, P. (2012). "Premieres Lecons sar la sociologie de Pierre Bourdieu, (J. Jahangiri & H. Pour Safiri, Trans.), Tehran: Agah. (Persian).

Boudon, R. (2006). *Dictionnaire critique de La soaologie*, (A. Nick Gohar. Trans.), Tehran: Farhang_e Moaser. (Persian).

Bourdieu, P. & Claude Passeron, J. (1990). "Reproduction in Education Society and Culture" Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Sexual_capital#cite_note-1.

Bourdieu, P. (1985). *The Forms of Capital*, *Handbook of Theory of Research for the Albaugh, R. (2010). Analyzing the "Religious Capital" Approach to Religious Participation*. Retrieved from http://nazarene.org/files/docs/albaugh_ryan_paper.pdf.

Bourdieu, P. (1991a). "Genesis and structure of the religious field", *Comparative SocialResearch*, vol 13, 1-44.

Bourdieu, P. (1991b). *Language and symbolic power*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Bourdieu, P. (2011). "Raisons Pratiques: sar la theorie de Laction (M. Mardiha, Trans.), Tehran: Naghsh Negar. (Persian).

Bourdieu, P. (2012). *Distinction: Asocial Critique of the judgement of taste*, (H. chvoshian. Trans.), Tehran: Sales. (Persian).

Calhoun, C. Gerteis, J. Moody, J. Pfaff, S. & Virk, Indermohan. (Ed.). (2007). *Contemporary Sociological Theory* (2nd ed.). Blackwell Publishing.

Caputo, R. K. (2009). "Religious Capital and Intergenerational Transmission of Volunteering as Correlates of Civic Engagement", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 38(6). pp: 983-1002.

Champagne, P. (2014). Pierre Bourdieu, (N. Moaid Hekmat, Trans.), Tehran: Institute for Humanities and Cultural Studies. (Persian).

Chauvire, C., Fontaine, O. (2006). *Le Vocabulaire de Bourdieu*, (M. Kotobi, Trans), Tehran: Ney. (Persian).

Cleman, C., Aldriege, A. (2011). *Religion Before and Now*, (M Gholipour, M. Abrahimi, Trans.), Tehran: Iran Azad. (Persian).

Crossly, N., Roberts, J.M. (2015). *After Habermas: New Perspectives on The Public Sphere*, (Moghadas. M. Trans.), Tehran: Allameh. (Persian).

Dianteill, E. (2003). "Pierre Bourdieu and the Sociology of Religion: A Central and Peripheral", *Source: Theory and Society*, Vol. 32, No. 5/6, pp. 529-549.

Dillon, M. (2001). Pierre Bourdieu, Religion, and Cultural Production, *Cultural Studies*. 1, 411; 429-411.

Dillon. M. (2003). *Handbook of the Sociology of Religion*. Cambridge University Press.

Ezati, M., Nasir Khani, P., Hossaini, M. (2016). "The effect of religious capital on borrowing behavior", *Journal of Islamic Financial Research*, 6, 1 (11). 5-32. (Persian).

Fakouhi, N. (2011). *History of Anthropology Thought and Theories*, Tehran: Ney. (Persian).

Finke, R. (2003). *Spiritual Capital: Definitions, Applications, and New Frontiers*. Non-Published Paper. University Park, PA: The Pennsylvania State University.

Grenfell, M. (2010). "Pierre Bourdieu: Key Concepts" (Labibi. M.M. Trans), Tehran: Afkar. (Persian).

Grusendorf, S. (2016). "Bourdieu's Field, Capital, and Habitus in Religion". *Journal for the Sociological Integration of Religion and Society* Volume 6, No. 1. Spring. pp. 1-13.

Habib Pour Getabi, K., Babai Hemati, Z. (2014). "The Relationship between Religion and theatrical Consumption of Women in Tehran, Case Study of Area 5", *Journal of the Social*

and Cultural Council of Women and Family, 17, 65, 37-68. (Persian).

Iannaccone, L. R., & Klick, J. (2003). "Spiritual Capital: An Introduction and Literature Review, Preliminary draft", prepared for the Spiritual Capital Planning Meeting, October 9-10.

Jamshidiha, G., Parastesh, Sh. (2007). "The dialectic of habitus and field in Pierre Bourdieu's theory of action", Journal of Social Science Letter, 30, 1-32. (Persian).

Jenkins, R. (2006). Pierre Bourdieu, (L. Jowafshni & H. Chavoshian. Trans.), Tehran: Ney. (Persian).

Kazem Aboudoh, Kh. (2014). "The concept of religious capital; a theoretical approach" National Social Journal, 51, 3. 139-145. (Persian).

Lechte, J. (2013). Fifty key Contemporary Thinkers from Structuralism to Postmodernity, (Hakimi. M. Trans), Tehran: Khojasteh. (Persian).

Mahdavi Kani, M. S. (2008). Religion and lifestyle, Tehran: Imam Sadegh University. (Persian).

Matthew, W., & Christopher, B. (2009). "Strategy in Religious Network", Sociology, volume 1, Number 43.

McBride, M. (2015). "Why Churches Need Free-riders: Religious Capital Formation and Religious Group Survival", Journal of Behavioral and Experimental Economics, Volume 58, October, pp. 77-87.

McKinnon, A., Trzebiatowska, M & Craig Brittan, C. (2011). "Bourdieu, Capital, and Conflict in a Religious Field: The Case of the 'Homosexuality' Conflict in the Anglican Communion", Journal of Contemporary Religion, Volume 26, Issue 3, pp. 335-370.

Mohadesi, H. (2002). Religion and social life, Tehran: Kavir. (Persian).

Mohadesi, H. (2002). Sociology of Religion, Iranian Narrative, Tehran: Yadawaran. (Persian).

Mosavi Faraz, S. M. (2016). "Classify and review definitions of religion", Journal of Knowledge. 25, 225. 13-30. (Persian).

Nosrati, Sh., Zolfaghari, Abolfazl. (2012). "The Effect of Religiousness on Tehrani Youth Lifestyle", *Journal Social Research Quarterl.* 4, 14. 101-117. (Persian).

O'Sullivan, M., and Bernadette. F. (2012). *Spiritual Capital Spirituality in Practice in Christian Perspective*. Farnham: Ashgate.

Palmer, D.A., & Wong, M. (2013). "Clarifying the Concept of Spiritual Capital. Prepared for the Conference on the Social Scientific Study of Religion", the Chinese University of Hong Kong, 10-13 July.

Panahi, M., Omid, M. (2012). "The Relationship between Socio-economic Status and Cultural Capital, Case Study of Tehran", *Journal of Social Sciences, Islamic Azad University, Shoushtar Branch*, 6, 16, 33-66. (Persian).

Rahmani Firouzjah, A., Sohrabi, S. A. (2013). "The Sociology of Religion, with Bourdieu against Bourdieu", Tehran: Publishing Iran, (Persian).

Rahmani Firouzjah, A., Sohrabi, S. B. (2013). *Lifestyle and Religiosity*, Tehran: Negah_e Bayene. (Persian).

Rey, T. (2004). "Marketing the goods of salvation: Bourdieu on religion", *Religion* 34, pp. 331-343.

Ritzer, G. (1995). *Contemporary Sociological Theory*, Tehran: Elmi. (Persian).

Ritzer, G. (2005). "Encyclopedia of Social Theory", Publications, Vol. 1, Sage -2, London.

Salehi Amiri, S. R. (2013). "Cultural concepts and theories" Tehran: Ghoghnos. (Persian).

Shateri, R. (2013). *The Ethical Responsibility of Religious Governance*, Tehran: Institute for Islamic Culture and Thought. (Persian).

Stones, R. (2013). *Key Sociological Thinkers*, (M. Mir Damadi, Trans.), Tehran: Markaz. (Persian).

Thompson, K & et al. (2016). *Religion and social structure*, (A. Bahram Pour & H. Mohadesi. Trans.), Tehran: Kavir. (Persian).

Verter, B. (2003). "Spiritual Capital: Theorizing Religion with Bourdieu against Bourdieu", *Sociological theory*, Vol. 21, No, 2, pp. 150-164.

Zohar, D. (2010). "Exploring Spiritual Capital: An Interview with Danah Zohar", *Spirituality in Higher Education* 5, no. 5, August.

A Bourdieuan Reading of Sociology of Religion with Emphasis on Triple Concepts: Religious Field, Capital and Habitus

Behrooz Sepidnameh (Ph.D)¹, Maghsoud Farasatkah (Ph.D)²
Jabbar Rahmani (Ph.D)³

DOI: 10.22055/qjst.2019.15271

Abstract:

Religion is one of the oldest institutions of human beings that have the subject of study by various thinkers. The indeterminate nature of this concept (religion) has led to the plurality of its definitions and conceptualizations. The social aspect of the institution of religion has brought it the fore of sociologists' attention and Bourdieu is one of the sociologists who examined the evolution and development of religion through invention of concepts such as field, habitus, and capital. Bourdieu scatteredly has spoken about the sociology of religion in his articles and books. Accordingly, in this paper, it is attempted to present his ideas and notions on the sociological analysis of religion in a coherent and categorized way via documentary method. According to Bourdieu, market relations and rules dominate the field of religion. In this field, we see the roles of producer, supplier, consumer and salvation good. The actors in the field of religion struggle over obtaining religious capital and promote their status in the field of religion based on the amount of capital earned. The monopoly over the goods of salvation leads to the formation of a hierarchy system in the field of religion.

Key Concepts: Field of Religion, Religious Habitus, Religious Capital, Bourdieu, Symbolic Violence

¹ Assistant Professor of Department of Social Sciences of Ilam University, Ilam, Iran (Corresponding Author), bsepidnameh@ilam.ac.ir

² Associate Professor of Institute for Research and Planning in Higher Education, Tehran, Iran, m_farasatkah@yahoo.com

³ Assistant Professor of Cultural Anthropology, Institute for Social and Cultural Studies, Ministry of Science, Research and Technology, Tehran, Iran, j_rahmani59@yahoo.com



© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).