



سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران (مورد مطالعه: دوره اصلاحات و اصول‌گرایی)

علی‌جان مرادی‌جوا^۱

چکیده

هدف اصلی مقاله حاضر بررسی نقش سرمایه‌های تأثیرگذار طبقه متوسط جدید در رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران است؛ در این راستا نویسنده ضمن بررسی نظریه پراتیک بورديو، تبیین انواع سرمایه و سازگاری این نظریه با فضای سیاسی ایران، به نقش سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در رقابت‌های سیاسی دوره موسوم به اصلاح‌طلبی و اصول‌گرایی پرداخته است. به لحاظ روش‌شناسی از نوع مطالعه توصیفی-تحلیلی می‌باشد که برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و اسنادی استفاده شده است. طبقه متوسط جدید از چه سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و نمادینی در رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران استفاده می‌کردند و چگونه از این سرمایه‌ها بهره‌برداری می‌نمودند؟ مهم‌ترین پرسش تحقیق حاضر را تشکیل می‌دهد. در مجموع نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مهم‌ترین سرمایه‌های تأثیرگذار طبقه متوسط جدید عبارت‌اند از روشنفکران، دانشجویان، نهادهای مدنی و مردم‌نهاد، سلب‌ریتی‌ها، بورژوازی ملی، عاملیت‌های استراتژیک، گروه‌های منزلتی، مطبوعات و احزاب و تشکل‌های سیاسی هستند که موقع رقابت با طبقه متوسط سنتی در ایام انتخابات سراسری از آن‌ها استفاده می‌کردند.

کلمات کلیدی

طبقه متوسط جدید، میدان رقابت سیاسی، دوره اصلاحات و اصول‌گرایی، جمهوری اسلامی ایران.

۱- استادیار علوم سیاسی دانشگاه امام حسین(ع)، تهران، ایران. moradialijan@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

امروزه برای مطالعه تحولات سیاسی و اجتماعی در کشورها و مناطق مختلف، توجه به طبقه متوسط جدید و تحقیق در مورد چگونگی شکل‌گیری، رشد و نیز عملکرد آن، رویه‌ای عمومی شده است؛ زیرا تجربه نشان می‌دهد که پیدایش و رشد این طبقه به‌طور طبیعی به تحولات سیاسی - اجتماعی منجر می‌شود. البته در تعریف امروزی از طبقه متوسط جدید، صرفاً میزان درآمد و نقش و جایگاه اقتصادی آن مورد نظر نیست، بلکه آن‌چنان‌که مورد نظر جامعه‌شناسان نیز بوده، کارآمدی، عقل‌گرایی و تحصیل‌گرایی، نوگرایی، دموکراسی‌خواهی و عدم تعلق نسبی به سطوح و طبقات عالی و دانی جامعه از خصوصیت بارز این طبقه به شمار می‌آید.

در دهه‌های اخیر جامعه‌شناسان سعی کرده‌اند که در سنجش و تعریف مفهوم طبقه اجتماعی از رویکرد تک‌بعدی فاصله گرفته و علاوه بر شاخص سرمایه اقتصادی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین عنصر و مؤلفه اصلی سنجش طبقه اجتماعی، بر مؤلفه‌های دیگر ساختار نظام طبقاتی همچون سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و نمادین و سرمایه سیاسی نیز تأکید کنند. بر این اساس، مفهوم سرمایه اجتماعی، سرمایه سیاسی و سرمایه فرهنگی به‌عنوان نمودهای اساسی اجتماع، سیاست و فرهنگ باید در کنار سرمایه اقتصادی مورد تأکید قرار گیرند. طبقه اجتماعی یا در اصطلاح مفهوم پایگاه اقتصادی اجتماعی مرسوم، در بیشتر پژوهش‌های داخلی به شکل سنتی آن؛ یعنی با استفاده از سه مؤلفه اصلی شغل، تحصیلات و درآمد سنجیده شده است. در میان مؤلفه‌های سازنده طبقه اجتماعی، عنصر سرمایه فرهنگی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های برجسته در موقعیت متمایزی قرار دارد. بر این اساس، سرمایه فرهنگی به‌عنوان یکی از متغیرهای تعیین‌کننده طبقه اجتماعی که توسط پیر بوردیو^۱ وارد این حوزه شده، نقش تعیین‌کننده‌ای در پیوند با مباحثی مانند هویت‌های اجتماعی، تشکل‌های اجتماعی، مصرف، ذائقه و طبقه به‌عنوان یک تشکل هویتی سیال و نه ثابت دارد.

پرداختن به مسئله طبقه متوسط جدید، به‌منزله یکی از گروه‌های اصلی تأثیرگذار در دوره جمهوری اسلامی ایران، از ابعاد گوناگونی اهمیت دارد. نکته قابل‌ذکر درباره تحولات جوامع در دوران معاصر از منظر جامعه‌شناسی این است که موتور محرک توسعه هر جامعه‌ای شکل‌گیری و تقویت طبقه متوسط آن است. با این حال، هر جامعه‌ای بر اساس ویژگی‌های درونی خود، ماهیت و حوزه نقش‌آفرینی طبقه متوسط را می‌سازد و حوزه عملکرد آن را دچار قبض و بسط می‌کند. در واقع طبقات به‌عنوان اصلی‌ترین بخش از نیروهای اجتماعی، نقش تعیین‌کننده‌ای در رقابت‌های سیاسی جوامع ایفا می‌کنند. مطالعه طبقه متوسط جدید و سرمایه‌های تأثیرگذار آن در رقابت با دیگر طبقات اجتماعی همچون طبقه متوسط سنتی

سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران/ مرادی‌جو

از موضوع‌های مهم و اساسی در جامعه‌شناسی سیاسی ایران است. در این میان و در روابط سیاسی- اجتماعی، طبقه متوسط جدید در مشارکت و رقابت‌های سیاسی جامعه نقش بارزی دارد. این طبقه که تحت تأثیر بسیاری از تحولات حاکم در دنیای مدرن قرار دارد، کانون فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی آن در درون جامعه شهری دیده می‌شود.

در این پژوهش، نقش سرمایه‌های طبقه متوسط جدید به‌عنوان یکی از نیروهای اجتماعی بر رقابت‌های سیاسی در جمهوری اسلامی ایران بررسی می‌شود؛ چون در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی و به‌ویژه در دهه ۱۳۷۰ شاهد رشد کمی و کیفی لایه‌های گوناگون در طبقه متوسط به‌ویژه طبقه متوسط جدید بوده‌ایم و روزبه‌روز بر شمار اعضای این طبقه افزوده شد. گسترش اقشار طبقه متوسط جدید در جامعه زمینه‌ساز تحولات بسیاری می‌شود که مهم‌ترین آن رشد دموکراسی‌خواهی و بسترسازی برای رقابت سیاسی است.

بر این اساس مطالعه حاضر می‌کوشد به این پرسش پاسخ دهد که طبقه متوسط جدید از چه سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و نمادین در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران به‌ویژه در سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۲ استفاده می‌کردند و چگونه از این سرمایه‌ها بهره‌برداری می‌نمودند؟

پیشینه پژوهش

در ارتباط با بحث طبقه متوسط جدید و نقش آن‌ها در تحولات و رقابت‌های سیاسی در ایران، معمولاً با بررسی آثار موجود در این زمینه شاهد چند نوع کار در این ارتباط هستیم. یرواند آبراهامیان (۱۳۸۴) در پژوهشی با عنوان «ایران بین دو انقلاب: درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران معاصر»، شکل‌گیری انقلاب اسلامی را با نقش طبقه متوسط اعم از سنتی و جدید در ارتباط می‌داند. اطلاعاتی که او درباره طبقه متوسط جدید و نیز از روشنفکران دارای خاستگاه شهری ارائه می‌کند بسیار حائز اهمیت است.

علیرضا ازغندی (۱۳۸۵) در فصل سوم کتاب «درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران» پس از بررسی آراء عمده در زمینه طبقات و قشربندی اجتماعی، با اشاره به گذار ایران از یک وضعیت ملوک‌الطوایفی- کشاورزی به جامعه‌ای شبه سرمایه‌داری- شهری، به بررسی تحولات طبقه متوسط جدید از مشروطه تا دولت خاتمی در جمهوری اسلامی ایران می‌پردازد و به نقش و اهمیت روزافزون این طبقه در تحولات سیاسی توجه ویژه دارد.

کتاب «طبقه متوسط و تحولات سیاسی در ایران معاصر (۱۳۸۰-۱۳۲۰)» پژوهش دیگری است که توسط محمدحسین بحرانی (۱۳۹۵) نوشته شده است. این کتاب سعی در بررسی این پرسش‌ها دارد که قشرهای میانی جامعه ایران، اعم از سنتی و جدید، در سال‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۸۰ چه تغییراتی یافته‌اند؟ چه ارتباطی میان تغییرات و تحولات درونی «طبقه متوسط» و تحولات گفتمان‌های سیاسی ایران معاصر وجود داشته و نقش این «طبقه» در آن تحولات چه بوده است؟ تمرکز اساسی اثر فوق بر طبقه متوسط جدید و دلایل پیدایش، ظهور و افول گفتمان‌های مسلط بر افکار میانی جامعه است و از ویژگی‌های اثر فوق شناسایی، دسته‌بندی و ترسیم روند رشد افکار مختلف طبقه متوسط جدید و گفتمان‌های مسلط بر آن در مقاطع مختلف تاریخ ایران تا سال ۱۳۸۰ است.

کتاب دیگر «رقابت و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران»، نوشته غلامرضا خواجه‌سروی (۱۳۸۲) است. این کتاب با رویکرد جامعه‌شناختی به پدیده رقابت و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران می‌پردازد. در این کتاب تلاش شده تا با اشاره به تحولات سیاسی معاصر ایران، خصوصاً در دوره جمهوری اسلامی ایران، به این سؤال پاسخ داده شود که چه زمانی در جمهوری اسلامی ایران رقابت سیاسی به ثبات سیاسی منجر می‌گردد. از این‌روی فرضیه اصلی این‌چنین بیان می‌شود که زمانی در ایران رقابت سیاسی به ثبات سیاسی منجر می‌شود که اجماع‌نخبگان بر اصول موضوعه حاصل شود و سازوکار اجرایی مناسب رقابت سیاسی طراحی گردد.

مقاله «سیاست اجتماعی و تغییرات اجتماعی در ایران (نقش و جایگاه طبقه متوسط در فرایند توسعه سیاسی - اقتصادی ایران)» به قلم حسینعلی نوذری (۱۳۸۲) پس از پرداختن به روند رشد و توسعه طبقه متوسط جدید در سپهر نظریات و بررسی نظری مفاهیمی چون ایدئولوژی، سیاست، انقلاب و اقتصاد بر آن است تا چگونگی پیدایش انقلاب اسلامی و نقش طبقه متوسط و همچنین سرانجام انقلاب را مورد تحلیل و واکاوی قرار دهد.

یحیی فوزی و ملیحه رضانی (۱۳۸۸) در مقاله‌ای به نام «طبقه متوسط جدید و تأثیرات آن در تحولات سیاسی بعد از انقلاب اسلامی در ایران» این سؤال را مطرح می‌کنند که «طبقه متوسط جدید بعد از انقلاب اسلامی دچار چه تحولی شده و این تحولات چه مقدار بر تحولات در عرصه سیاسی مؤثر بوده است؟». نویسندگان برای پاسخ به این پرسش پس از بیان مفهوم طبقه، طبقه متوسط جدید و ویژگی‌های آن به بررسی تحول طبقه متوسط جدید در ایران بعد از انقلاب و خرده‌گفتمان‌های داخلی آن پرداخته‌اند و در نهایت تأثیر این طبقه را بر تحولات سیاسی ایران بررسی کردند. نویسندگان با تجزیه و تحلیل داده‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که در مجموع روند تحولات بعد از انقلاب نشان می‌دهد طبقه

سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران/ مرادی جو

متوسط جدید که نقش مهمی در ائتلاف با طبقه متوسط سنتی در پیروزی انقلاب اسلامی ایران ایفا کرد، در حال گسترش است و تلاش می‌کند جایگاه خود را در عرصه‌های مختلف سیاسی تعمیق بخشد.

اثر دیگر رساله دکترای حیدر شهریاری (۱۳۹۴) با نام «تحول طبقه متوسط جدید و روند توسعه مردم‌سالاری در ایران بعد از انقلاب اسلامی» است. سؤال اصلی این پژوهش چنین است: «در ایران بعد از انقلاب اسلامی چه متغیرهایی در اثرگذاری طبقه متوسط جدید بر فرآیند توسعه مردم‌سالاری دخیل بوده‌اند؟». بررسی‌های صورت گرفته توسط نویسنده در این پژوهش با روش تحلیل ساختاری نشان می‌دهد که عوامل مختلفی همچون وابستگی و تفاوت‌های اقتصادی طبقه متوسط جدید، تعارضات ایدئولوژیک این طبقه، ویژگی‌های ساختاری دولت و محیط بین‌المللی بر رابطه عدم تناظر دو مقوله رشد طبقه متوسط جدید و توسعه مردم‌سالاری تأثیرگذارند.

خلاصه کلام آنکه مسئله مورد پژوهش ما اگرچه در برخی از مباحث و نوشته‌های موجود به شکل‌های مختلفی و تحت عناوین گوناگون مورد توجه و بررسی قرار گرفته است، اما مباحث موجود برای توضیح و تبیین کلیت این مسئله، آن‌هم مشخصاً در دوره جمهوری اسلامی ایران کافی نیستند. در مجموع باید گفت که آثار بررسی شده پاسخ روشنی به پرسش مطروحه در این مقاله ندادند؛ چون این پژوهش به صورت خاص به نقش‌آفرینی انواع سرمایه طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران در سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۲ پرداخته است.

تعریف مفاهیم پژوهش

۱- طبقه متوسط جدید: واژه طبقه متوسط^۲ را نخستین بار شخصی به نام توماس گیسبورن^۳ از سال ۱۷۸۵ به کار برد. گیسبورن طبقه متوسط را در میانه زمین‌داران و اشراف از یکسو و کشاورزان و کارگران از سوی دیگر تعریف کرد که شامل مالکان و کارآفرینان نیز می‌شد (عیوضی، ۱۳۸۰: ۱۸). طبقه متوسط صرفاً از افراد یا گروه‌هایی که دارای موقعیت مشترک در نظام اقتصادی یا سیاسی هستند، تشکیل نشده است، بلکه عوامل ذهنی و خودآگاهی طبقاتی، به‌عنوان پیش‌شرط تشکیل طبقه و پیدایش طبقه برای خود نیز باید وجود داشته باشد. طبقه متوسط در ایران به دو گروه سنتی و جدید تقسیم می‌شود. طبقه متوسط سنتی شامل بازار و روحانیت و طبقه متوسط جدید شامل روشنفکران و تحصیل‌کردگان دانشگاهی می‌شود.

اصطلاح طبقه متوسط جدید^۴، نخستین بار توسط «امیل لدرر»^۵ جامعه‌شناس آلمانی به کار رفت. وی ویژگی این طبقه را در شیوه زندگی و حقوق اعضای این طبقه می‌دید که وجه تمایز آن‌ها دریافت حقوق است. سی‌رایت میلز^۶ در اثر خود به نام «بچه سپیدان» طبقه متوسط جدید را کارکنان اداری و

فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۹، شماره ۶۳، تابستان ۱۴۰۲

دفتری می‌داند. وی معتقد است این طبقه، یا حامی طبقه حاکم می‌شود یا به یاری توده مردم برمی‌خیزد (بشیریه، ۱۳۷۴: ۴۲). جیمز آلن بیل^۷ طبقه متوسط جدید را متشکل از افرادی می‌داند که موقعیت قدرتی آن‌ها متکی بر استخدام حاصل از مهارت و استعدادی است که به مدد آموزش مدرن به دست آورده‌اند. وی اعضای تحصیل کرده و مؤسس دانشگاه تهران را مرکز ثقل طبقه متوسط جدید در ایران به حساب می‌آورد (آلن بیل، ۱۳۸۷: ۱۰۵-۱۰۰).

از نظر نویسنده، طبقه متوسط جدید در ایران به مجموعه‌ای از افراد، گروه‌ها و اقشاری اطلاق می‌شود که دارای مشخصاتی از قبیل موارد زیر باشند: نیروهای تحصیل کرده، دارای مهارت و استعداد، حامل اندیشه‌های نو، سبک زندگی جدید، دنبال تغییرات اجتماعی و سیاسی مطابق با ساختارهای نظام جهانی و به‌ویژه اینکه به‌صورت فکری در تلاش برای تأمین معاش هستند.

۲- رقابت سیاسی: در لغت‌نامه دهخدا دو کلمه رقابت و رقیب نزدیک به هم به کاررفته است. برای واژه رقابت معانی نگهبانی کردن، انتظار کشیدن، نگهبانی، انتظار، چشم داشتن و هم‌چشمی ذکر شده است (دهخدا، ۱۳۷۷، ج ۸: ۱۲۱۸۹). وقتی صفت سیاسی به رقابت اضافه می‌شود، معنای اصطلاح مزبور کامل‌تر می‌شود. گرچه در متون قدیمی سیاست به معنای «پاس داشتن ملک، نگاه‌داشتن، حفاظت، حراست، حکم راندن بر رعیت، رعیت‌داری کردن، مجازات کردن، حکومت، ریاست و داوری» آمده (دهخدا، ۱۳۷۷، ج ۹: ۱۳۸۶۶)، امروزه از آن «فرآیند مداوم مذاکره‌ای» استنباط می‌شود «که حل مصالحه آمیز منازعات را تضمین می‌نماید» (مارش و استوکر، ۱۳۷۸: ۳۳۵).

کی. یونگ. آن^۸ در تعریف رقابت سیاسی^۹ می‌گوید: «رقابت سیاسی صورتی از تقابل است که در آن دو یا چند نفر یا چند گروه جهت دستیابی به خواسته‌هایی چند با یکدیگر با خشونت کمتر مبارزه می‌کنند، اما در جریان آن توجه بیش از همه معطوف به دستیابی به هدف است تا شکست رقبا» (به نقل از گودرزی، ۱۳۸۵: ۲). به این ترتیب «رقابت سیاسی» محصول روش‌های مسالمت‌آمیز و غیر خشونت‌آمیز بر سر تخصیص ارزش‌های سیاسی است. همچنان که دوروزه^{۱۰} در خصوص سیاست می‌گوید: «سیاست ژانوسی است که یک روی آن منازعه، رقابت، ستیز، کشمکش و تضاد و روی دیگر آن مصالحه، همکاری، وفاق، ثبات و همگرایی است» (دوروزه، ۱۳۶۹: ۲۸).

در این پژوهش منظور از رقابت سیاسی بیشتر در سطح نهادی است تا فردی؛ چون نقش طبقه متوسط جدید در رقابت‌های سیاسی با دیگر طبقات یعنی ایجاد یا عدم ایجاد فرصت برابر بر سر کنترل نهادهای قانونی و حضور اقشار و گروه‌های هر طبقه در عرصه قدرت سیاسی است.

چارچوب نظری پژوهش

با توجه به موضوع و سؤال اصلی، پشتوانه اصلی نظری پژوهش حاضر، نظریه پراتیک^{۱۱} و انواع سرمایه «پیر بوردیو»^{۱۲} است. توجه به انواع سرمایه به‌ویژه سرمایه فرهنگی و نمادین و در بعضی کشورهای دارای منابع زیرزمینی همچون نفت به سرمایه سیاسی، همسویی با واقعیت‌های ساختار سیاسی و اقتصادی ایران و بحث میدان که از دیدگاه این پژوهش به‌عنوان میدان رقابت سیاسی مستفاد می‌شود، از ویژگی‌های اصلی این نظریه است.

بوردیو از جمله نظریه‌پردازانی است که در رابطه با طبقه و قشر بندی اجتماعی تحلیل‌هایی جدید و درخور توجه ارائه داده است. او طبقه اجتماعی را در رابطه با میزان برخورداری افراد از انواع سرمایه مورد بررسی قرار داده و به‌نوعی، نظریه وی در این زمینه تکمیل‌کننده نظریات پیشین است. وی در ارائه مفهوم سرمایه، ضمن تأیید نظر «کارل مارکس»^{۱۳}، در جهت ادغام نظریه وی با «ماکس وبر»^{۱۴} تلاش می‌نماید. بوردیو چهار نوع سرمایه را در ابعاد عینی (سرمایه اقتصادی) و ذهنی (سرمایه‌های فرهنگی- نمادین، اجتماعی و در بعضی کشورها سرمایه سیاسی) معرفی می‌کند که در یک فضای چهار بُعدی به نام فضای اجتماعی با ایجاد نظام نابرابری، تبلور می‌یابند.

۱- نظریه پراتیک بوردیو و تبیین مفاهیم اساسی آن: نظریه پراتیک بوردیو را می‌توان به ساده‌ترین شکل در چند مفهوم اساسی خلاصه کرد که در اینجا به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود.

الف) خصلت: خصلت، منش یا عادت‌واره (هابیتوس)^{۱۵} «مجموعه‌ای از قابلیت‌ها که فرد در طول زندگی خود، آن‌ها را درونی کرده و در حقیقت، به طبیعتی ثانویه برای خویش تبدیل می‌کند؛ به گونه‌ای که فرد بدون آنکه لزوماً آگاه باشد، بر اساس آن‌ها عمل می‌کند» (دورتیه، ۱۳۸۱: ۲۲۹). بوردیو می‌گوید که نقطه آغازین تفکر من این است که ما چگونه می‌توانیم رفتار را تنظیم کنیم بی‌آنکه فرد احساس کند که تابع قواعدی آشکار است (Swartz, 1997: 95). از این رو او از مفهوم خصلت در معنای خاص خود بهره می‌برد. بوردیو خصلت را نظامی از «خلق و خواهی پایا، قابل جابجا شدن» تعریف می‌کند (Bidet, 1979: 203). به نظر می‌رسد مفهوم خصلت یا عادت‌واره کاملاً سیاسی است؛ در واقع روابط قدرت میان افراد و گروه‌ها باعث می‌شود تا هر کدام تلاش کنند علائق خود را به شکل عادت‌واره گسترش دهند.

ب) تمایز: مفهوم تمایز (تشخیص)^{۱۶} به معنای مجموعه تفاوت‌هایی است که رفتارها و سبک‌های زندگی افراد جامعه به دلیل موقعیت‌های متفاوتشان از لحاظ سرمایه و قرار گرفتنشان در میدان‌های اجتماعی گوناگون میان آن‌ها ظاهر می‌شود. از نظر بوردیو «افراد بر اساس موقعیت اجتماعی‌شان، اعمال سلیقه می‌کنند و هر طبقه سعی می‌کند با شکل دادن به سلیقه‌اش، خود را از سایر طبقات متمایز کند.

فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۹، شماره ۶۳، تابستان ۱۴۰۲

وی این موضوع را در کتاب معروف خود به نام «تمایز» (۱۹۷۹)، نشان می‌دهد و ثابت می‌کند که چگونه می‌توان میان حوزه‌هایی، چون ورزش، غذا، لباس، سلاقی هنری، موسیقی، عکاسی و ادبیات، از یک سوء وضعیت اجتماعی افراد، از سوی دیگر، رابطه منطقی برقرار کرد» (فکوهی، ۱۳۸۴: ۱۴۶).

ج) میدان: یکی دیگر از مهم‌ترین مفاهیم در نظریه پراتیک بوردیو، مفهوم میدان^{۱۷} یا عرصه است. منظور وی از میدان ساختار محیط اجتماعی است که خصلت یا منش در آن عمل می‌کند. بوردیو میدان را این‌گونه تعریف می‌کند: «من میدان را شبکه یا منظومه روابط عینی میان موقعیت‌هایی تعریف می‌کنم که به خاطر وجودشان و تعیین‌هایی که از طریق وضعیت کنونی و بالقوه خود به عاملان، نهادها و دارندگان خویش تحمیل می‌کنند، به صورت عینی قابل تعریف هستند. به خاطر ساختار توزیع قدرت یا سرمایه که تصاحب آن موجب دسترسی به منافع خاص می‌شود که در این میدان محل رقابت هستند و همچنین از طریق رابطه عینی‌شان با سایر موقعیت‌ها...» (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۳۶).

بوردیو در کتاب «زبان و قدرت نمادین» در خصوص ویژگی‌های میدان می‌گوید؛ میدان نظام ساخت یافته موقعیت‌هایی است که به وسیله افراد یا نهادها اشغال می‌شود. یک میدان از درون خود بر اساس روابط قدرت ساخت می‌یابد. دست‌یابی به کالاها یا سرمایه‌ها در این میدان‌ها محل نزاع عاملان است (Bourdieu, 1991: 230). میدان‌ها به معنای حوزه‌های تولید، گردش و تخصیص کالاها، خدمات، دانش یا منزلت و موقعیت‌های رقابتی هستند. کنشگران در رقابت و منازعه خود برای انباشت و به انحصار درآوردن انواع گوناگون سرمایه درگیر می‌شوند (Bourdieu, 1984: 49). بوردیو حوزه سیاسی را میدانی برای رقابت میان کنشگران حرفه‌ای (سیاست‌مداران) می‌داند که در آن هر کس با سرمایه کل خود وارد شده و به مبادله می‌پردازد (ممتاز، تابستان ۱۳۸۳: ۱۵۱). در واقع میدان محل مبارزه بین افراد و گروه‌هایی است که هر کدام سعی دارند به میزان دستیابی به انواع سرمایه، برای به کرسی نشاندن موقعیت خود و بیرون راندن رقیب تلاش کنند.

د) سرمایه: یکی دیگر از مهم‌ترین مفاهیم در نظریه بوردیو، مفهوم سرمایه^{۱۸} است. به نظر وی «هدف علوم انسانی بین‌رشته‌ای باید توجه ویژه به همه اشکال سرمایه باشد و نباید فقط یک نوع سرمایه را مورد توجه قرار دهد. عمل جهان اجتماعی نه فقط معطوف به کسب سرمایه اقتصادی بلکه معطوف به همه اشکال سرمایه است. این اشکال متنوع سرمایه مادی و غیرمادی را باید به عنوان منابع درون جامعه دانست. کسب این منابع موجب دسترسی به قدرت و نهایتاً ثروت مادی می‌شود» (Bourdieu, 1998).

سرمایه در نظر بوردیو به هر نوع قابلیت، مهارت و توانایی اطلاق می‌شود که فرد می‌تواند در جامعه به صورت انتسابی یا اکتسابی به آن دست یابد و از آن در روابطش با سایر افراد و گروه‌ها برای پیشبرد

سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران / مرادی جو

موقعیت خود بهره برد. سرمایه می‌تواند اقتصادی (ثروت، دارایی، مالی و مادی)، اجتماعی (مجموعه روابط و پیوندهای قابل استفاده و عضویت در یک گروه)، فرهنگی (تحصیلات، دانش، مهارت و فرهنگ کسب شده) و یا حتی نمادین (پرستیژ و کاریزما) باشد. در مجموع سرمایه‌ها، یک سرمایه کل را برای هر فرد یا هر گروه اجتماعی می‌سازند که موقعیت آن‌ها را در جامعه مشخص می‌کند (فکوهی، ۱۳۸۴: ۱۴۵ و استونز، ۱۳۸۸: ۳۳۶).

۲- تبیین انواع سرمایه در نظریه بوردیو: رویکرد مورد بررسی در این پژوهش نظریه انواع سرمایه پیر بوردیو است. چون نظریه انواع سرمایه در شناخت طبقات اجتماعی و به‌ویژه طبقه متوسط جدید در تأثیرگذاری بر رقابت‌های سیاسی بسیار کاربردی و درخور تأمل است؛ بنابراین توجه به انواع سرمایه‌های پیر بوردیو هم از لحاظ نظری و هم از لحاظ عینی و مصداقی در رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران در دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ مورد توجه و امعان نظر قرار می‌گیرد.

الف) سرمایه اقتصادی: سرمایه اقتصادی^{۱۹} به مجموعه‌ای از دارایی‌های افراد از قبیل نقدینگی، مالکیت، اموال غیرمنقول و غیره اطلاق می‌شود که کنشگر با تکیه بر آن به کنش‌های آگاهانه اقدام می‌کند. بوردیو این سرمایه را متعلق به طبقات بالای جامعه می‌داند که نشان‌دهنده تمایز طبقاتی آنان از طبقات پایین است. استفاده از اوقات فراغت مناسب، رفتن به موزه، شیوه مصرف، مورد توجه بودن در مدارس و مراکز آموزشی، پرستیژ اجتماعی، احترام و نوع سخن گفتن و غیره همه برآمده از امکانات مالی طبقه‌ای است که طبقات پایین‌تر از آن بی‌بهره هستند.

بوردیو این‌گونه سرمایه اقتصادی را تعریف می‌کند: «دارایی‌ها و کالاهای لوکسی که به یک فرد تعلق دارد» (Bourdieu, 1998: 70). سرمایه اقتصادی بوردیو با مفهوم سرمایه مارکس مطابقت دارد. از ویژگی‌های مهم این سرمایه این است که به راحتی قابل تبدیل به سرمایه اجتماعی و فرهنگی است و از درجه سیالی بالایی برخوردار می‌باشد.

ب) سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی^{۲۰} به مجموعه‌ای از ارتباطات اجتماعی افراد با متنفذان جامعه، رابطه‌ها و دوستی‌ها اطلاق می‌شود که افراد بدان وسیله موقعیت خود را مستحکم می‌سازند. بوردیو ایجاد ارتباط با افراد مشهور را سبب تثبیت جایگاه کنشگر، چه به صورت مادی یا نمادین می‌داند. وی معتقد است که بورژواها این ارتباطات را در میان خود ایجاد می‌کنند و با کسب امتیاز مختلف از قبل، موقعیت خود را مستحکم می‌سازند؛ در صورتی که کارگران از این ارتباطات مؤثر محروم هستند.

سرمایه اجتماعی از نظر بوردیو، منابع واقعی و بالقوه‌ای است که در اثر عضویت در شبکه اجتماعی یا سازمان‌ها به دست می‌آید (Bourdieu, 1984: 248). وی این مفهوم را برای فهم و تبیین این مسئله

که چگونه روابط سلطه و قدرت بین کنشگران ایجاد و بازتولید می‌شود، بیان می‌کند. از دیگر ویژگی‌های سرمایه اجتماعی این است که مانند سرمایه اقتصادی دچار فرسایش می‌شود. همچنین با حفظ و یا انباشت سرمایه اجتماعی سایر سرمایه‌های فرد نیز گسترش می‌یابد؛ چون افراد با کسب این سرمایه منابعی را به دلیل عضویت در گروه می‌توانند به دست آورند.

ج) سرمایه فرهنگی: سرمایه فرهنگی^{۲۱} مجموعه‌ای از ثروت‌های موجود در افراد که از طریق آموزش، کسب مدارک تحصیلی و تولیدات فرهنگی حاصل می‌شود. این سرمایه با کار مداوم و تلاش مستمر شکل می‌گیرد و افراد صاحب این سرمایه را از موقعیتی مناسب در جامعه برخوردار می‌کند. «مفهوم سرمایه فرهنگی نزدیک به مفهوم وبری «شیوه زندگی» است که شامل مهارت‌های خاص، نحوه سخن گفتن، سلیقه، مدارک تحصیلی و شیوه‌هایی می‌گردد که فرد از طریق آن خود را از دیگران متمایز می‌سازد» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۸).

بوردیو همراه با جان کلود پاسرون^{۲۲} اولین بار در سال ۱۹۷۷ مفهوم سرمایه فرهنگی را در نوشته‌های خود به کار بردند تا به کمک این مفهوم، بازتولید فرهنگی و اجتماعی نظام آموزشی فرانسه را نمایان سازند. بوردیو به همراه پاسرون که به دنبال تبیین شکست تحصیلی طبقات پایین جامعه بودند، در نهایت به این نتیجه رسیدند که موفقیت فرزندان طبقات بالا و شکست تحصیلی فرزندان طبقات پایین جامعه ناشی از استعداد این دو گروه نیست بلکه موفقیت فرزندان طبقات بالا در آموزش عالی به خاطر آن است که فرزندان آن‌ها در محیطی قرار گرفته‌اند که همه نوع امکانات، اعم از کتاب، جزوه، سی‌دی‌های آموزشی، کلاس‌ها و آزمون‌های تقویتی به‌راحتی در دسترس آن‌ها قرار گرفته است.

داشتن این سرمایه برای دارندگان آن، کارکردهایی دارد؛ از جمله آن که موجب کسب مشروعیت از طریق بقیه سرمایه‌ها می‌شود. کسی که به‌واسطه سرمایه فرهنگی منزلت دارد، می‌تواند روایت خود را از دنیای اجتماعی بر دیگران تحمیل کند یا دارندگان این سرمایه می‌توانند خود را از الزامات زندگی روزمره جدا کنند و نوعی گزینش دلخواه در عرصه فرهنگ انجام دهند.

د) سرمایه نمادین: بوردیو برای نخستین بار مفهوم سرمایه نمادین^{۲۳} را در مطالعه‌اش از قبیله «کابایلا»^{۲۴} (۱۹۶۹م) در الجزایر به کار گرفت. در این قبیله نوعی بده و بستان در میان افراد به‌عنوان هدیه وجود دارد که هدیه گیرنده با گرفتن هدیه در واقع متعهد به تلافی و جبران هدیه می‌شود. در جامعه‌ای مثل کابایلا «الزام جبران هدیه بسیار جدی و آزادی عدم جبران بسیار اندک است. ولی این هدیه به چنان صورتی ردوبدل می‌شود که هر دو طرف آن را نه یک دادوستد بلکه چونان یک لطف تلقی می‌کنند و گویی انتظار جبران هم وجود ندارد. این کار به نظر بوردیو با نوعی تعلیق زمانی صورت می‌گیرد؛

سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران / مرادی‌جو

فاصله زمانی بین هدیه و جبران آن باعث می‌شود تا لفافی بر این عمل اقتصادی کشانده شود. به نظر بوردیو، آنچه در ارتباط با هدیه دادن مهم است این است که هدیه دهنده و هدیه گیرنده از برکت فاصله زمانی، بدون این که بدانند و بدون این که با هم هماهنگ کنند، تلاش می‌کنند تا حقیقت عینی کاری را که صورت می‌دهند، روپوش کنند یا واپس بزنند» (بوردیو، ۱۳۸۰: ۲۴۱).

از نظر بوردیو سرمایه نمادین، هر نوع از سرمایه است که دست‌های از اعضای اجتماع، آن را درک می‌کنند، به رسمیت می‌شناسند و برای آن ارزش قائل می‌شوند. «سرمایه نمادین که از حیثیت شخص، سرچشمه می‌گیرد؛ مجموعه ابزارهای نمادینی چون: پرستیژ، احترام، قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) و شکوه و فرهمنندی را به فرد عطا می‌نماید» (فکوهی، ۱۳۸۴: ۳۰۰). بنابراین مفهوم سرمایه نمادین شامل کاربرد نمادهایی می‌گردد که فرد به کار می‌گیرد تا به دیگر سرمایه‌های خود مشروعیت بخشد (Turner, 1998: 512). این سرمایه را می‌شود در کنار سرمایه فرهنگی قرار داد. بر این اساس در ادامه موقع بررسی سرمایه‌های تأثیرگذار طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران، سرمایه نمادین در کنار سرمایه فرهنگی قرار می‌گیرد.

ه) سرمایه سیاسی: غیر از سرمایه‌های چهارگانه فوق، در ایران سرمایه دیگری در فضای اجتماعی و رقابت‌های انتخاباتی نقش بازی می‌کند و آن سرمایه سیاسی^{۲۵} است که اگر کسی آن را به دست آورد، سرمایه‌های دیگر را تا حدی می‌تواند برای خود بازآفرینی کند.

بوردیو در مقاله خود تحت عنوان «نمایندگی سیاسی: عناصری برای یک نظریه در حوزه سیاسی» به شکل جدیدی از سرمایه یعنی سرمایه سیاسی اشاره می‌کند و آن را این‌گونه تعریف می‌کند: «سرمایه سیاسی، شکلی از سرمایه نمادین است. اعتبار چنین سرمایه‌ای بر مبنای باور یا مقبولیت و شناسایی استوار شده است. یا به تعبیر دقیق‌تر، سرمایه سیاسی بر مبنای اقدامات بی‌شمار اعتباربخشی به واسطه کارگزاری استوار شده است که آن را به یک شخص اعطاء می‌نمایند» (Bourdieu, 1991: 192). او سرمایه سیاسی را قدرت سیاسی می‌داند؛ قدرتی که از اعتماد یک گروه از پیروان به سیاستمداران، نشئت می‌گیرد؛ بنابراین با افزایش یا کاهش اعتماد، سرمایه سیاسی یک سیاستمدار تغییر می‌کند.

انتخاب «سرمایه سیاسی» برای ایران بدین دلیل است که دولت در ایران دارایی‌های فراوان و بالاترین درآمد را (عمدتاً از طریق فروش نفت) دارد. بنابراین قدرت سیاسی زمینه مساعدی برای دسترسی به سرمایه‌های دیگر مهیا می‌کند. ساختار نابرابری در ایران به جامعه منقسم به طبقات^{۲۶} آنتونی گیدنز نزدیک است که در آن ساختار سیاسی تعیین‌کننده ساختار اقتصادی است؛ بنابراین سرمایه سیاسی در ایران عاملی تعیین‌کننده در کنار سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است.

بنابراین با توجه به ترسیم انواع سرمایه در بالا، می‌توان بیان داشت که طبقات و افراد بر اساس حجم کلی سرمایه‌ای که در اختیار دارند در میدان توزیع می‌شوند. سپس توزیع آن‌ها در میدان رقابت بر اساس ترکیب سرمایه‌هایشان انجام می‌شود. کسانی که در انباشت بیشترین سرمایه توفیق حاصل نموده‌اند، مسلط خواهند بود. درحالی‌که افراد صاحب کمترین میزان سرمایه به‌عنوان افراد تحت سلطه مطرح می‌شوند. موقعیت یک فرد در این ساختار، امتیازات وی را تعیین می‌کند.

۳- سازگاری نظریه بورديو در مورد ایران: تلاش طبقه متوسط جدید برای کسب قدرت در چهار دهه اخیر و نوسان بودن رقابت‌های سیاسی و نحوه استفاده از سرمایه‌های چهارگانه برای پیروزی در انتخابات و رقابت در فضای اجتماعی جامعه بر سر اندیشه‌ها، گفتمان‌ها، نظریات و چینش نیرو و امکانات برای تثبیت این قدرت و... همه و همه نمود عینی از وضعیت فضای اجتماعی چهار بُعدی بورديو را در جمهوری اسلامی ایران ترسیم می‌کند.

از هژمونیک شدن اقشار سنتی در دهه اول انقلاب به خاطر استفاده مناسب از انواع سرمایه تا سر برآوردن اقشار مدرن در دوره کارگزاران با وجود برتری و به دست گرفتن سرمایه‌های سیاسی و اقتصادی توسط اقشار سنتی تا پیروزی طبقه متوسط جدید در دوره اصلاحات و استفاده نامناسب از سرمایه‌های سیاسی و فرهنگی و عدم موفقیت در تثبیت موقعیت خود و در نهایت استفاده از نقاط ضعف آن‌ها توسط اقشار سنتی و یارگیری این طبقه از اقشار فرودست جامعه و مسلط شدن بر انواع سرمایه موجود در جامعه، نشان‌دهنده سازگاری نظریه بورديو در فضای سیاسی و رقابتی میان طبقه متوسط جدید با دیگر طبقات موجود در جمهوری اسلامی ایران است.

در این پژوهش جامعه ایران دوره جمهوری اسلامی را از زاویه تحلیل طبقاتی یعنی نقش طبقه متوسط جدید بر رقابت‌های سیاسی بررسی می‌کنیم ولی این نکته در سراسر این پژوهش مشهود است که تحلیل طبقه به‌ویژه طبقه متوسط جدید به‌واسطه شیوه تولید و تقسیم کار نیست بلکه معیارهای مختلفی همچون نگرش، دیدگاه‌های ذهنی، گفتمان‌ها، نوع جنبش و شبکه، منزلت پایگاه اجتماعی، مدنظر است. چون در جامعه دینی ایران نیروهای اجتماعی و سیاسی بر اثر تضاد و کشمکش‌های طبقاتی پدید نمی‌آیند بلکه به دنبال عقاید متضاد ایجاد می‌شوند. توجه به سنت و مذهب، نحوه مدیریت جامعه پیچیده امروزی، نگاه جدید به جهان امروزی و تحولات تکنولوژیک و شکاف‌های سیاسی و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی از علت اصلی تفکیک نیروهای اجتماعی موجود در جامعه است بر این اساس است که ما با مسامحه از واژه طبقه متوسط سنتی و جدید برای این جدایی و تفکیک اجتماعی استفاده می‌کنیم.

سرمایه‌ها و منابع تأثیرگذار طبقه متوسط در میدان رقابت سیاسی

در دوران جمهوری اسلامی سرمایه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و نمادین طبقه متوسط جدید که مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده فضای اجتماعی رقابت‌های سیاسی هستند، به ترتیب زیر در جامعه توزیع شده‌اند و تأثیرگذاری خود را در رقابت‌های انتخاباتی با توجه به عرصه فعالیت و فضای سیاسی به نمایش گذاشته‌اند.

۱- سرمایه اقتصادی: کارآفرینان، تولیدکنندگان، بورژوازی ملی و... از جمله سرمایه‌های اقتصادی طبقه متوسط جدید هستند.

الف) تولیدکنندگان: یکی از اقشار طبقه متوسط جدید، تولیدکنندگان هستند. بدون شک کیفیت کار و تولید، روی شخصیت آن‌ها تأثیر می‌گذارد. در میان بسیاری از افرادی که در شهرک‌های صنعتی مختلف همچون شهرک‌های اطراف تهران حضور داشته و فعالیت تولیدی انجام می‌دهند، افرادی منصف، به چشم می‌خورند که نه تنها به خود بلکه به دیگری هم فکر می‌کنند. برخی از استعدادها و نیروی فعال کشور که در دانشگاه‌ها تحصیل کردند، زیردست این گروه رشد کرده یا می‌کنند. افراد این گروه بیشتر حامی مدنیت هستند، انتخابات برایشان مهم است و عمدتاً مسائل سیاسی را تعقیب می‌کنند. این‌ها به‌واقع می‌توانند منعکس‌کننده طبقه متوسط با همان بار مثبتش باشند. به‌رغم آنکه نمی‌توان وزن و حجم این گروه را نیز مشخص کرد اما به اعتقاد اغلب کارشناسان و متخصصان این قشر تولیدکننده در سال‌های اخیر تضعیف شده است و چشمشان به کار قشر بورژوازی مستغلات یا گروه رانتی- دلالی است (رنانی و جلایی‌پور، خرداد ۱۳۹۳).

ب) بورژوازی ملی: بورژوازی ملی^{۲۷} که در مقابل بورژوازی کمپرادور^{۲۸} (وابسته) به کار می‌رود، آن بخش از سرمایه‌داران یا اهل تولید و کارآفرینی صنعتی و کشاورزی و حتی خدماتی را که موجب بی‌نیازی جامعه داخلی و ملی از دنیای خارج، به‌خصوص کشورهای قدرتمند و حاکم بر سیاست و اقتصاد جهان می‌شوند، ملی یا به‌طور کلی سرمایه‌داری ملی می‌گویند (سحابی، اسفند ۱۳۸۷ و فروردین ۱۳۸۸: ۷). با این تعریف اگر سرمایه‌داری ملی در جامعه‌ای رشد بیابد و وجه غالب اشتغال نیروی کار فعال جامعه شود، جامعه از حالت رکود و خمودی رها شده و اخلاق مسئولیت‌پذیری و مشارکت در برآوردن نیازهای جامعه در بین مردم رایج و جاری می‌گردد و مجموعه جامعه به تعالی دست می‌یابد. در واقع سرمایه‌داری ملی در حکم اسکلت جامعه و ستون فقرات نظام مردم‌سالاری است. بدین‌صورت که آشتی و یگانگی دولت و ملت را فراهم می‌آورد. وجود و شکوفایی و بالندگی جامعه در گرو نظام مردم‌سالاری یعنی همه با هم بودن است و سرمایه‌داری ملی اسکلت نظام مردم‌سالاری است. به‌تبع چنین وضعیت با ثبات و شکوفایی در

فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۹، شماره ۶۳، تابستان ۱۴۰۲

جامعه، نوع مشارکت و رقابتی هم که بین اقشار سنتی و جدید به وجود می‌آید حالت مدنی و کیفی است تا توده‌ای و کمی. البته نحوه مشارکت و تأثیرگذاری اعضای بورژوازی ملی در رقابت‌های سیاسی بیشتر از ناحیه مطرح شدن به‌عنوان الگو و معیار برای افراد در خدمت اهداف ملی مطرح می‌شوند نه این‌که خود حضوری مستقیم در رقابت‌های سیاسی داشته باشند. در واقع شأن و منزلت اجتماعی و پرستیژ ملی آن‌ها چنین اجازه‌ای را به آن‌ها نمی‌دهد.

۲- سرمایه اجتماعی: مهم‌ترین سرمایه اجتماعی طبقه متوسط جدید دانشجویان، جوانان، زنان، معلمان و کارگران صنعتی هستند که در زیر به آن‌ها اشاره می‌کنیم.

الف) دانشجویان: دانشجویان از زمان تأسیس دانشگاه در ایران همواره در فراز و نشیب‌های سیاسی کشور پیشرو بودند و پس از انقلاب نیز در مناسبات سیاسی کشور نقشی تعیین‌کننده و اثرگذار داشته‌اند. جمعیت جوان کشور به‌ویژه در سال‌های اخیر از میان دانشجویان به‌خوبی توانسته‌اند این روند را تحت تأثیر قرار دهند. چه در شکل‌گیری جمهوری اسلامی و چه در تداوم و ثبات آن و تعامل سازنده با گردانندگان آن این گروه بسیار مؤثر ظاهر شده‌اند. این اثرگذاری و فعالیت در دولت‌های مختلف تاکنون ادامه داشته و در واقع یکی از پایه‌های سیاست در کشور بوده است. از آن گذشته جنبش رشد و توسعه آموزش عالی و تأثیر آن بر دگرگونی ساخت سیاسی و دانشجویی در تحولات سال‌های اخیر در شکل دادن به جریان‌های سیاسی به‌ویژه در مقاطع حساس همچون جنبش اصلاحات در اواسط دهه ۱۳۷۰، بارها اثرگذاری خود را به نمایش گذاشته، بنابراین چه در دوران اصلاحات و چه پس‌از آن نقش دانشجویان و تأثیر جنبش دانشجویی همواره قابل توجه بوده است.

در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی، رشد کمی آموزش عالی به جهشی سریع در افزایش شمار تحصیل‌کردگان دانشگاه انجامیده است. این جهش باعث شد تا درصد جمعیت تحصیل‌کردگان طبقه متوسط جدید در مجموع بافت جمعیتی ایران نیز افزایش یابد. این تحول با بروز تغییرات سیاسی و ظهور خواسته‌ها، گرایش‌ها و جنبش‌های سیاسی جدیدی همراه بود که پس از خردادماه ۱۳۷۶، با نام جنبش دموکراسی‌خواهی خود را نشان داد. این همراهی می‌تواند نشانه‌ای از وجود رابطه تأثیرگذاری معناداری میان این دو عامل بر یکدیگر باشد.

افزایش حجم و تأثیر این مرکز ثقل و خواسته‌های منبعث از آن، بر اساس تجربیات تاریخی موجود، می‌تواند پاره‌ای دگرگونی‌ها را به دنبال داشته باشد. شاید حضور سیاسی متفاوت مردم ایران در نیمه دوم دهه ۱۳۷۰، در انتخابات ریاست جمهوری سال‌های ۱۳۷۶ و ۱۳۸۰ و ۱۳۹۲ پیروزی قاطع نوگرایان، یکی از نتایج تغییر نسبی بافت جمعیت و افزایش حضور طبقه متوسط تحصیل‌کرده باشد.

سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران/ مرادی‌جو

ب) جوانان: یکی دیگر از سرمایه‌های اجتماعی طبقه متوسط جدید که با دانشجویان هم‌پوشانی دارد، جوانان هستند. بخش زیادی از جمعیت ۸۵ میلیون ایرانی جوان هستند، به این معنا نیست که جامعه با جنبش میلیونی و یکپارچه جوانان روبه‌روست. همان تنوعی که جامعه ۸۵ میلیونی ایران در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی دارد، در جمعیت جوانان خود نیز دارد. جنبش جوانان ناظر به این واقعیت است که میان جوانان از طبقه متوسط شهری، شاهد جوانانی هستیم که در زندگی روزمره خود، از سبک‌های زندگی و رویه‌های خاصی پیروی می‌کنند. البته این سبک‌ها لزوماً پسندیده نظام سیاسی یا حتی دیگر نسل‌های جامعه نیست و با آموزش‌های نظام رسمی آموزشی و تبلیغات صداوسیما فاصله دارد (کاشی و دیگران، ۱۳۸۴: ۲۵۱ تا ۲۹۲).

همین جوانان در شانزده تا هجده سالگی، حاملان اصلی رخداد دوم خرداد ۱۳۷۶ بودند. همین جوانان چند بار در دوره اصلاحات، به‌طور وسیع در انتخابات مشارکت کردند و اصلاح‌طلبان را به پیروزی رساندند. وقتی هم دیدند قوانین و سیاست‌های وعده داده شده به آنان به تصویب نرسید، انتخابات شورای دوم را عملاً تحریم کردند؛ اما همین جوان‌ها وقتی متوجه شدند سیاست تحریم انتخابات فایده‌ای ندارد، دوباره در انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸ مشارکتی انبوه داشتند و در واکنش به نتایج انتخابات، جنبشی سراسری ایجاد کردند (جلایی‌پور، پاییز ۱۳۹۱: ۳۵). جوانان خود را از نظر فرهنگی، جزو طبقه متوسط جدید می‌دانند و درعین‌حال، تعداد چشمگیری از آنان با توجه به رکود مستمر اقتصادی، از نظر اقتصادی، به بخش پایین طبقه متوسط سقوط کرده‌اند. این شکاف جدید، ظرفیت اعتراضی آنان را افزایش داده است. بنابراین، اگر گشایش سیاسی و بازگشت اصلاحات را حکومت تمهید نکند، احتمال اینکه جنبش مبتنی بر پیشروی آرام جوانان به رفتارهای ساختارشکنانه نزدیک شود، کم نیست؛ بنابراین جوانان جزء سرمایه‌های اجتماعی طبقه متوسط جدید هستند که در مواقع لزوم برای بسیج افکار عمومی و مشارکت در فرآیند انتخابات توان موج ایجاد کردن را دارند.

ج) زنان: در چهار دهه اخیر، با رشد تحصیلات، میل به آموزش در سطوح عالی، استقلال اقتصادی در زنان، تأثیر روزافزون تر امواج فراملی فرهنگی در جهت رفع تبعیض علیه زنان و حضور مستمر زنان در عرصه سیاست خیابانی در جریان انقلاب اسلامی و پس‌از آن، زمینه‌ای را فراهم کرده است که می‌توان، اکثر ویژگی‌های جنبش اجتماعی را در حرکت جمعی زنان مشاهده کرد. اولاً، فاصله و شکافی بین انتظارات زنان آگاه و توانا و قوانین و اوضاع تبعیض‌آمیز احساس می‌شود. ثانیاً، گفتارهای زن‌محورانه و زنانه‌نگرانه، هم در قالب «آگاهی عملی» و هم به شکل «آگاهی‌های گفتمانی»، میان زنان رواج یافته

فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۹، شماره ۶۳، تابستان ۱۴۰۲

است؛ به طوری که امروز، یکی از گفتمان‌های معنابخش و هویت‌بخش در عرصه عمومی، گفتمان فمینیستی است (جلائی‌پور، تابستان ۱۳۸۵: ۳۹).

حمایت‌های امام خمینی(ره) از حضور زنان در تظاهرات سیاسی و خیابانی در جریان انقلاب و سیاست‌گذاری‌های بعدی، از عوامل مؤثری بود که عرصه عمومی ایران را برخلاف گذشته، برای خانواده‌های مذهبی ایران امن کرد. فرزندان همان مادرانی که در صحنه‌های سیاسی و خیابانی انقلاب شرکت می‌کردند، از حاملان اصلی جنبش اصلاحی و دموکراسی خواهی در دهه گذشته بوده‌اند. تغییر دیگر، سیاسی شدن پوشش زنان است. تبلیغات رسمی پوشش و حجاب خاصی را از زنان انتظار دارند؛ اما بخشی از زنان در زندگی روزمره خود، از نوع دیگری از پوشش استفاده می‌کنند. بدون اینکه زنان در خیابان دست به اعتراض سیاسی بزنند، همین مسئله به معضل هرروزه دولت تبدیل شده است. تغییر دیگر، شکل‌گیری تشکل‌های گوناگون فمینیستی است که در عرصه عمومی، از مطالبات و حقوق و هویت مستقل زنان و نیز نگاه زنانه نگر به دولت و حتی گروه‌ها و تشکل‌های حرفه‌ای سیاسی دفاع می‌کند. از این رو، پویای اجتماعی زنان فقط بر تغییرات و پیشروی آرام مبتنی نیست؛ بلکه در فرصت‌هایی که جنبش فراگیر دموکراسی خواهی در ایران فعال می‌شود، زنان یکی از اجزای مهم آن هستند (جلائی‌پور، ۱۳۹۲: ۵۸۲).

در مجموع سیاست‌های دولت آقای هاشمی و خاتمی در حوزه آموزش و فرهنگ اندکاندک زمینه حضور زنان را در جامعه فراهم کرد. محدودیت جنسی در انتخاب رشته‌های دانشگاهی تا حد زیادی برداشته شد. حضور خانم‌ها در صنعت سینما و مطبوعات و ورزش در مقایسه با گذشته افزایش یافت و در کل زمینه برای طرح مطالبات زنانه در انتخابات ریاست جمهوری بیشتر از گذشته شد. در کنار روشنفکران، فعالان سیاسی و طبقات متوسط تحصیل کرده، زنان گروه دیگری هستند که از تغییر وضع موجود و انجام اصلاحات حمایت می‌کنند و طبعاً متمایل به حمایت از نامزدهایی دارند که می‌توانند به بخشی از مطالبات آن‌ها پاسخ دهند.

د) معلمان و کارگران صنعتی: از دیگر سرمایه‌های اجتماعی طبقه متوسط جدید، معلمان و کارگران صنعتی هستند. وسعت جمعیت معلمان و فاصله سطح زندگی آنان با سایر کارمندان دولت، مثل کارمندان وزارت نفت و صداوسیما و نیز رشد شبکه‌های اطلاع‌رسانی، باعث رشد اعتراضات جمعی معلمان در دهه اخیر شده است. تاکنون، اعتراضات آنان صنفی بوده و در پاره‌ای مواقع، به گرفتن پاره‌ای امتیازات محدود منجر شده است. باین‌همه به‌رغم همه کنترل‌ها و محدودیت‌های دولت برای مهار تشکل‌های معلمان،

سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران/ مرادی‌جو

شبکه‌های اجتماعی معلمان با خواسته‌هایی فراتر از امور مادی، مثل خواست حقوق شهروندی و کرامت انسانی، در میان آنان رو به گسترش است.

باینکه از اول انقلاب، تشکل‌های شبه‌دولتی و شبه کارگری واسط میان دولت و کارگران بودند، در سال‌های اخیر، رکود اقتصادی باعث افزایش نارضایتی کارگران شده است. دولت در کنترل تشکل‌ها و شخصیت‌های بانفوذ کارگری، هیچ شکی به خود راه نمی‌دهد. باین‌همه تمام این فشارها از رشد «سندیکالیسم» میان کارگران جلوگیری نکرده است؛ بنابراین، جامعه ایران اگرچه با جنبش‌های سیاسی کارگری روبه‌رو نیست، با رشد اعتراضات کارگری و رشد سندیکالیسم روبه‌رو است. این مسئله در وضعیت عادی، به‌صورت مطالبات صنفی خود را نشان می‌دهد و در موقعیتی که فرصت سیاسی پیش آید، به یکی از اجزای جنبش مردم‌سالاری تبدیل می‌شود (جلالی‌پور، ۱۳۹۲: ۵۹۱). حمایت معلمان و کارگران صنعتی از جنبش دوم خرداد ۱۳۷۶ در همین راستا ارزیابی می‌شود.

ه) نهادهای مدنی و مردم‌نهاد: نهادهای مدنی به نهادهایی در راستای ایجاد قابلیت در راستای توسعه سیاسی فرهنگی و اجتماعی در یک کشور گفته می‌شود. مشخصه اصلی نهادهای مدنی، غیردولتی بودن آنان و عدم وابستگی تشکیلاتی و مالی به حاکمیت سیاسی و ارگان‌های دولتی کشور است. نهادهای مدنی را می‌توان به دو دسته احزاب و انجمن‌های صنفی دسته‌بندی کرد.

سازمان‌های مردم‌نهاد یا سازمان عمومی غیردولتی (NGO) یا سَمَن‌ها^{۲۹} در کلی‌ترین معنای خود، به سازمانی اشاره می‌کند که مستقیماً بخشی از ساختار دولت محسوب نمی‌شود اما نقش بسیار مهمی به‌عنوان واسطه بین مردم و دولت و حتی خود جامعه ایفا می‌کند. بسیاری از سازمان‌های مردم‌نهاد، غیرانتفاعی و مستقل از دولت هستند و بودجه این سازمان‌ها از راه کمک‌های مردمی و در مواردی نیز با کمک سازمان‌های دولتی، دولت یا ترکیبی از این روش‌ها و در قالب پروژه‌های مشترک تأمین می‌شود. انواع سازمان‌های مردم‌نهاد ممکن است به‌صورت انجمن‌های گوناگون، سازمان‌ها، نهادها، بنیادها، مؤسسه‌ها، تعاونی‌ها، باشگاه‌ها، گروه‌ها و هیئت‌ها باشند.

مسئله اساسی مربوط به این مبحث این است که، سازمان‌های مردم‌نهاد در مشارکت و رقابت‌های سیاسی دوره اصلاحات و اصول‌گرایی چه تأثیری داشته است؟ به نظر نویسنده در دوره خاتمی «به دلیل تسلط گفتمان مردم‌سالاری و جامعه مدنی در سطح ملی و دولت، فرصت‌های مناسبی فراروی نهادهای مدنی و سازمان‌های مردم‌نهاد قرار گرفت، تکثر و تنوع نهادهای مدنی مدرن بیش‌ازپیش چشمگیر شد. در این دوران حضور نیروهای کنشگران داوطلب جوان خون تازه‌ای به رگ‌های جامعه مدنی ایران جاری کرد که این خود نویدبخش کاهش فاصله بین نسلی و ایجاد فرصت مشارکت سیاسی سرمایه عظیم

فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۹، شماره ۶۳، تابستان ۱۴۰۲

جوانان به سوی خدمات اجتماعی و پذیرش مسئولیت مدنی شد. دولتمردان نیز مشارکت سیاسی مردم را بیشتر باور کرده و از حضور نهادهای مدنی به عنوان یکی از بازیگران عرصه اجتماعی در کنار دولت و بخش خصوصی استقبال کردند» (حیدری و جمشیدی، پاییز ۱۳۹۵: ۱۴۷).

در مجموع هر چند این نهاد و تشکل‌های غیردولتی در دوره اصلاحات شکل گرفته‌اند و سامان یافته‌اند ولی نوع کارکرد آن‌ها، هیجانی بودن فعالیت‌ها و اقدامات آن‌ها، وابستگی به نهادهای قدرت، عدم استقلال آن‌ها، سوءاستفاده احزاب و تشکل‌های سیاسی از آن‌ها و دیگر عوامل باعث شد که در دوره بعد به علت عدم اعتقاد دولت احمدی‌نژاد و دستکاری در نهادهای غیردولتی به صورت حذف برخی و فربه‌شدن برخی دیگر، نقش تأثیرگذاری نداشته باشند و نحوه مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی کم‌رنگ‌تر شد. البته خود نهادها مدنی هم به جای حرکت به سمت بلوغ و تکامل به دنبال چانه‌زنی و لینک شدن با حکومت رفتند و تلاش کردند از رانت ناشی از پول نفت بهره‌برداری نمایند.

۳- سرمایه‌های فرهنگی و نمادین: مهم‌ترین سرمایه‌های فرهنگی و نمادین طبقه متوسط جدید به‌قرار زیر هستند.

الف) روشنفکران: روشنفکری یک جریان فکری است که عمدتاً از تحصیل‌کردگان و نیروهای فکری یک اجتماع تشکیل شده و با تولید فکر سایر نیروهای اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و آن‌ها را نسبت به مسائل موجود در اطراف زندگی و اجتماع خود حساس می‌سازد. روشنفکری محصول توسعه در ابعاد مختلف یک جامعه، به‌ویژه رشد و افزایش وسایل ارتباط جمعی و مطبوعات است؛ بنابراین، در هر جامعه‌ای که تعداد وسایل ارتباط جمعی و مطبوعات زیاد باشد و استفاده از این ابزار نیز کمترین محدودیت را داشته باشد، روشنفکران آن جامعه بیشتر بوده و نقش بیشتری در مشارکت اجتماعی و سیاسی آن دارند. روشنفکران اکثراً اصحاب قلم و مطبوعات هستند که در تنویر افکار عمومی کوشا بوده و آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی جامعه را افزایش می‌دهند (بشیریه، ۱۳۷۸: ۳۲).

یکی از نتایج مثبت توسعه در هر جامعه افزایش تعداد روشنفکران است که آن را می‌توان با نرخ رشد نویسندگان مطبوعات، صاحب‌نظران مسائل اجتماعی، دارندگان تحصیلات عالی، تعداد استادان و نظایر این‌ها سنجید. ابتدا در ذائقه‌های روشنفکران یک جامعه تغییراتی ایجاد می‌شود و آن‌ها افراد یک جامعه را تحت تأثیر پیشرفت‌های علمی و اجتماعی ناچار از تغییر ذائقه می‌نمایند. آن‌ها از یک سو با پرداختن به مسائل جدید علمی و سیاسی تقاضاهای نو و جدیدی را طلب می‌کنند و از دیگر سو با انتقال این مفاهیم به مخاطبان و افراد عامی جامعه، آن‌ها را به دنبال خود می‌کشاند (ریبیعی، ۱۳۸۰: ۷۱). ظهور جمعیت روشنفکر در جریان روند نوسازی از شرایط و عوامل ضروری تکامل روند توسعه است و در تغییر

سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران/ مرادی جو

و دگرگونی‌های بنیادی جوامع نقش ویژه دارد. این طیف فکری به تدریج موجب تحول و جنبشی نوین در سطح اجتماع می‌شوند و ضمن مخالفت با نهادها و ساختارهای سنتی، حکومت‌های غیر مردم‌سالار و بسته را به چالش می‌طلبند.

در جمهوری اسلامی جریان مهمی از روشنفکران فعال هستند به نام روشنفکری دینی که به نواندیشی دینی مشهور است. نواندیشی دینی گفتمان یا پارادایمی بود که آماده‌سازی و هماهنگ‌سازی جامعه با نیازهای زمانه را مستلزم ارائه قرائت و فهم و اندیشه‌ای از دین می‌دانست که نشان می‌دهد قادر به پاسخگویی به این نیازهاست. تفاوت در آن است که در هر دوره‌ای یک نیاز اولویت پیدا می‌کند، گاه لزوم اخذ صنعت و فن، گاه تحول در نظام آموزشی و گاه تحول اقتصادی و اجتماعی. به تبعیت از کلیت پروژه اصلاحات، روشنفکران دینی در این دوره، اولویت اصلی را مطابقت دادن دین با توسعه سیاسی از طریق باز تغییر و خوانش متون و اندیشه‌های دینی قرار دادند. آن‌ها کوشیدند نشان دهند می‌توان قرائتی از دین ارائه کرد که با توسعه سیاسی و مفاهیم مرتبط با آن نظیر جامعه مدنی، آزادی و غیره تعارضی نداشته باشد (ثقفی، شهریور و مهر ۱۳۹۱: ۲۲).

ب) وسایل ارتباط جمعی و مطبوعات: طبقه متوسط جدید در ایران بیش از آن که ماهیت اقتصادی داشته باشد، ماهیت فرهنگی دارد، بنابراین گسترش رسانه‌های ارتباط جمعی و افزایش ضریب نفوذ آن‌ها در جامعه از جمله مهم‌ترین عوامل گسترش طبقه متوسط جدید در جمهوری اسلامی ایران است. در دوره موردبررسی علاوه بر رشد کمی و کیفی تحصیلات، گسترش رسانه‌های ارتباط جمعی چه از نوع قدیم آن مانند تلویزیون، مطبوعات و چه از نوع جدید آن مانند شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت باعث افزایش سرمایه فرهنگی طبقه متوسط جدید و اشاعه آن در جامعه شده است. «سوگیری و سمت‌گیری رسانه‌های ارتباط جمعی، بسیاری از مطبوعات، فیلم‌های سینما و سریال‌ها و برنامه‌های تلویزیونی از ابتدای دهه ۱۳۷۰ به بعد برای فربه کردن اقشار طبقه متوسط جدید بوده است؛ زیرا کارگزاران عمده این رسانه‌ها (نظیر نویسندگان، کارگردانان و بازیگران و...) خود بیشتر از این طبقه بوده و به آن تعلق خاطر داشته‌اند» (قاسمی سیانی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۲۵).

مطبوعات را می‌توان صحنه‌گردان اصلی انتخابات دوم خرداد ۱۳۷۶ به حساب آورد. نقش آفرینی مطبوعات را پیش از همه باید به نشریاتی چون کیهان فرهنگی و نشریه کیان از یک سو و نشریات وابسته به محافل روشنفکری چپ و لائیک مانند گردون و برخی ماهنامه‌های دیگر نسبت داد. در این میان البته نشریه کیان جایگاه ویژه‌ای داشت. این ماهنامه بستر سامان‌یابی جریان فکری شد که بعدها با عنوان روشنفکران دینی شناخته شدند. حوزه نفوذ این جریان روشنفکری بسیار گسترده و متنوع بود. این جریان

از نیروهای متخصص و تحصیل کرده و تکنوکرات موجود در ساختار سیاسی گرفته تا روشنفکران در حاشیه را شامل می‌شد. با وجود نقش پررنگ مطبوعات در دوره اصلاحات، ولی در دوره اصول‌گرایان به علت‌های مختلف نتوانسته‌اند تأثیرگذاری خوبی داشته باشند. نه تنها تأثیرگذاری مناسبی نداشته‌اند بلکه در عرصه سیاسی هم، حضور مطبوعات و روزنامه‌نگاران کم‌رنگ شد و فضای سیاسی و شعارهای غالب برای اقشار فرودست مهیا شد که آثار و نتایج این خط‌مشی‌ها بحث دیگری را می‌طلبد.

ج) گروه‌های منزلتی و حرفه‌ای: غیر از دانشجویان و معلمان، اقشار دیگری جزء گروه‌های منزلتی و حرفه‌ای هستند. از جمله می‌توان نویسندگان، هنرمندان، شاعران، شخصیت‌های علمی و فرهنگی، مهندسان، پزشکان، ورزشکاران و... اشاره کرد. شأن و منزلت اجتماعی برای این اقشار از اهمیت زیادی برخوردار است. در رقابت‌های انتخابات از کسی که احساس کنند به علایق و خواسته‌های آن‌ها توجه می‌کند طرفداری می‌کنند. رویگردانی و بی‌اعتمادی و عدم همراهی با شعارهای احمدی‌نژاد به این دلیل بود که بیشتر به سمت توده‌ها و اقشار پایین جامعه توجه کرد و قرار گرفتن در جنبش دوم خرداد به این دلیل بود که این جنبش بیشتر مطالبات سیاسی و فرهنگی که خواست این گروه‌ها بود تأکید داشت.

گروه‌های منزلتی جزو مهم‌ترین اقشار طبقه متوسط جدید هستند که از طریق فعالیت‌های فرهنگی، آموزشی و هنری معیشت خود را تأمین کرده و زندگی‌شان را اداره می‌کنند. در واقع این لایه یک پتانسیل تولید مدنی و مردم‌سالارانه قدرتمند دارد اما این‌ها هم با مشکلاتی روبرو شدند و متأسفانه دارند بازاری عمل می‌کنند. گروه‌های حرفه‌ای صاحبان حرفه‌ها و خدمات را شامل می‌شود، مانند افرادی که بیمارستان‌ها را اداره می‌کنند یا مهندسان و... جامعه به این گروه نیازمند است و به همین خاطر هسته اصلی حکومت مقداری هوایشان را دارد. هرچند که این‌ها نیروی رami برای هسته قدرت سیاسی نیستند. این لایه بیشتر از حاکمیت قانون، مشارکت سیاسی و رفتارهای مدنی دفاع می‌کند و از حکومت و از احزاب انتظاراتی دارد. می‌توان گفت این‌ها حامیان خیر عمومی هستند. این لایه جزو بخش‌های مثبت طبقه متوسط جدید محسوب می‌شود (رنانی و جلایی‌پور، خرداد ۱۳۹۳: ۲۳).

د) سلبریتی‌ها: چهره یا سلبریتی^{۳۰} به شخصی اطلاق می‌شود که معمولاً در زمینه‌های هنر، جنگ، علم، ورزش، رسانه، مدل، سیاست، ادبیات، مذهبی و نظایر آن در یک جامعه یا فرهنگ‌عامه دارای سرشناسی و معروفیت باشد. آن‌ها اغلب از طریق رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون، سینما، نشریات و شبکه‌های اجتماعی به سرشناسی‌شان افزوده می‌شود. چنین شخصی به راحتی از طریق مردم به‌ویژه قشر جوان قابل‌شناسایی است و به رسمیت شناخته می‌شود. هم‌زمان با گسترش و فراگیر شدن مفهوم سلبریتی در حوزه‌های سینمایی، ورزشی، هنری، فرهنگ و... ارزیابی تعاملات و درگیری سلبریتی در

سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران/ مرادی جو

سیاست نیز به‌عنوان بخشی از جهانی‌شدن سیاست و رقیق شدن مفهوم کارایی سیاسی دیده می‌شود. جان کرنر^{۳۱} استدلال می‌کند که ستارگان از طریق جلوه‌های میانجی گرایانه خود که بیانگر تصویر عمومی آن‌ها در جامعه است، اشکال جدیدی از شناسایی سیاسی را ایجاد می‌کنند که هدف اساسی آن رسیدن به حمایت عمومی برای تحقق عمل و بیان سیاسی است (Corner, 2003: 83). جان استریت^{۳۲} نیز ادعان می‌کند که استفاده از شهرت یکی از ویژگی‌های کلیدی فرهنگ سیاسی مدرن است (Street, 2004: 130). او در نظر می‌گیرد که چگونه شهرت و سلبریتی شدن به‌عنوان شکلی از سرمایه سیاسی کار می‌کند و می‌تواند منجر به شکل‌گیری سیاستمداران سلبریتی شود.

در سال‌های اخیر توجه به جنبه‌های غیررسمی سیاست، نقش بازیگران غیررسمی در محیط سیاسی افزایش یافته است. بازیگرانی که بدون موقعیت رسمی در ساختار سازمان‌های دولتی و یا سازمان‌های غیردولتی، توانسته‌اند بر سیاست محلی و بین‌المللی تأثیرگذار باشند؛ بنابراین ما به‌راحتی می‌توانیم، نقش مهم سیاستمداران سلبریتی، ورزشکاران، بازیگران، موسیقی‌دانان، مشاهیر دیپلمات و به‌طور کلی سلبریتی‌های سیاسی را در سیاست جهان مشاهده کنیم.

در ایران هم همین نقش‌ها را سلبریتی‌ها بر عهده دارند و در زمانی که بخشی از جامعه به نهادهای حاکمیتی اعتماد ندارند، محدودیت‌هایی برای بیان واقعیت‌ها توسط رسانه‌ها رسمی وجود دارد، احزاب و تشکل‌های سیاسی نهادینه و نقش‌آفرین نیستند، فضای جنبشی بر محیط سیاسی حاکم است، نهادهای مدنی و مردم‌نهاد به‌عنوان میانجی بین مردم و حاکمیت وجود ندارد و یا خنثی هستند و غیره، سلبریتی‌ها با دسترسی به رسانه‌های غیررسمی، شبکه‌های مجازی و حتی دیدارهای چهره به چهره و حضور در فضاهای عمومی، می‌توانند در حوادث و رویدادهای سیاسی و اجتماعی نقش مؤثری بازی کنند و در رقابت‌های سیاسی له یا علیه نامزدهای انتخاباتی با توجه به دیدگاه‌ها و نگرش‌های آن‌ها وارد فضای سیاسی شوند. استفاده از هنرمندان، بازیگران و خوانندگان در زمان تبلیغات انتخابات در ستادهای نامزدها برای ایجاد موج اجتماعی و تهییج افکار عمومی توسط اقشار طبقه متوسط جدید به‌عنوان سرمایه‌های فرهنگی و نمادین و حتی سیاسی در دهه‌های اخیر کاملاً مشهود بود.

۴- سرمایه سیاسی: بود و ریچارد^{۳۳} در پژوهشی، سرمایه سیاسی را نگرش‌ها و رفتارهای شهروندان می‌دانند که سیستم سیاسی، دولت، متصدیان در دولت، گروه‌های اجتماعی و همچنین خود شهروندان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (به نقل از عبادی و دیگران، تابستان ۱۳۹۳: ۷۶). از نظر بورديو سرمایه سیاسی همان قدرت سیاسی است. از طرفی عوامل درگیر در این میدان بر سر دستیابی به این نوع از سرمایه

فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۹، شماره ۶۳، تابستان ۱۴۰۲

دست به رقابت می‌زنند. در نهایت گروه مسلط دارای میزان بیشتری از سرمایه سیاسی نسبت به گروه تحت سلطه می‌شوند.

بر این اساس موارد زیر از مهم‌ترین سرمایه‌های سیاسی طبقه متوسط جدید در جمهوری اسلامی هستند.

الف) احزاب و تشکل‌های سیاسی: با آغاز دوره ریاست جمهوری آقای خاتمی شاهد رشد کمی احزاب حتی با سرعتی بیشتر از دوران قبلی هستیم. با بررسی آمار (شادلو، ۱۳۷۹: ۳۶-۲۵) مشخص می‌شود از ۹۴ گروه و تشکل سیاسی که پس از سال ۱۳۶۸ از وزارت کشور مجوز فعالیت کسب کرده‌اند، ۵۸ تشکل سیاسی پس از دوم خرداد ۱۳۷۶ و تنها ۳۶ تشکل قبل از این تاریخ مجوز دریافت کرده‌اند.

هدف از تشکیل و تأسیس گروه‌های سیاسی، لااقل در ظاهر امر، ایجاد انگیزه و رغبت سیاسی در میان مردم و جلب مشارکت سیاسی آنان است؛ اما روند افزایش رشد کمی گروه‌های سیاسی در این دوران چنان است که مردم نام برخی از این گروه‌ها را حتی یکبار نیز نشنیده‌اند. تبعات منفی چنین روندی، به‌خصوص در مورد گروه‌های سیاسی پیروز در انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری، بیشتر نمایان است؛ بدین ترتیب که سبب کاهش قدرت گروه‌های مذکور به یک یا چند حزب همسو گردید؛ به‌عبارت‌دیگر، تشکل‌های سیاسی در این دوره در سطحی وسیع دچار ضعف سازمان‌دهی و توانایی پوشش مخاطبان بودند، اکنون با افراط‌گری‌ها و از دست دادن فرصت‌ها، نیروی بالقوه پدید آمده را در جدال‌های بی‌ثمر سیاسی خرج می‌کردند و تلاش‌های نه‌چندان منسجم خود در انتخابات برگزار شده را، به‌جای سازماندهی و انسجام بیشتر، در راستای حذف رقبا به کار می‌بردند (عیوضی، ۱۳۸۵: ۱۴۷).

از طرف دیگر، بهره‌برداری صحیح و مفید از باز شدن عرصه سیاسی پس از انتخابات دوم خرداد، در گرو تألیف منافع گروه‌ها در راستای تعریف منافع ملی و چگونگی حفظ آن برای دستیابی به وفاق سیاسی و اجتماعی بود؛ به‌عبارت‌دیگر، چون عنصر «رقابت سیاسی» برای رسیدن به توسعه سیاسی لازم و ضروری است، باید تلاش شود که هماهنگی و هم‌نوایی بیشتری در میان گروه‌های سیاسی فعال، در کنار حفظ و رعایت عنصر «رقابت سالم» جهت ایجاد نشاط سیاسی، به وجود آید. در این صورت، رقابت مسالمت‌آمیزی در قالب فعالیت‌های متمر ثمر و رغبت برانگیز گروه‌های سیاسی انجام می‌شود و مانع از بروز تشنج و خشونت در جامعه می‌گردد. در صورتی که گروه‌های سیاسی نتوانند کارکرد لازم را برای جامعه داشته باشند، نقش‌ها و وظایف، دچار انحراف می‌گردند که نتیجه آن ضعف بهینه‌سازی فعالیت‌های مختلف در عرصه اجتماع است. در این زمینه، به‌طور مشخص می‌توان به تداخل جایگاه و حوزه عمل مرسوم و شناخته‌شده «احزاب» با «مطبوعات» اشاره کرد.

ب) عاملیت‌های استراتژیک: عاملیت‌های استراتژیک، بازیگران و کنشگرانی هستند که شناخت آن‌ها از محیط عمل رقابت‌های سیاسی نسبت به دیگران دقیق‌تر و استراتژیک‌تر است. دقیق‌تر به این معنا که محدودیت‌ها و فرصت‌های ساختاری را بهتر می‌شناسند و استراتژیک به این معنا که نگاه آن‌ها به ساختار بیشتر از آنکه احساسی یا هنجاری یا شناختی باشد، استراتژیک است. به سخن دیگر آن‌ها می‌خواهند در ساختار موجود از نقطه A به نقطه B حرکت کنند. هدف آن‌ها اظهار تأسف از محدودیت‌های ساختاری یا شرایط جامعه نیست. آن‌ها الزاماً به عمل خود نگاه ارزشی ندارد بلکه می‌خواهند در زمان انتخابات از شرایط محیطی برای تحقق اهداف خود بهره ببرند؛ چیزی که در انتخابات ریاست جمهوری در سال‌های ۱۳۷۶، ۱۳۸۴ و ۱۳۹۲ سه نامزدی برنده شدند که تا حد زیادی خلاف جریان حاکم بودند. نکته دوم این که عاملیت استراتژیک باید بدانند در شرایطی که جامعه از تکرار شعارها و آرمان‌های ایدئولوژیک خسته شده است، نباید آرمان‌های جدید ایدئولوژیکی را مطرح کند. شکست جلیلی در انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۲ در همین راستا ارزیابی می‌شود. نکته سوم این است که جمهوری اسلامی به دلیل احتیاج داشتن به مشروعیت برآمده از انتخابات ریاست جمهوری ناگزیر است فضای سیاسی را در زمان انتخابات باز کند. این اتفاق باعث می‌شود ساختار سیاسی فرصت‌هایی را برای عده‌ای از نامزدها ایجاد کند که همان فرصت‌ها، تهدیدی برای دیگر نامزدهاست. باز شدن نسبی فضای سیاسی رفته‌رفته کنترل آن را دشوارتر می‌کند تا حدی که در روزهای آخر منتهی به روز انتخابات بیشترین گشودگی در فضای سیاسی به صورت موقت ایجاد می‌شود. انتقادات نامزدها به ساختار رسمی کشور در سال ۱۳۷۶، ۱۳۸۴ و به‌ویژه ۱۳۸۸ و ۱۳۹۲ متأثر از همین فضای سیاسی بود (قهرمان‌پور، ۱۳۹۴: ۷۵).

نامزدها و عاملیت‌های استراتژیک می‌توانند از این فضا برای تقویت هرچه بیشتر چهره خود بهره بگیرند. دلیل تغییر آرای مردم در هفته آخر تبلیغات تا حد زیادی ریشه در این گشودگی دارد. بعضی نامزدها در این هفته حساس خسته شده، توان لازم برای ایجاد موج انتخاباتی را از دست می‌دهند. به‌عنوان مثال در سال ۱۳۷۶ آقای ناطق نوری و در سال ۱۳۸۴ آقای هاشمی رفسنجانی در هفته آخر خسته و نتوانسته‌اند موج اجتماعی را سامان‌دهی کنند؛ چیزی که رقیبان آن‌ها یعنی سید محمد خاتمی و محمود احمدی‌نژاد به نحو احسن از آن بهره‌برداری کردند.

نقش آفرینی روسای ستادها، مشاوران اصلی، حامیان شناخته‌شده و مطرح همچون عاملیت‌های استراتژیک نامزدها در انتخابات بسیار پررنگ است. نویسندگان، هنرمندان، ورزشکاران، اساتید دانشگاه، گروه‌های حرفه‌ای و دیگر اقشار طبقه متوسط جدید همچون سرمایه‌های سیاسی و اجتماعی هستند که

فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۹، شماره ۶۳، تابستان ۱۴۰۲

می‌توانند به‌عنوان عاملیت‌های استراتژیک در انتخابات تأثیرگذار باشند؛ چیزی که در خرداد ۱۳۷۶، تیر ۱۳۸۴ و به‌ویژه در انتخابات ۱۳۹۲ مبین این موضوع بود.

ج) نیروهای واسط و میانجی: نیروهای واسط کسانی هستند که در بزنگاه‌های تاریخی و موقع بروز چالش و چنددستگی در جامعه، نقش میانجی بازی می‌کنند و نیروهای دو طرف میدان مناقشه سیاسی را به تنش‌زدایی و وحدت فرامی‌خوانند. تجربه دوره احمدی‌نژاد نشان داد که به حاشیه راندن افراد توانمند، بزرگ، میانجی و واسط بین اقشار سنتی و جدید همچون ناطق نوری، سید حسن خمینی و هاشمی رفسنجانی نمی‌تواند سیاستی باشد که پیشرفت و توسعه را برای ایران به ارمغان می‌آورد. نظام سیاسی ایران اگر به الزام‌های همکاری با انسان‌های بزرگ و توانمند تن دردهد، با روی کار آمدن افراد بزرگ موفق‌تر خواهد بود. کمترین این الزام‌ها آن است که انسان‌های بزرگ و توانمند انسان‌هایی صرفاً بله‌قربان گو نخواهند بود بلکه اهل انتقاد، بحث و گفت‌وگوی سازنده‌اند. اگر مجال یابند نشان می‌دهند که ایده‌های آنان می‌تواند صلاح و پایداری بیشتری برای حاکمیت به دنبال داشته باشد.

از دیگر سرمایه‌های سیاسی طبقه متوسط جدید می‌توان به شخصیت‌های مذهبی و ملی همچون شخصیت‌های فرهنگی، رهبران قومی و نهادهای انتخابی همچون شوراهای اسلامی شهر و روستا، نمایندگان مجلس شورای اسلامی و ریاست جمهوری اشاره کرد.

نتیجه‌گیری

درآمد آنچه در این پژوهش موردبررسی قرار گرفت، نقش سرمایه‌های تأثیرگذار طبقه متوسط جدید در رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران به‌ویژه از سال ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۲ بر اساس نظریه پراتیک و تبیین انواع سرمایه بوردیو بود؛ بنابراین ضمن تشریح این نظریه و سازگاری آن با فضای سیاسی ایران، چارچوبی تدوین شد که بر پایه آن، امکان شناسایی سرمایه‌ها و ارتباط بین آن‌ها و نقش آن‌ها در فرایند رقابت‌های سیاسی فراهم گردید.

طبقه متوسط جدید با ویژگی‌هایی مثل نوگرایی، برخورداری از سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی مناسب، تحصیلات بالا و پایگاه شغلی نسبتاً بالا مشخص می‌شود. از جهت انگاره‌های مذهبی نوعی روشنفکری دینی یا نوعی دین کمتر ایدئولوژیک را مطالبه می‌کند. از جهت سیاسی نیز به آزادی سیاسی، گردش نخبگان، آزادی رسانه‌ها و... به‌مثابه یک هدف و آرمان می‌نگرد. برخورداری اقتصادی طبقه متوسط جدید هرچند به‌اندازه طبقه متوسط سنتی نیست، با این حال اعضای این طبقه به‌واسطه تحصیلات بالاتر معمولاً از پایگاه شغلی مناسب‌تری نسبت به طبقه پایین برخوردارند و از این رو از نظر اقتصادی، فاصله زیادی با طبقات پایین دارند.

سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران/ مرادی جو

در مورد سرمایه‌های طبقه متوسط جدید و نقش‌آفرینی آن‌ها در رقابت‌های سیاسی این نتایج حاصل شد که طبقه متوسط جدید انواع سرمایه خود را در انتخابات به کار گرفت تا بتواند مطالبات و خواسته‌های خود را در جامعه اجرایی کند. از جمله سرمایه‌های اقتصادی می‌توان به کارآفرینان، تولیدکنندگان، گروه‌های حرفه‌ای، مدیران شرکت‌ها، بورژوازی ملی و... و از سرمایه اجتماعی می‌توان به دانشجو، جوانان، زنان، معلمان و کارگران صنعتی اشاره کرد. مهم‌ترین سرمایه‌های فرهنگی و نمادین طبقه متوسط جدید روشنفکران؛ مطبوعات؛ گروه‌های منزلتی و سلبریتی‌ها هستند و در نهایت سرمایه‌های سیاسی طبقه متوسط جدید، احزاب و تشکل‌های سیاسی و عاملیت‌های استراتژیک هستند.

بیان کردیم که یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های طبقه متوسط جدید، سرمایه سیاسی است. طبقه متوسط جدید سرمایه‌های خود را در بطن جامعه پی می‌گیرد و شبکه‌سازی‌های وسیع غیررسمی به‌ویژه در اواسط دهه ۱۳۷۰ و اوایل دهه ۱۳۹۰ ایجاد کرد که نتیجه آن پیروزی در انتخابات ۱۳۷۶ و ۱۳۹۲ بود که تلاش کرد گفتمان نظم دموکراتیک را در جامعه پی‌ریزی نماید. ولی چون این مسئله با سرمایه‌های سیاسی طبقه متوسط سنتی تداخل داشت عرصه رقابت سیاسی به عرصه منازعه زبانی و گفتمانی و حتی در جاهایی همچون انتخابات سال ۱۳۸۸ به منازعه فیزیکی کشیده شد.

در مجموع در دوره موردبررسی این پژوهش، برخورد مناسبی با طبقه متوسط جدید صورت نپذیرفت. طبقه متوسط جدید و خواسته‌های آن در دوره اصول‌گرایان به‌رغم رشد نسبی در دولت‌های سازندگی و اصلاحات، به نفع درخواست‌های طبقه پایین نادیده گرفته شد و واکنش طبقه متوسط به این نادیده گرفته شدن درخواست‌هایشان، خود را در ناآرامی‌های سیاسی و اجتماعی متأثر از انتخابات سال ۱۳۸۸ نشان داد. این تغییرات در کنار برخی سیاست‌های اقتصادی و با توجه به تحریم‌های غرب، طبقه متوسط جدید را هر چه بیشتر لاغر کرده و در تنگنا گذاشت. با به حاشیه رانده شدن اقشار طبقه متوسط جدید به‌ویژه بخش فرهنگی آن، جامعه مدنی با انسداد مواجه شد و پویایی آن که از ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴ ادامه داشت از ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ سیر نزولی به خود گرفت.

منابع

- ۱) آبراهامیان، یرواند(۱۳۸۴)، ایران بین دو انقلاب: درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران معاصر، ترجمه احمد گل محمدی و ابراهیم فتاحی ولیلایی، چ ۱۱، تهران: نشر نی.
- ۲) آلن بیل، جیمز (۱۳۸۷)، سیاست در ایران: گروه‌ها، طبقات و نوسازی، ترجمه علی مرشدی زاد، تهران: نشر اختران.
- ۳) استونز، راب (۱۳۸۸)، متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه مهرداد میردامادی، چ ۶، تهران: مرکز.
- ۴) ازغندی، علیرضا(۱۳۸۵)، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، تهران: نشر قومس.
- ۵) بشیریه، حسین (۱۳۷۸)، انتخابات سال ۱۳۷۶ از چشم‌انداز مبارزات طبقاتی در ایران، تهران: علوم نوین.
- ۶) بحرانی، محمدحسین(۱۳۹۵)، طبقه متوسط و تحولات سیاسی در ایران معاصر(۱۳۸۰-۱۳۲۰) (پژوهشی در گفتمان‌های سیاسی قشرهای میانی ایران)، چ ۳، تهران: نشر آگاه.
- ۷) بوردیو، پیر (۱۳۸۰)، نظریه‌کنش، دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: نقش و نگار.
- ۸) ثقفی، مراد (شهریور و مهر ۱۳۹۱)، «پارادایم روشنفکری دینی و توسعه سیاسی»، مجله اندیشه پویا، شماره ۳.
- ۹) جلائی‌پور، حمیدرضا (۱۳۹۲)، جامعه‌شناسی ایران: جامعه کژ مدرن، تهران: نشر علم.
- ۱۰) جلائی‌پور، حمیدرضا (پاییز ۱۳۹۱)، «لایه‌های جنبشی جامعه ایران؛ دو جنبش کلان و ده جنبش خرد اجتماعی»، فصلنامه پژوهشنامه علوم سیاسی، سال هفتم، شماره ۴.
- ۱۱) جلائی‌پور، حمیدرضا (تابستان ۱۳۸۵)، «اندیشه دوتوکویل؛ رهایی بخشی ایمان مذهبی در جامعه مدنی»، فصلنامه مطالعات فرهنگی، شماره ۲.
- ۱۲) جنکینز، ریچارد (۱۳۸۵)، پی‌یر بوردیو، ترجمه لیلا جوافشانی و حسین چاوشیان، تهران: نشر نی.
- ۱۳) حیدری، نصرت‌الله و جمشیدی، محسن (پاییز ۱۳۹۵)، «نقش و جایگاه سازمان‌های مردم‌نهاد در مشارکت سیاسی در دوران‌های ریاست جمهوری خاتمی، احمدی‌نژاد و روحانی»، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، سال دوازدهم، شماره ۳۶.
- ۱۴) خواجه‌سروی، غلامرضا(۱۳۸۲)، رقابت سیاسی و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- ۱۵) دورتیه، ژان فرانسوا (بهار و تابستان ۱۳۸۱)، «پیر بوردیو انسان‌شناس، جامعه‌شناس (یادی از بوردیو)»، ترجمه مجتبی کتبی، مجله نامه انسان‌شناسی، شماره ۱.

سرمایه‌های طبقه متوسط جدید در میدان رقابت‌های سیاسی جمهوری اسلامی ایران/ مرادی‌جو

- ۱۶) دوورژه، موریس (۱۳۶۹)، جامعه‌شناسی سیاسی، ترجمه ابوالفضل قاضی، تهران: دانشگاه تهران.
- ۱۷) ربیعی، علی (۱۳۸۰)، جامعه‌شناسی تحولات ارزشی: نگاهی به رفتارشناسی رأی‌دهندگان در دوم خرداد ۱۳۷۶، تهران: فرهنگ و اندیشه.
- ۱۸) رنای، محسن و جلالی‌پور، حمیدرضا (خرداد ۱۳۹۳)، «رشد طبقه متوسط اقتصادی در سایه قدرت»، میزگرد علمی، ماهنامه ایران فردا، دوره جدید، شماره ۱.
- ۱۹) رمضانی، ملیحه؛ فوزی، یحیی (تابستان ۱۳۸۸)، «طبقه متوسط جدید و تأثیرات آن در تحولات سیاسی بعد از انقلاب اسلامی در ایران»، مجله مطالعات انقلاب اسلامی، شماره ۱۷.
- ۲۰) سحابی، عزت‌الله (اسفند ۱۳۷۸ و فروردین ۱۳۸۸)، «بورژوازی ملی در ترکیه و ایران»، مجله چشم‌انداز ایران، شماره ۵۴.
- ۲۱) شادلو، عباس (۱۳۷۹)، اطلاعاتی درباره احزاب و جناح‌های سیاسی ایران امروز، تهران: گستره.
- ۲۲) شهریاری، حیدر (۱۳۹۴)، تحول طبقه متوسط جدید و روند توسعه مردم‌سالاری در ایران بعد از انقلاب اسلامی، رساله دکتری، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.
- ۲۳) عبادی، نغمه و دیگران (تابستان ۱۳۹۳)، «شناسایی عوامل اثرگذار بر سرمایه سیاسی»، فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، دوره ۲۷، شماره ۲.
- ۲۴) عیوضی، محمدرحیم (۱۳۸۰)، طبقات اجتماعی و رژیم شاه، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- ۲۵) عیوضی، محمدرحیم (۱۳۸۵)، مشارکت سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- ۲۶) فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: صبح صادق.
- ۲۷) فکوهی، ناصر (بهار ۱۳۸۴)، «پیر بردیو: پرسمان دانش و روشنفکری»، فصلنامه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد، شماره ۵.
- ۲۸) قاسمی سیانی، علی‌اصغر و دیگران (پاییز ۱۳۹۵)، «واکاوی و تحلیل جامعه‌شناختی انتخابات ریاست جمهوری در ایران (مطالعه موردی انتخابات سال ۱۳۸۴)»، فصلنامه جستارهای سیاسی معاصر، سال هفتم، شماره ۳.
- ۲۹) قهرمان‌پور، رحمن (۱۳۹۴)، بازی انتخابات ریاست جمهوری؛ پیش‌بینی ناپذیری انتخابات در ایران، تهران: تیسرا.
- ۳۰) کاشی، محمدجواد و دیگران (بهار ۱۳۸۴)، «نقش شکاف انداز تجربیات نسلی در ایران»، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۱۶.

فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۹، شماره ۶۳، تابستان ۱۴۰۲

- ۳۱) مارش، دیوید و استوکر، جری (۱۳۷۸)، روش و نظریه در علوم سیاسی، ترجمه امیرمحمد حاجی یوسفی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ۳۲) ممتاز، فریده (تابستان ۱۳۸۳)، «معرفی مفهوم طبقه از دید بوردیو»، پژوهشنامه علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۴۱ و ۴۲.
- ۳۳) نوذری، حسینعلی (زمستان ۱۳۸۲)، «سیاست اجتماعی و تغییرات اجتماعی در ایران (نقش و جایگاه طبقه متوسط در فرایند توسعه سیاسی - اقتصادی ایران)»، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۱۱.
- 34) Bidet, J. (1979), Questions to Pierre Bourdieu, Critique of Anthropology, 4(13/14).
- 35) Bourdieu, pierre (1984), Practical Reason: On the Theory of Action, cambridge: polity press.
- 36) Bourdieu, Pierre (1998), "The Forms of Capital", In: Halsey et al, Education: Culture, Economy, and Society, Oxford: Oxford University Press.
- 37) Bourdieu, pirre (1991), language and symbolic power, translated by gino Raymond and matthew Adamson, London: polity press.
- 38) Corner, J. (2003), Mediated persona and political culture. In: J. Corner and D. Pels, eds. The media and the restyling of politics. London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- 39) Street, John (2004), "Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation", British Journal of Politics and International Relations, Vol. 12, No. 6.
- 40) Swartz, David, (1997), Culture and Power: The Sociology of Pierre Bourdieu, Chicago: The University of Chicago Press.
- 41) Turner, Jonathan H (1998), The Structure of Sociological Theory, Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

1. Pierre Bourdieu
- 2 Middle class
- 3 Thomas Gisborne
- 4 New Middle class
- 5 Emil Lederer
- 6 C. Wright Mills
- 7 James Allen Beall
- 8 Kay. Yong. an
- 9 Political competition
- 10 Maurice Duverger
- 11 Practical Theory
- 12 Pierre Bourdieu
- 13 Karl Marx
- 14 Max Weber
- 15 Habitus
- 16 Habitus

۱۷- Field به زبان فرانسه Champ گفته می‌شود و در زبان فارسی به عرصه نیز ترجمه شده است.

- 18 Captali
- 19 Economy Capital
- 20 Social Capital
- 21 Cultural Capital
- 22 Jean Claude Passeron
- 23 Symbolic Power
- 24 Kabila
- 25 Political capita
- 26 Class divided society
- 27 National bourgeoisie
- 28 Comprador bourgeoisie
- 29 Non governmental Organization
- 30 Celebrity
- 31 John Corner
- 32 John Street
- 33 Booth & Richard