فردوسی

آفرینشگر سرمایه‌های نمادین

سخنی در باب نقش سرمایه‌های نمادین در توسعه

محسن رنانی

دکترای اقتصاد، عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان

اشاره

این مقاله ویراسته و آراستهٔ بحثی است که در ۱۴ مهر ۱۳۸۹ با عنوان «نقش سرمایه‌های نمادین در توسعهٔ اقتصادی» توسط دکتر رنانی در جمع دانشجویان اقتصاد دانشگاه اصفهان ارائه شده‌است. از انجمن علمی دانشجویان اقتصاد دانشگاه اصفهان که متن سخنان ایشان را در اختیار مجلهٔ دریچه قرار داد صمیمانه سپاسگزاریم.

مقدمه

سخن امروز ما در باب سرمایه‌های نمادین است. در این نشست می‌خواهیم نخست مفهوم سرمایهٔ نمادین را معرفی و سپس نقش این سرمایه‌ها را در ایجاد بستر مناسب برای رشد و توسعه واکاوی کنیم و سرانجام به بازشناسی نقش بزرگانی مانند فردوسی در تولید سرمایه‌های نمادین در جامعهٔ ایران بپردازیم و ببینیم ما چگونه می‌توانیم از ادیبان، هنرمندان، صنعتگران، ورزشکاران و بزرگان فرهنگ و عرفانمان در مسیر توسعه اقتصادی بهره ببریم.

پیش از آنکه به تعریف سرمایه‌های نمادین بپردازیم لازم است مفهوم انواع سرمایه و چگونگی تبدیل آن‌ها به سرمایهٔ نمادین و سپس چگونگی تبدیل سرمایه‌های نمادین به تولید و ارزش اقتصادی را روشن کنیم. در واقع سؤال ما این است که چگونه می‌توانیم از کسانی مانند فردوسی و محصولاتی که فردوسی‌ها تولید می‌کنند به‌عنوان سرمایه استفاده کنیم و به‌وسیلهٔ آن‌ها توسعه و رشد ایجاد کنیم. شاید در نگاه اول سؤال غریبی باشد. راستی آیا شاهنامه می‌تواند برای ما همچون یک کارخانهٔ تولیدی باشد که سرمایه بیافریند و خلق ارزش اقتصادی کند؟ آیا فردوسی می‌تواند یک کارآفرین یا سرمایه‌دار ملّی محسوب شود؟ پاسخ مثبت است. در نگاه مدرن اقتصادی همهٔ این‌ها سرمایه‌اند و می‌توانند در خدمت رشد اقتصادی قرار گیرند. درواقع همهٔ بزرگان فرهنگ، تاریخ، هنر، سیاست و دین که زنده‌اند یا حتی درگذشته‌اند و حتی اموال آن‌ها بین وراث تقسیم شده و چیز دیگری برای تقسیم ندارند، به‌صِرف نام و آثارشان می‌توانند برای جامعهٔ ما همانند سرمایه‌ای باشند که به‌عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی عمل کند.

●●● راستی آیا شاهنامه می‌تواند برای ما همچون یک کارخانهٔ تولیدی باشد که سرمایه بیافریند و خلق ارزش اقتصادی کند؟ آیا فردوسی می‌تواند یک کارآفرین یا سرمایه‌دار ملّی محسوب شود؟ پاسخ مثبت است. در نگاه مدرن اقتصادی همهٔ این‌ها سرمایه‌اند و می‌توانند در خدمت رشد اقتصادی قرار گیرند ●●●

انواع سرمایه

در ابتدا بجاست که به معرفی انواع سرمایه بپردازیم. در اقتصاد، سرمایه‌ها به سه دستهٔ اقتصادی، انسانی و اجتماعی تقسیم می‌شوند که البته شناسایی و تفکیک این سه دسته سرمایه، چندین قرن زمان برده است. در گذشته، یعنی قرنهای شانزدهم تا نوزدهم میلادی، توجه تمامی اقتصاددانان به‌طور عمده به سرمایهٔ اقتصادی یا مالی معطوف بود. البته زمین و منابع و تجهیزات هم جزء سرمایه اقتصادی محسوب می‌شد؛ امّا در کنار این‌ها نیروی کار هم بود که سرمایه محسوب نمی‌شد.

در قرن بیستم بود که اقتصاددان چیزی به نام سرمایهٔ انسانی را معرفی کردند. منظور از آن هم انباشت دانش و تجربه‌ای بود که در نیروی انسانی محقّق می‌شد و موجب خلق ارزش و افزایش بازده و کارآیی نیروی انسانی می‌شد. بنابراین دیگر نمی‌گفتند چه تعداد نیروی کار در تولید داریم، بلکه می‌گفتند چه مقدار سرمایهٔ انسانی در تولید داریم. چراکه ممکن است یک کارخانه، ده نفر نیروی کار داشته باشد امّا سرمایهٔ انسانی‌اش از یک کارخانهٔ دارای پنجاه نفر نیروی کار هم بیشتر باشد. طبیعی است که توانایی یک مهندس برای تولید و خلق ارزش‌های اقتصادی بسیار بیشتر از یک کارگر ساده است. بنابراین سرمایهٔ انسانی یک مهندس بالاتر از سرمایهٔ انسانی یک کارگر ساده است. این بحث‌ها در نیمهٔ قرن بیستم شکل گرفت و تا پایان همان قرن بسط یافت.

امّا سرمایهٔ سوم، سرمایهٔ اجتماعی بود که نخست از سوی جامعه‌شناسان معرفی شد ولی در اواخر قرن بیستم اقتصاددانان به آن توجه کرده‌اند و اکنون بخش زیادی از ادبیات مربوط به سرمایهٔ اجتماعی توسط اقتصاددانان تولید شده است.

امّا جامعه‌شناسان دو یا سه دستهٔ دیگر از انواع سرمایه را نیز معرفی کرده‌اند. مثلاً پیر بوردیو جامعه‌شناس سرشناس فرانسوی، سرمایه‌ها را به چهار دسته تقسیم می‌کند: سرمایه‌های اقتصادی یا مالی؛ سرمایه‌های فرهنگی؛ سرمایه‌های اجتماعی؛ و سرمایه‌های سمبولیک یا نمادین. برخی جامعه‌شناسان سرمایهٔ سیاسی را هم مطرح می‌کنند. البته بوردیو تقسیم بندی‌اش بیشتر معطوف به سطح خرد و سطح فرد بوده است ولی ما در اینجا همهٔ انواع سرمایه را در سطح کلان و در سطح جامعه مطرح می‌کنیم.

تا اینجا دریافتیم که اقتصاددانان و جامعه‌شناسان درمجموع پنج نوع سرمایه را معرفی کرده‌اند یعنی سرمایه‌های اقتصادی، انسانی، فرهنگی، اجتماعی و نمادین. البته سرمایهٔ سیاسی را چون چندان مطرح نشده‌است، کنار می‌گذاریم. گرچه اکنون تمرکز بحث ما بر سرمایه‌های نمادین است؛ امّا چاره‌ای نیست که پیش از آن سرمایه‌های چهارگانهٔ دیگر را نیز معرفی کنیم.

سرمایهٔ اقتصادی

در هر مورد ابتدا مثال فردی و خُرد و سپس مثال اجتماعی و کلان آن را می‌آوریم. هر فردی مجموعه‌ای از سرمایه‌های اقتصادی، مالی و فیزیکی دارد. من اتومبیل دارم، در حساب بانکی‌ام پول دارم، همچنین زمین و کارخانه دارم. این‌ها سرمایه‌های اقتصادی من محسوب می‌شود. چرا به این‌ها می‌گوییم سرمایه؟ چون من به کمک این‌ها می‌توانم منافعی را به سمت خودم جلب کنم و نیز می‌توانم در مقابل دیگران اعمال قدرت کنم.

درواقع سرمایه دو کارکرد اصلی دارد: ابزاری برای اعمال قدرت و ابزاری برای جلب منفعت است. هر وقت اسم سرمایه -از هر نوعی- را می‌آوریم یا می‌خواهیم بدانیم که چیزی سرمایه است یا نه، باید ببینیم دارای این دو کارکرد هست یا نه.

ما با سرمایهٔ اقتصادی می‌توانیم اعمال قدرت کنیم، یعنی می‌توانیم یک کارخانه تأسیس کنیم، تصمیمات انسان‌ها را عوض کنیم، چیزی را بسازیم یا خراب کنیم، افرادی را دور خود جمع کنیم یا افرادی را طرد کنیم. در سطح کلان هم مواردی مانند کارخانه‌ها، سدها، جادّه‌ها، منابع طبیعی و... سرمایه‌های مادّی یک ملّت محسوب می‌شوند.

سرمایهٔ فرهنگی و سرمایهٔ انسانی

نوع دیگر سرمایه، سرمایهٔ فرهنگی است. در

سطح فردی، هرچه دانش یک فرد افزایش یابد، توانایی‌های فرهنگی‌اش افزایش یابد، هنرمند باشد، آداب معاشرت بداند، تاریخ را خوانده باشد، شعر بیشتری حفظ باشد و... او سرمایهٔ فرهنگی بیشتری دارد.

اقتصاددانان در کنار سرمایهٔ فرهنگی، سرمایهٔ انسانی را اضافه کرده‌اند که از سرمایهٔ فرهنگی متمایز است. سرمایهٔ انسانی توانایی‌های تخصصی و فنّی و کارآمدی‌های فرد است که حاصل انباشت دانش و تجربه در اوست. هرچه فرد تحصیلات و تجربه‌اش در فعالیت‌ها بالا رود و مهارت پیدا کند، توانایی و کارآیی او در فعالیّت‌های اجتماعی و اقتصادی و تولیدی بالا می‌رود. وقتی فرد یک کارگر ساده باشد سرمایهٔ انسانی او پایین است اما وقتی بر اثر تجربهٔ زیاد، یک کارگر ماهر می‌شود سرمایهٔ انسانی بالاتری دارد. همچنین وقتی به علّت تحصیلات تبدیل به یک تکنسین و بعد از آن تبدیل به یک مهندس یا متخصّص دیگری می‌شود، باز سرمایهٔ انسانی او افزایش می‌یابد.

یعنی فرد در اصل یک‌نفر است ولی با کسب مهارت یا تخصّص، بیش از یک‌نفرِ معمولی می‌تواند تولید کند. سرمایهٔ انسانی و سرمایهٔ فرهنگی با یکدیگر قرابت زیادی دارند. بخشی از آنچه که سرمایهٔ انسانی ما را می‌سازد مثل دانش، سرمایهٔ فرهنگی ما را هم می‌سازد. زمانی که یک فرد دانش بالایی دارد، هم نوعی اعتبار فرهنگی دارد که سرمایه محسوب می‌شود و به‌وسیلهٔ آن می‌تواند جلب منفعت یا اعمال قدرت کند، و هم به‌وسیلهٔ دانشش می‌تواند در فعالیت‌های اقتصادی کارآمدتر باشد، پس سرمایهٔ انسانی هم دارد.

بنابراین سرمایهٔ انسانی که اقتصاددانان بیشتر بر آن تأکید می‌کنند و سرمایهٔ فرهنگی که جامعه‌شناسان بیشتر بر آن تأکید می‌کنند، با یکدیگر قرابت و هم‌پوشانی دارند و در جاهایی این‌هردو یکی می‌شوند. زمانی که دانش در کارخانه استفاده می‌شود، سرمایهٔ انسانی می‌شود و زمانی که به‌عنوان مناسبات با انسان‌های دیگر استفاده می‌شود، سرمایهٔ فرهنگی می‌شود. پس سرمایهٔ فرهنگی یک فرد، مجموعهٔ دانش، اطلاعات، توانایی‌های فنّی، تخصّصی و علمی او است.

در سطح ملّی، سرمایهٔ فرهنگی تمام محصولات فرهنگی آن ملّت چون هنر، ادبیات، موسیقی و آثار باستانی او است که به اعتبار آن‌ها می‌تواند اعمال قدرت یا جلب منفعت کند. اگر توریست‌ها برای دیدار از مناطق تاریخی می‌آیند درواقع برایِ دیدن سرمایه‌های فرهنگی ما می‌آیند. مثلاً ما ایرانیان چون سرمایهٔ فرهنگی داشته‌ایم چند سال پیش به‌عنوان نمایندهٔ فرهنگی جهان اسلام انتخاب شدیم و اصفهان به‌عنوان پایتخت فرهنگی جهان اسلام انتخاب شد.

سرمایهٔ اجتماعی

نوع چهارم سرمایه، سرمایهٔ اجتماعی است. سرمایهٔ اجتماعی قابل مشاهده نیست، امّا وجود دارد. سرمایهٔ اجتماعی در سطح یک فرد به‌تنهایی وجود ندارد. یک فرد ممکن است در یک جزیره به‌تنهایی زندگی کند و سرمایهٔ فرهنگی و اقتصادی و انسانی داشته باشد، اما نمی‌تواند سرمایهٔ اجتماعی داشته باشد. برای مثال من به‌عنوان یک فرد و به‌تنهایی ممکن است اتومبیل یا اموال مختلفی داشته باشم؛ یعنی سرمایهٔ اقتصادی دارم. یا ممکن است باسواد باشم، شعر حفظ باشم یا شاعر، نقّاش یا خطّاط باشم، که درواقع سرمایهٔ فرهنگی دارم. یا ممکن است متخصّص باشم که به معنی سرمایهٔ انسانی است. اما سرمایهٔ اجتماعی همان‌طور که از اسمش پیداست زمانی شکل می‌گیرد که اجتماعی وجود داشته‌باشد. نخستین سطح شکل‌گیری سرمایهٔ اجتماعی وقتی است که دو فرد در تعامل و همکاری با هم وجود دارند.

مفهوم سرمایهٔ اجتماعی چیست؟ به‌طور ساده زمانی‌که ما به یکدیگر اعتماد یا کمک می‌کنیم، زمانی‌که صداقت می‌ورزیم، زمانی‌که با هم در احزاب، انجمن‌ها و گروه‌های محلی مشارکت می‌کنیم، زمانی‌که قوانین رانندگی و سایر قوانین را رعایت می‌کنیم و...، سرمایهٔ اجتماعی شکل می‌گیرد. می‌بینید که در اعتماد، مشارکت، یاری، صداقت و... همواره باید دو طرف وجود داشته باشد. این‌را می‌گوییم سرمایه؛ چون وقتی شکل می‌گیرد،

در میان سه سرمایۀ اقتصادی، انسانی و اجتماعی، مهم‌ترین سرمایه، سرمایۀ اجتماعی است. اگر سرمایۀ اجتماعی وجود نداشته باشد، سرمایۀ اقتصادی و انسانی نمی‌توانند خیلی مفید باشند

می‌تواند چیزی تولید کند یا ارزش اقتصادی بیافریند. مثلاً وقتی ما هر کدام در محلّه‌مان جدای از هم و بدون ارتباط و اعتماد به یکدیگر زندگی کنیم، هیچ‌گاه محله‌مان تمیز نمی‌شود. ولی وقتی باهم جمع می‌شویم و به‌هم اعتماد می‌کنیم و شورای محل تشکیل می‌دهیم، سرمایۀ اجتماعی بین ما شکل می‌گیرد. بعد تصمیم می‌گیریم محلّه‌مان را تمیز کنیم، درخت‌کاری کنیم، صندوق همیاری محلّی تشکیل دهیم و.... پس تنها زمانی‌که گرد هم جمع شدیم و با هم همکاری کردیم، توانستیم این کارها را انجام دهیم. من به تنهایی نمی‌توانم صندوق همیاری یا شورای محلّی تشکیل دهم. من به تنهایی نمی‌توانم جشن محلّی برگزار کنم و تنها شرکت کنندۀ آن خودم باشم؛ باید افراد دیگری هم در جشن شرکت کنند، تا جشن معنی داشته باشد.

جامعه‌شناسان، سه شاخص برای سرمایۀ اجتماعی معرفی می‌کنند: اعتماد، مشارکت و همیاری. اعتماد دارای دو سطح عام و خاص است. «اعتماد خاص» این است که من به برادرم یا دوستم یا همسایه‌ام یا هرکسی که می‌شناسم، اعتماد کنم. «اعتماد خاص» این است که به کسانی که نمی‌شناسم، اعتماد کنم. مثلاً به رانندۀ تاکسی به‌صرف اینکه راننده است و دارای مجوز است، اعتماد می‌کنم. یا به پلیس به‌صرف پلیس بودنش، به روحانی به‌صرف روحانی بودنش و به پزشک به‌صرف پزشک بودنش اعتماد می‌کنم. بدون توجّه به اینکه آن‌ها را می‌شناسم یا نه. در سطح فردی و خُرد، اعتماد خاص بین دو نفر برای آن‌ها سرمایۀ اجتماعی می‌آورد. اما در سطح کلّ جامعه، اعتماد عام است که سرمایۀ اجتماعی را به‌وجود می‌آورد. زمانی‌که من بتوانم به کسانی که نمی‌شناسم، اعتماد کنم و با آنان مشارکت و همکاری کنم، سرمایۀ اجتماعی شکل می‌گیرد.

مثلاً در پیمایشی که باعنوان «سنجش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان» در سال ۱۳۸۲ توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شده‌است، اعتماد عام مورد بررسی قرار گرفته است. براساس نتایج این نظرسنجی، تنها ۱۰درصد مردم ابراز داشته‌اند که به دیگران اعتماد زیادی دارند. در همین نگرش‌سنجی، اعتماد افراد نسبت به گروه‌های اجتماعی نیز سنجیده شده است. مثلاً میزان اعتماد عمومی سطح بالا به معلمان و استادان دانشگاه به ترتیب حدود ۷۵ و ۶۵درصد بوده است. نیز اعتماد سطح بالا به پزشکان و روحانیان به ترتیب حدود ۵۵ و ۳۸درصد بوده است. همچنین اعتماد سطح بالا به قضات و مدیران دولتی به ترتیب حدود ۳۰ و ۲۰درصد بوده است.

بنابراین سرمایۀ اجتماعی عبارت است از مجموعۀ مناسبات و شبکۀ روابط اعتمادآمیز و همیارانه‌ای که بین افراد یک جامعه شکل می‌گیرد. در میان سه سرمایۀ اقتصادی، انسانی و اجتماعی، مهم‌ترین سرمایه، سرمایۀ اجتماعی است. اگر سرمایۀ اجتماعی وجود نداشته باشد، سرمایۀ اقتصادی و انسانی نمی‌توانند خیلی مفید باشند. مثلاً می‌خواهیم یک کارخانۀ خیلی مدرن را راه‌اندازی کنیم. به‌عنوان سرمایۀ اقتصادی، بهترین و مدرن‌ترین ماشین‌آلات را خریداری می‌کنیم. آیا کارخانۀ ما به‌صرف این‌گونه خریدها به راه می‌افتد؟ یعنی اگر ماشین‌ها را در یک ساختمان در کنار هم بچینیم و برویم آیا در آن ساختمان تولید انجام می‌شود؟ باید یک عده‌ای بیایند و با آن ماشین‌ها کار کنند تا کارخانۀ ما راه بیفتد. پس به‌عنوان سرمایۀ انسانی، بهترین متخصّصان را از سطح دنیا جمع‌آوری می‌کنیم و می‌آوریم در کنار هر ماشین یک متخصّص قرار می‌دهیم. حالا آیا کارخانۀ ما راه می‌افتد و از آن محصولی تولید می‌شود؟ خیر! چون اولین کاری که باید صورت بگیرد این است که این آدم‌ها بتوانند با یکدیگر حرف بزنند. پس ابتدا باید زبان مشترک داشته باشند. دوم باید با یکدیگر قهر نباشند وگرنه همکاری صورت نمی‌گیرد. سوم، کسانی‌که در کنار ماشین‌ها ایستاده‌اند، باید بپذیرند که در چارچوب یک سازمان یا شرکت دارند فعالیت می‌کنند؛ یعنی سلسله مراتب سازمانی را بپذیرند، و قواعد و قوانین سازمانی را رعایت کنند. یعنی به‌موقع بیایند و بروند. امانت‌دار و صرفه‌جو باشند. به یکدیگر اعتماد داشته باشند. مراقب این باشند که دستگاه‌ها آسیب نبینند و... .

تصوّر کنید که در یک کارخانۀ اتومبیل‌سازی،

کارگران به یکدیگر اعتماد نداشته باشند. دراین‌صورت هر کارگر پس از آنکه بخشی از اتومبیل را نصب کرد، برای تحویل آن به کارگر بعدی از او برگه رسید بخواهد. گاهی هم تحویل گیرنده می‌گوید من اول باید بررسی کنم که آیا فلان قطعه‌ای که نصب کرده‌ای، درست نصب شده است یا نه؛ بعد رسید بدهم. دراین‌صورت بخش زیادی از وقت کارگران صرف رسید دادن و رسید گرفتن از یکدیگر می‌شود. ولی در عالم واقع این‌گونه نیست. یعنی کارگر اول پس از آن که درهای خودرو را پِرِس می‌کند، آن‌را برای بستن پیچ‌ها به روی میز کارگر بعدی می‌گذارد. چرا این کار را می‌کند؟ چون بینشان اعتماد حکم‌فرماست و پذیرفته‌اند که در یک سازمان مشارکت کنند و قواعد سازمانی را رعایت کنند و با هم در جهت تولید خودرو همکاری کنند.

پس زمانی‌که سرمایهٔ اجتماعی به میان می‌آید انسان‌ها می‌توانند با هم کار کنند و وقتی انسان‌ها باهم کار کنند ماشین‌آلات هم باهم کار می‌کند. ماشین‌آلات به تنهایی باهم کار نمی‌کنند، انسان‌ها هم به تنهایی باهم کار نمی‌کنند. سرمایهٔ اجتماعی که بیاید انسان‌ها یاد می‌گیرند و می‌پذیرند که باهم کار کنند و سپس ماشین‌ها را با هم به کار می‌اندازند. می‌بینیم که بین سه دسته سرمایه، سرمایهٔ اجتماعی از همهٔ آن‌ها مهم‌تر است.

در یک ورزشگاه فوتبال، چمن، صندلی‌ها و تجهیزات ورزشگاه به‌مثابهٔ سرمایهٔ اقتصادی ورزشگاه هستند. همچنین بازیگران خبره و حرفه‌ای، مربیان برجسته و مجموعه عوامل بازی، همه سرمایه‌های انسانی بازی هستند. اما قواعد حاکم بر بازی، اخلاق بازی، بی‌طرف بودن داور، عادلانه بودن داوری و... سرمایه‌های اجتماعی بازی محسوب می‌شوند. اگر اخلاق بازی وجود نداشته باشد، کسی بازی نخواهد کرد.

اگر خاطرتان باشد، چند سال پیش در یک مسابقهٔ فوتبال که بین ایران و کرهٔ جنوبی در ورزشگاه آزادی تهران در جریان بود، به علت پرتاب نارنجک از سوی تماشاگران ایرانی، تیم کره ورزشگاه را ترک کرد و از ادامهٔ بازی منصرف شد. این نمونهٔ بارزی است از وضعیتی که در آن اخلاق بازی و قواعد بازی رعایت نمی‌شود و همکاری و تعامل را متوقف می‌کند. بنابراین هرنوع بازی اجتماعی زمانی شکل می‌گیرد که سرمایهٔ اجتماعی وجود داشته باشد. اگر سرمایهٔ اقتصادی نباشد، مثلاً ورزشگاه مجهّز یا زمین چمن خوب وجود نداشته باشد، آیا بازی شکل نمی‌گیرد؟ چرا! بازیکن‌ها توپشان را برمی‌دارند و به یک خیابان خلوت یا یک زمین بایر و یا به ساحل می‌روند و بازی می‌کنند. پس برای شروع بازی و همکاری، سرمایهٔ اقتصادی مهّم نیست. حتی اگر سرمایهٔ انسانی هم نباشد، یعنی بازیکن‌ها حرفه‌ای نباشند هم مشکلی نیست؛ یعنی آن‌ها با هر سطحی از مهارت که باشند بازی را راه می‌اندازند. پس برای شکل‌گیری بازی فوتبال، سرمایهٔ اقتصادی؛ یعنی زمین چمن، تجهیزات، نورپردازی و نظایر این‌ها مهم نیست. سرمایهٔ انسانی هم مهم نیست. آنچه مهم است و به شکل‌گیری بازی کمک می‌کند، سرمایهٔ اجتماعی بازی است، یعنی اینکه همهٔ افراد، قواعد بازی را قبول داشته باشند. به یکدیگر اعتماد داشته باشند. اخلاق بازی را رعایت کنند. فحاشی نکنند. ضرب و شتم نکنند. داوری آن‌ها بی طرف باشد و نظایر این.

شکل‌گیری بازی‌های اقتصادی نیز به همین صورت است. سرمایهٔ اقتصادی مهّم نیست، یا اینکه اهمیّت آن کم است. پخش کردن پول، یا وام دادن، تولید نمی‌آورد. فعّالین ما ابتدا باید قصد تولید داشته باشند، تا پول کار آن‌ها را راحت‌تر کند. پول مانند روغنی است که به یک دستگاه می‌زنیم. روغن فقط چرخ‌دنده‌ها را روان می‌کند امّا موجب حرکت چرخ‌دنده‌ها نمی‌شود. در اقتصاد هم پول نقش روغن را دارد. باید ماشینی باشد، چرخ دنده‌ای باشد، موتور محرکه‌ای باشد که بخواهد کار کند بعد روغن بزنیم تا راه بیفتد. در اقتصاد باید مردم بخواهند فعالیّت کنند، خلاقیّت داشته باشند، باهم قهر نباشند، طریقهٔ تعامل با یکدیگر را بدانند، از دولت و رفتارها و سیاست‌های او نترسند، اعتماد وجود داشته باشد، امید به آینده داشته باشند، شرایط کشور با ثبات باشد، به قانون معتقد باشند، حقوق مالکیتشان تضمین شده باشد

زمانی که سرمایهٔ اجتماعی به میان می‌آید انسان‌ها می‌توانند با هم کار کنند و وقتی انسان‌ها باهم کار کنند ماشین‌آلات هم باهم کار می‌کنند. ماشین‌آلات به تنهایی باهم کار نمی‌کنند. انسان‌ها هم به تنهایی باهم کار نمی‌کنند. سرمایهٔ اجتماعی که بیاید انسان‌ها یاد می‌گیرند و می‌پذیرند که با هم کار کنند و سپس ماشین‌ها را با هم به کار می‌اندازند

و...، تا تصمیم بگیرند که فعالیّت خلاق اقتصادی انجام دهند. پس از این تصمیم است که آن‌ها به پول نیاز پیدا می‌کنند. بنابراین زمانی‌که اکثر نیروهای خلاق و کارآفرین تصمیم به سرمایه‌گذاری خلاق ندارند و نمی‌خواهند سرمایه‌گذاری بلندمدّت انجام دهند یا کارخانه‌ای بزرگ بسازند و فقط می‌خواهند کارهای کوچکی انجام دهند تا سرمایه‌هایشان را باد نبرد و ترجیح می‌دهند که سرمایه‌هایشان را در بانک بگذارند یا آن را به‌صورت طلا و زمین درآورند، نشانهٔ آن است که سرمایهٔ اجتماعی در چنین جامعه‌ای کافی نیست. حال ما هر چه پول و وام و سرمایه به اقتصاد تزریق کنیم به‌جای جهش در تولید، تورّم ایجاد می‌شود.

پس در نظام اقتصادی آن چیزی که حرکت را امکان‌پذیر می‌کند و این امکان را فراهم می‌کند که سرمایهٔ انسانی و اقتصادی کنار هم کار کنند و تولید ایجاد کنند، سرمایهٔ اجتماعی است. به‌طور خیلی ساده می‌توانیم شاخص توسعه را سرمایهٔ اجتماعی بگیریم. اصولاً بدون تحقق یا رشد سرمایهٔ اجتماعی، توسعه شکل نمی‌گیرد، چون توسعه عبارت است از ارتباط قانونمند و اعتمادآمیز و تعامل کم‌هزینهٔ بازیگران اقتصاد با یکدیگر. این ارتباط و تعامل زمانی شکل می‌گیرد که رفتار مردم قانونمند و قانون محترم باشد. اخلاق رعایت شود و فساد در سطح پایین باشد که همهٔ این‌ها به معنی سرمایهٔ اجتماعی است؛ یعنی مجموعه ویژگی‌هایی که باعث می‌شود ما در جامعه به‌راحتی و با کمترین هزینه، داد و ستد و تعامل داشته باشیم.

در سطح فردی و محلّی، وقتی به یکدیگر پول قرض می‌دهیم و کمک می‌کنیم یا زمانی‌که یکی از ما در مسافرت است، از خانهٔ او مراقبت می‌کنیم، یا در مشکلات همدیگر را یاری می‌کنیم و یا با یکدیگر ارتباطات شبکه‌ای داریم و شورای محله، گروه نقاشی، گروه موسیقی و انواع گروه‌های محلّی یا دوستانه را تشکیل می‌دهیم، همه به معنی وجود سرمایهٔ اجتماعی است. در سطح کلان اجتماعی نیز وجود احزاب و نهادهای مدنی، مؤسسات و انجمن‌های خیریه، اعتماد به دولت، رواج قانون‌گرایی، بالا بودن نشاط و امید به آینده در جامعه، رواج صداقت و دوستی و اعتماد در میان مردم و... نشانهٔ بالا بودن سرمایهٔ اجتماعی است. این ویژگی‌ها موجب می‌شود که مردم بتوانند با یکدیگر در شبکه‌های اجتماعی، مثل انجمن‌ها و نهادهای اجتماعی غیردولتی همکاری کنند. پس شبکه‌ها هم از شاخص‌های سرمایهٔ اجتماعی هستند. در یک جامعه هرچه شکل‌گیری شبکه‌ها ساده‌تر باشد، سرمایهٔ اجتماعی راحت‌تر تکثیر می‌شود و هرچه تعداد شبکه‌ها بیشتر باشد، نشانگر بالاتر بودن سطح سرمایهٔ اجتماعی است. بنابراین هرچه سطح اعتماد و تعداد شبکه‌های اجتماعی مثل احزاب، انجمن‌ها و مؤسسات مردم‌نهاد، گروه‌های همیاری، گروه‌های محیط زیست، گروه‌های ورزشی و نظایر آن بالا باشد، نشانگر این است که مردم تمایل به برقراری تعامل با یکدیگر دارند و سرمایهٔ اجتماعی بالاتر است.

به‌طور متقابل هرچه در جامعه‌ای پرهیز مردم از یکدیگر چشمگیرتر و ارتباطات و رفت‌وآمدهایشان کمتر باشد، در گروه‌های اجتماعی همکاری مستمر و سازمان یافته‌ای نداشته باشند، خانه‌های خود را نرده بکشند، پرده‌هایشان را بیشتر ببندند، برای خودروهایشان دزدگیر بگذارند، برای خانه‌هایشان چشم الکترونیک نصب کنند و...، همه نشانگر این است که اعتمادها کمتر است و سرمایهٔ اجتماعی پایین‌تر است. افزایش تعداد پرونده‌های دادگستری نسبت به جمعیت، نشان می‌دهد که تعاملات ما به مشکل برمی‌خورد و معاملات، دوستی‌ها و رفت‌وآمدهایمان خیلی با مشکل مواجه می‌شود و برای حل و فصل آن‌ها مجبوریم به دادگستری مراجعه کنیم. یا افزایش مستمر تعداد چک‌های برگشتی در بانک‌ها نشان می‌دهد که ما به یکدیگر اعتماد نداریم و به قول و قرارهایمان پایبند نیستیم. هرچه معاملاتمان سخت‌تر بشود و در معاملاتمان تضمین‌های بیشتری از یکدیگر بگیریم، نشانگر عدم وجود اعتماد است و روشن می‌کند که سرمایهٔ اجتماعی پایین آمده است.

در سالهای اخیر سهم چک‌های برگشتی در کلِ چک‌ها در کشور روندی افزایشی داشته است. مثلاً اخیرا بانک مرکزی گزارش داد که در پنج ماه اول

پس سرمایه‌های نمادین عبارتند از انواع سرمایه‌های اقتصادی، انسانی، فرهنگی و اجتماعی ای که به سمبل و نماد تبدیل شده‌اند و از طرف عموم مردم شناخته شده‌اند و به یک افتخار و نماد ملی تبدیل شده‌اند و چیزی از جنس احترام و افتخار در آن‌ها تبلور یافته است

سال ۸۹ حدود دو میلیون و چهارصد هزار برگه چک جمعاً به مبلغ حدود یازده هزار میلیارد تومان برگشت خورده است. به‌همین‌ترتیب تعداد پرونده‌های دادگستری نسبت به جمعیّت، در دو دهۀ اخیر صعودی بوده است. همچنین نسبت خودکشی به جمعیت، نسبت طلاق به جمعیت، نسبت اعتیاد به جمعیت، نسبت تخلّفات رانندگی به جمعیت و... در دو دهۀ اخیر همه صعودی بوده‌اند. این‌ها شاخص‌ها و نشانه‌های این است که سرمایۀ اجتماعی در جامعۀ ما درحال تخریب است. به‌همین‌علّت است که خیلی سخت می‌توانیم با یکدیگر فعالیت اقتصادی راه بیندازیم. هر هفته صدها شرکت تأسیس و همزمان با آن، صدها شرکت منحل می‌شود. تعداد زیادی از شرکت‌ها و همکاری‌های اقتصادی شروع می‌شوند ولی ادامه پیدا نمی‌کنند. بیشتر این‌ها ناشی از این است که سرمایۀ اجتماعی پایین آمده‌است. مشکل امروز ایران، عمدتاً کاهش و تخریب سرمایۀ اجتماعی است؛ یعنی اگر اقتصاد رشد نمی‌یابد، جهشی ندارد، سرعت نمی‌گیرد، اگر توزیع پول اثری بر تولید ندارد و اگر وام دادن اشتغال را بهبود نمی‌بخشد ناشی از این است که سرمایۀ اجتماعی وجود ندارد. متأسفانه در سالهای اخیر اعتماد بین ملّت و دولت نیز به شدت تخریب شده‌است. دولت مؤثرترین عامل بر سرمایۀ اجتماعی است که رفتارش می‌تواند موجب تولید یا تخریب سرمایل اجتماعی شود. به‌نظر می‌رسد یکی از عوامل اصلی تخریب سرمایۀ اجتماعی در سال‌های اخیر در ایران، رفتار دولت بوده است.

سرمایه نمادین

اما سخن ما پیرامون سرمایه‌های نمادین بود. می‌خواهیم ببینیم که نقش سرمایه‌های نمادین چیست؟ همان‌طور که گفتیم سرمایه چیزی است که به ما توانایی اعمال قدرت و جلب منفعت می‌دهد. زمانی‌که هریک از آن سرمایه‌های چهارگانه(اقتصادی، انسانی، فرهنگی و اجتماعی) به نماد تبدیل شوند و از طرف همه شناخته شوند، شهرت یابند، پذیرفته شوند و درمیان جامعه رسمیّت یابند آن سرمایه علاوه بر آن که سرمایۀ اقتصادی یا فرهنگی یا انسانی است «سرمایۀ نمادین» هم می‌شود. پس سرمایه‌های نمادین عبارتند از انواع سرمایه‌های اقتصادی، انسانی، فرهنگی و اجتماعی‌ای که به سمبل و نماد تبدیل شده‌اند و از طرف عموم مردم شناخته شده‌اند و به یک افتخار و نماد ملی تبدیل شده‌اند و چیزی از جنس احترام و افتخار در آن‌ها تبلور یافته است. یعنی زمانی‌که اسم آن‌ها را می‌شنویم، یا آن‌ها را می‌بینیم، احساس افتخار به ما دست می‌دهد. زمانی‌که یکی از سرمایه‌ها به سرمایۀ نمادین تبدیل می‌شود، ارزش آن بالاتر می‌رود. یعنی ارزش اولیه را دارد و یک ارزش نمادین نیز به آن افزوده می‌شود. مثلاً در سال‌های پس از انقلاب یک اتومبیل فیات را در وسط دانشکده ادبیات دانشگاه فردوسی مشهد به نمایش گذاشتند(نمی دانم هنوز هم آن جا هست یا نه). ارزش اسقاطی این اتومبیل امروز ممکن است چند صد هزار تومان باشد ولی آن اتومبیل اکنون یک سرمایه نمادین است، چون آن اتومبیل متعلّق به مرحوم دکتر شریعتی استاد آن دانشکده بوده است. خود آن اتومبیل یک سرمایۀ اقتصادی، با ارزش ناچیز است؛ ولی چون متعلّق به دکتر شریعتی است، توسط آن دانشکده به یک نماد تبدیل شده و یک سرمایۀ نمادین تولید کرده است. اگر چنین نکرده بودند، حالا این اتومبیل مثل میلیون‌ها اتومبیل دیگر در گوشه‌ای پوسیده بود. اما کنون اتومبیل دکتر شریعتی یک سرمایۀ نمادین برای آن دانشکده یا حتّی برای کل دانشگاه فردوسی مشهد شده‌است؛ یعنی علاوه بر ارزش چند صد هزار تومانی لاشۀ اتومبیل، ممکن است اگر آن را حراج کنند کسی حاضر باشد آن را چند صد میلیون تومان خریداری کند. پس این اتومبیل به یک سرمایۀ نمادین تبدیل شده‌است.

تابلوی «تالار آیینه» اثر کمال الملک یا تابلوی «عصر عاشورا» اثر استاد فرشچیان را در نظر بگیرید. این هنرمندان آن دو را در زمانی‌که هنوز شهرت جهانی نیافته بودند، به تصویر کشیدند. این تابلوها ابتدا یک سرمایۀ فرهنگی؛ یعنی یک نقاشی یا یک تولید هنری بوده که توسط یک نقاش تولید شده و ارزش آن مطابق عرف زمان و معادل ارزش سایر نقاشی‌های مشابه بوده‌است. ولی بعدها که این دو

برخی سرمایه‌های نمادین هم به شکل انسان‌ها هستند؛ مانند افراد مشهور، مراجع تقلید، استادان، عالمان و هنرمندان برجسته. این‌ها زمانی که به مشاهیر تبدیل شدند، سرمایۀ نمادین می‌شوند

●●● هرچیزی که به سرمایۀ نمادین تبدیل شود، ارزش سرمایه‌ای آن بالا می‌رود و منجر به جلب منفعت جدید هم می‌شود. پرچم یک کشور، متفکرین و هنرمندان برجستۀ یک کشور و آثار برجستۀ هنری، فرهنگی، علمی و فنی یک کشور، همگی می‌توانند سرمایۀ نمادین باشند ●●●

نقاش به شهرت جهانی دست یافتند و تابلوهایشان هم جهانی شد، این تابلوها به سرمایه‌های نمادین تبدیل شدند. یعنی حالا وقتی این تابلوها را حراج کنیم، برای آن‌ها میلیون‌ها دلار قیمت گذاشته می‌شود. چرا؟! چون هم نقاش و هم خود نقاشی به سرمایۀ نمادین تبدیل شده‌است. حالا وقتی می‌گوییم تابلوی «عصر عاشورا» یا تابلوی «تالار آیینه»، همه می‌دانیم که منظورمان کدام تابلو است. این تابلوها غیر از ارزش معمولی یک تابلوی نقاشی، ارزش نمادین یافته‌اند.

پس هرچیزی که به سرمایۀ نمادین تبدیل شود، ارزش سرمایه‌ای آن بالا می‌رود و منجر به جلب منفعت جدید هم می‌شود. یعنی حالا شما می‌توانید تابلوهای استاد فرشچیان را در موزه‌ای بگذارید و بعد می‌بینید که مردم از سراسر دنیا برای دیدن آن‌ها می‌آیند و پول خرج می‌کنند.

نمونه‌های زیادی از سرمایه‌های نمادین را می‌توانیم مثال بزنیم. پرچم یک کشور، متفکرین و هنرمندان برجستۀ یک کشور و آثار برجستۀ هنری، فرهنگی، علمی و فنی یک کشور، همگی می‌توانند سرمایۀ نمادین باشند. بسیاری از نمادهای مذهبی، مانند ائمه یا حتی مقبرۀ آن‌ها سرمایۀ نمادین هستند که از آن ارزش و سرمایۀ اولیۀ فرهنگی که پشت آن‌ها بوده گرفته شده است. یعنی ائمه اول یک سرمایۀ فرهنگی بوده‌اند بعد به یک سرمایۀ نمادین تبدیل شده‌اند.

انواع سرمایه‌های نمادین

سرمایه‌های نمادین انواع مختلف دارند. کالاها می‌توانند جزیی از سرمایه‌های نمادین باشند. نمونۀ آن اتومبیل دکتر شریعتی، یا انواع اشیاء عتیقۀ تاریخی یا تابلوهای هنری. همچنین برخی ساختمان‌ها به سرمایۀ نمادین تبدیل می‌شوند، مثل گنبد و مقبرۀ معصومین، برج آزادی، مسجد جامع اصفهان، میدان نقشِ‌جهان، برخی نمادها یا علائم مثل پرچم یک کشور یا آرَم جمهوری اسلامی یا آرم هواپیمایی ملّی ایران، هما و....

همچنین سرمایه‌های نمادین می‌توانند به شکل انسان‌ها باشند. بسیاری از سیاستمداران گذشته، امروز سرمایۀ نمادین ما هستند، مثل پادشاهان، و سایر سیاستمدارانی نظیر امیرکبیر و مصدق. این‌ها قبلاً سرمایۀ سیاسی بوده‌اند که به سرمایۀ نمادین تبدیل شده‌اند. همچنین هنرمندان می‌توانند سرمایه‌های نمادین باشند؛ یعنی آن‌ها قبلاً سرمایۀ فرهنگی بوده و هنرشان را داشته‌اند و به‌تدریج زمانی‌که شناخته شدند، مورد احترام واقع شده، شهرت یافته، محبوب شده و به سرمایۀ نمادین تبدیل شده‌اند. مثل استاد فرشچیان، استاد شجریان و سایر هنرمندان.

ورزشکاران نیز می‌توانند سرمایۀ نمادین باشند. یکی از بهترین منابع تکثیر سرمایه‌های نمادین، برای عموم مردم، ورزشکاران و هنرپیشه‌ها هستند. استاد فرشچیان یک سرمایۀ نمادین است؛ امّا همۀ قشرهای جامعه ایشان را نمی‌شناسند و بنابراین میزان فراگیری این سرمایۀ نمادین وسیع نیست. امّا ورزشکاران و بازیگران از نمونه‌هایی هستند که اگر به سرمایۀ نمادین تبدیل شوند، گستره و برد زیادی دارند؛ یعنی هم از نظر دامنۀ تأثیرگذاری و هم از نظر دامنۀ جلب منفعت، بسیار گسترده عمل می‌کنند. متأسفانه در کشور ما از آن‌ها استفاده نمی‌شود و تلاش بر این است که نگذارند آن‌ها به سرمایه تبدیل بشوند. درحالی‌که در کشورهای توسعه یافته، افراد برجسته به‌راحتی می‌توانند به سرمایۀ نمادین تبدیل شوند. هرچه سرمایه‌های

نمادین یک کشور بالا برود، درواقع کل حجم دارایی‌های یک کشور بالا رفته‌است. یعنی ما خیلی ساده می‌توانیم سرمایهٔ نمادین تولید کنیم، امّا برعکس اگر کسی هم با کوشش خود به مرحله‌ای برسد که بتواند به سرمایهٔ نمادین تبدیل شود معمولا حکومت ما همراهی نمی‌کند و سعی می‌کند او را از سرمایه بودن و سرمایه شدن بیندازد درحالی‌که ما به سرمایه‌های نمادین برای توسعه کشور نیازمندیم و از بین بردن این سرمایه‌ها خسارت محسوب می‌شود.

پس برخی سرمایه‌های نمادین هم به شکل انسان‌ها هستند؛ مانند افراد مشهور، مراجع تقلید، استادان، عالمان و هنرمندان برجسته. این‌ها زمانی‌که به مشاهیر تبدیل شدند، سرمایهٔ نمادین می‌شوند. اخیراً گزارشی درمورد فرصت‌ها، امکانات و توانایی‌های استان کرمانشاه می‌خواندم. دیدم نام یکی از خوانندگان برجستهٔ کشور، یعنی استاد شهرام ناظری را که امروز جزء مشاهیر ملی ما و زادهٔ آن استان است، در فهرست قابلیت‌ها و دارایی‌های آن استان آورده‌اند. کار درستی است. یعنی این هنرمند زمانی سرمایهٔ فرهنگی بوده بعد وقتی به حد اعتبار و افتخار رسیده به سرمایهٔ نمادین تبدیل شده‌است و حالا کار درست همین است که این سرمایهٔ نمادین را تقویت کنیم و حتی جهانی‌اش کنیم تا موجب جلب سرمایه‌های جدید برای ما شود. پس یک قاعدهٔ ساده این است که هرچه ما بکوشیم و بتوانیم انواع سرمایه‌هایمان را به سرمایهٔ نمادین تبدیل کنیم، ظرفیت جذب سرمایه و منفعت و قدرت اعمال نفوذ خودمان را بالا برده‌ایم. این کار خیلی ساده است و نیاز چندانی به هزینه کردن هم ندارد، فقط یک هنر است که ما بتوانیم سرمایه‌های اقتصادی، انسانی، فرهنگی و اجتماعی‌مان را به سرمایهٔ نمادین تبدیل کنیم.

تجربهٔ سایر کشورها

زمانی‌که به شهرهای تاریخی ایتالیا بروید، می‌بینید که در هر میدانی یک مجسمه وجود دارد و در پایین آن تاریخچه‌ای از آن نوشته شده‌است. مثلاً در یک میدان، «تندیس داوود» را قرار داده‌اند و میدان را به همان نام می‌خوانند. اما این تندیس، یک کپی از «مجسمه داوود» است که در اوایل قرن شانزدهم میلادی توسط میکل‌آنژ تراشیده شد و اکنون در موزهٔ آکادمی هنر ایتالیا قرار دارد. خوب حالا خیلی‌ها که به فلورانس می‌روند، در میدان داوود در کنار تندیس داوود که کپی مجسمهٔ اصلی است عکس می‌گیرند.

ببینید چه رخ داده است و چگونه از یک سرمایهٔ فرهنگی زنجیره‌ای از سرمایه‌های نمادین تولید شده‌است.

ابتدا ایتالیایی‌ها میکل‌آنژ را که در قرن شانزدهم میلادی می‌زیسته است به جهان معرفی می‌کنند. چگونه؟ کتابهایش را چاپ می‌کنند، کرسی دانشگاهی به نامش تأسیس می‌کنند، بورسیه تحصیلی به نامش می‌دهند، دوره‌های آموزش نقاشی سبک میکل‌آنژ می‌گذارند و.... با این کارها، یک نقاش ایتالیایی را به یک نقاش جهانی تبدیل می‌کنند. حالا میکل‌آنژ به یک سرمایهٔ نمادین برای ایتالیا تبدیل می‌شود. خوب حالا تمام کارهایی که میکل‌آنژ انجام داده‌است، مثل مجسمهٔ داوود، مجسمهٔ موسی، تندیس بردگان و... جهانی می‌شوند. کم‌کم خود مجسمهٔ داوود، مجسمهٔ موسی و تندیس بردگان، برای ایتالیا به سرمایه‌های نمادین تبدیل می‌شوند. یعنی در سراسر جهان شناخته شده‌اند. حالا از سراسر جهان توریست‌ها به ایتالیا می‌روند تا این تندیس‌ها را ببینند. یعنی این سرمایه‌های نمادین موجب جلب منافع تازه‌ای برای کشور می‌شود و صنعت توریسم را در ایتالیا توسعه می‌دهد. اما کار به اینجا ختم نمی‌شود. ایتالیایی‌ها از روی مجسمهٔ داوود یک کپی می‌سازند و آن را در میدانی به همین نام نصب می‌کنند و میدان را به انواع جاذبه‌های دیگر؛ مانند آب‌نما و باغچه‌های زیبا و انواع مجسمه‌های دیگر می‌آرایند و بعد هم پوسترهای زیبایی از این میدان چاپ می‌کنند. حالا هر توریستی که به ایتالیا می‌رود، در این میدان عکس می‌گیرد و پوستر این میدان را خریداری می‌کند. بعد کم‌کم این پوسترها از توریست‌ها به کشورهای مختلف جهان می‌رود و توریست‌ها دربارهٔ زیبایی این میدان با دوستان و آشنایانشان صحبت می‌کنند و کم‌کم میدان داوود در همهٔ جهان شناخته می‌شود. پس حالا میدان داوود هم به یک سرمایهٔ نمادین تبدیل می‌شود. می‌بینید که چگونه از یک سرمایهٔ فرهنگی اولیه، زنجیره‌ای از سرمایه‌های نمادین تولید می‌شود که موجب جذب منافع زیادی به سوی ایتالیا می‌شود. و اکنون همین سرمایه‌های نمادین ایتالیا را به یکی از قطب‌های اصلی گردشگری در جهان تبدیل کرده‌است که سالیانه ده‌ها میلیارد دلار درآمد ارزی برای ایتالیا دارد.

و البته اکنون ایتالیایی‌ها می‌توانند همچنان این زنجیرهٔ سرمایهٔ نمادین را توسعه دهند. مثلاً می‌توانند یک رستوران زنجیره‌ای به نام میکل‌آنژ راه‌اندازی کنند و انواع غذاهای ایتالیایی را در سراسر جهان به فروش برسانند و کارهای دیگری از این دست. این همان کاری است که آمریکایی‌ها با مک‌دانلد کرده‌اند. رستوران‌های مک‌دانلد برای آمریکایی‌ها ابتدا یک سرمایهٔ اقتصادی بوده‌است، ولی آن‌ها توانستند آن را به سرمایهٔ نمادین

●●● فقط یک هنر است که ما بتوانیم سرمایه های اقتصادی، انسانی، فرهنگی و اجتماعی مان را به سرمایهٔ نمادین تبدیل کنیم ●●●

همان‌گونه که ترکیه مولوی را از ما گرفت و جشنواره‌های مولوی و بازآفرینی مراسم سماع سالانه در ترکیه انجام می‌شود و از تمام جهان گردشگران و فرهیختگان را به خود جلب می‌کند، امروز تاجیکستان هم دارد فردوسی را از ما می‌گیرد و جشنواره‌های فردوسی در آنجا برگزار می‌شود

تبدیل کنند و امروزه در بیشتر کشورهای دنیا شعبه دارد و منفعت جذب می‌کند. پس یکی از هنرهای هر ملّت و دولتی این است که بتواند سرمایه‌های اقتصادی، انسانی، فرهنگی و اجتماعی خود را به سرمایهٔ نمادین تبدیل کند. این کار زیادی نمی‌برد و خیلی ساده‌است.

یکی از کشورهای موفق در تولید سرمایه‌های نمادین، دُبی است. ببینید این کشور چقدر خوب توانسته سرمایه‌ها را به هم تبدیل کند. دبی چه چیزی دارد؟ دبی یک ساحل خیلی کوچک(یک بیستم ساحل‌های ایران) دارد. زمین‌اش شن و سوزان است(نه آب خوراکی نه آب کشاورزی). سرمایهٔ انسانی هیچ نداشت. و مجموعه افرادی را دارا بود که بیشتر به‌خاطر پول نفت با رفاه زندگی می‌کردند ولی توانایی تخصّصی نداشتند. دبی به‌خاطر سهیم بودن در فروش نفت، توسط امارات سرمایهٔ اقتصادی داشت. پس دبی تنها چیزی که از انواع سرمایه‌ها دارا بود، سرمایهٔ اقتصادی(نفت) بود. دبی در گام اول محیطی بسیار قانونمند و امن و پر اعتماد برای سرمایه‌گذاری ایجاد کرد. فرودگاه خوب زد، شهرک‌های صنعتی از نوع صنایع پاک زد، شهرک‌های مسکونی لب ساحل طراحی کرد و آرام‌آرام سرمایه‌های خارجی را با دادن امتیازهای ویژه در این شهرک‌ها جذب کرد. اما مهم‌ترین کار ایجاد یک فضای امن کسب و کار بود. قانونمندی دقیق امور و سطح بالای اعتماد بالا و ثبات و امنیت محیط باعث شد تا اعتماد سرمایه‌داران دنیا جلب شود. ابتدا سرمایه‌گذاران عرب و سپس از همهٔ نقاط دنیا آمدند. پس دبی ابتدا سرمایهٔ اقتصادی داشت؛ اما کافی نبود و برای توسعه به سرمایهٔ انسانی نیاز داشت. اول با همین سرمایهٔ اندک اقتصادی، محیط و بسترهای اقتصادی اولیه مثل فرودگاه و هتل و نظایر آن را ایجاد کردند و سپس یک دنیای قانونمند را با قوانینی شفاف، روشن و ساده، امّا جدی ایجاد کردند و این باعث شد که جامعه‌ای با سرمایهٔ اجتماعی خیلی بالا شکل بگیرد. پس سرمایه‌گذاران دنیا به علّت اعتمادی که پیدا کردند و این که دیدند آنجا دولت بی‌قانونی نمی‌کند، اموالشان را بلوکه نمی‌کند، مالیات اضافی نمی‌گیرد، هر روز قوانین‌اش را عوض نمی‌کند و...، آرام‌آرام به آنجا روی آوردند. پس دبی ابتدا یک محیط اجتماعی جذاب، با سرمایهٔ اجتماعی و اعتماد بالا ایجاد کرد و تعامل و همکاری را ساده کرد؛ یعنی محیط بازی را مساعد کرد، آنگاه سرمایه‌های اقتصادی از سراسر دنیا به سوی آنجا جذب شد.

هر سرمایه‌ای که از گوشه‌ای از دنیا به دبی می‌آمد، با خود نیروی انسانی هم می‌آورد. چینی‌ها، آمریکایی‌ها و دیگران به همراه مهندسین خود می‌آمدند. پس سرمایه‌های اقتصادی که از دور دنیا آمدند، با خود سرمایهٔ انسانی هم آوردند. آرام‌آرام تجمعی از سرمایه‌های انسانی و اقتصادی شکل گرفت. اما اکنون دبی دارد یک گام دیگر به جلو می‌رود و شروع به ساخت سرمایه‌های سمبولیک کرده‌است. دبی هیچ سرمایهٔ نمادینی نداشت، نه هنرمند، نه عالم شناخته شده و نه آثار تاریخی جهانی. اما کوشید تا از سرمایه‌های نمادین جهانی برای خودش سرمایه نمادین دست و پا کند. مثلاً شروع کرد به خاک‌بَرداری از داخل ساحل و ریختن آن‌ها در آب و ساختن جزایر مصنوعی. با این کار سواحل دبی از ۶۰ کیلومتر به ۱۲۰۰ کیلومتر افزایش یافت. برخی از این جزیره‌ها را به‌صورت نخل ساخت و بعد در هر یک از شاخه‌های این نخل، یک خانه به یکی از سرمایه‌های سمبولیک جهانی، مثل هنرمندان و بازیگران فوتبال، هدیه کرد یا به قیمت ارزان در اختیار آن‌ها قرار داد. دبی با این کارش دارد خودِ جزیره‌های نخل را به یک سرمایهٔ نمادین تبدیل می‌کند. مردم دنیا اول جزیره‌های نخل به‌علّت اینکه مثلاً دیوید بکامِ فوتبالیست یا فلان هنرپیشه در آنجا ویلا دارد، شناختند اما حالا کم‌کم خود جزیره‌های نخل دارد به‌عنوان یک سرمایه نمادین شناخته می‌شود.

امروز باشکوه‌ترین جشنواره‌های دنیا و بهترین نمایشگاه‌های محصولاتی مانند اتومبیل و کامپیوتر در دبی برگزار می‌شود. دبی به‌این‌وسیله باز سرمایه‌های نمادین بیشتری را جذب می‌کند. پس دبی ابتدا یک محیط بازی خوب با سرمایهٔ اجتماعی بالا ایجاد کرد، سپس سرمایهٔ اقتصادی و انسانی جذب آنجا شد و حالا با تبدیل این‌ها به سرمایهٔ نمادین، دارد کاری می‌کند که بتواند سایر فعالیت‌هایی که تابه‌حال به آنجا نمی‌آمدند را هم به آنجا بکشاند. بنابراین دبی نمونهٔ موفق از کشورهایی است که توانسته از طریق سرمایه‌های اجتماعی و سمبولیک سرمایه‌های اقتصادی و انسانی جذب کند.

ایران و سرمایه‌های نمادین

متأسفانه در کشور ما برعکس است. یعنی انبوهی از سرمایه‌های نمادین را داریم ولی آن‌ها را از بین می‌بریم. مثلاً ما یک ورزشکار که در سطح ملّی سرمایهٔ سمبولیک

باشد، نداریم. حتی اعتبار برخی ورزشکارانمان را هم که به‌طور بالقوه مستعد سرمایه شدن هستند با انواع تهمت‌ها از بین می‌بریم. مثلاً کسانی مانند علی دایی و علی کریمی از بازیکنان فوتبال بسیار مستعدی بودند که می‌توانستند به سرمایهٔ نمادین تبدیل شوند؛ امّا نحوهٔ برخـورد دولت با آن‌ها به گونه‌ای است که دارد آن‌ها را به انسان‌های معمولی تبدیل می‌کند. ما با انواع مشکلاتی که برای این افراد ایجاد می‌کنیم آن‌ها را از سرمایه بودن می‌اندازیم. یعنی خود ما با ایجاد مشکل برای آن‌ها بی‌اعتبارشان می‌کنیم. به‌همین‌ترتیب با انواع برخوردها مانع تبدیل شدن هنرمندانمان به سرمایهٔ نمادین می‌شویم. ما کدام بازیگر را به سرمایهٔ نمادین تبدیل کردیم؟ کسی مثل استاد شجریان که نمونهٔ یک سرمایهٔ نمادین ملّی است و شاید در صد سال اخیر از معدود هنرمندانی است که توانسته است به یک سرمایه نمادین ملی تبدیل شود را ببینید. چقدر ساده می‌کوشند تا وی را بی‌اعتبار کنند.

به‌همین‌ترتیب هرکدام از مراجع تقلید ما یک سرمایهٔ سمبولیک هستند که می‌توانند برای جامعه جلب منفعت یا دفع ضرر کنند و می‌توانند در تلاطم‌های اجتماعی، ملّت را هدایت و کنترل کنند. ولی اکنون داریم با نحوهٔ برخوردمان با آن‌ها بی‌اعتبارشان می‌کنیم و سرمایهٔ نمادینشان را نابود می‌کنیم. امّا دقّت کنیم که این سرمایه‌های نمادین اموال شخصی افراد نیست، بلکه منافع آن به کل جامعه می‌رسد و سرمایه محسوب می‌شوند. باز با نحوهٔ برخورد با عالمان و استادان دانشگاه‌مان باعث می‌شویم تا برخی از آنان کشور را ترک کنند و سرمایه‌های نمادین بالقوه‌مان را از بین ببریم.

بنـــابراین روش امروز مـــا(هم حکومت و هم مردم) تخریب سرمایه‌های نمادین است. ملّتی که سرمایه‌های نمادین خود را نابود می‌کند، نمی‌تواند توسعه یابد، چون همان‌گونه که برای تولید یک سرمایهٔ نمادین باید هزینه کرد، برای از بین بردنِ سرمایه‌های نمادین نیز باید پول خرج کنیم. مثلاً باید علیه آن‌ها برنامه‌های تلویزیونی ساخت یا کتاب چاپ کرد. باید درمورد آن‌ها میان مردم اختلاف انداخت و بی‌اعتمادی ایجاد کرد. با از بین بردن یک سرمایهٔ نمادین، خسارت زیادی به کشور می‌زنیم، چون تمام هزینه‌هایی که برای تولید این سرمایهٔ نمادین مصرف شده‌است را بی‌اثر کرده‌ایم.

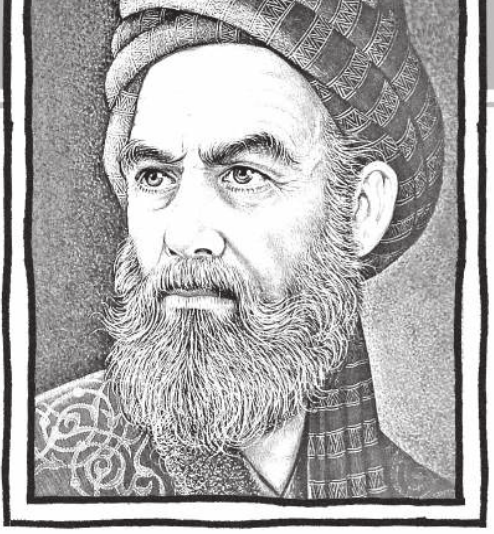
فردوسی، سرمایهٔ نمادین ملّی

این بحث را می‌توانیـــم در باب بزرگان تاریخی‌مان و شعرا و عرفایی نظیر مولوی، فردوسی، حافظ و سعدی نیز باز کنیم. این‌ها هرکدام خود، سرمایهٔ نمادین هستند. یعنی فردوسی برای ما یک سرمایهٔ نمادین است. در میان سایر کشورهای پارسی زبان ما می‌توانیم به‌عنوان اهالی سرزمینی که مهد پیدایش فردوسی است، وی را به‌عنوان سرمایهٔ نمادینی برای تمامی پارسی‌زبانان مطرح کنیم و خود را به مرجع فعالیت‌های فرهنگی و تاریخی پارسی‌زبانان تبدیل کنیم. می‌توانیم از طریق برپا کردن جشنوارهٔ فردوسی یا چاپ و توزیع شاهنامه، یا بازسازی وقایع تاریخی که در شاهنامه آمده‌است به‌صورت فیلم، یا بازآفرینی شخصیّت‌های شاهنامه، انبوهی از سرمایه‌های نمادین تولید کنیم. کاری که الان تاجیک‌ها در تاجیکستان انجام می‌دهند. همان‌گونه که ترکیه مولوی را از ما گرفت و جشنواره‌های مولوی و بازآفرینی مراسم سماع سالانه در ترکیه انجام می‌شود و از تمام جهان گردشگران و فرهیختگان را به خود جلب می‌کند، امروز تاجیکستان هم دارد فردوسی را از ما می‌گیرد و جشنواره‌های فردوسی در آنجا برگزار می‌شود.

فردوسی نه تنها خودش یک سرمایهٔ فرهنگی بوده که اکنون به یک سرمایهٔ نمادین برای ما تبدیل شده‌است، بلکه شاهنامهٔ او هم به‌عنوان منبعی برای تولید سرمایه‌های نمادین قابل استفاده است. ما امروز می‌توانیم با استفاده از سرمایهٔ نمادین فردوسی، زنجیره‌ای از سرمایه‌های نمادین را تولید کنیم. اما متأسفانه به‌علّت بی‌توجهی یا به‌علّت ترس از زنده کردن اسطوره‌های ایرانی، این سرمایه‌ها را از دست داده‌ایم.

به‌راستی کدام تندیس درخوری را که شهرت جهانی داشته باشد برای فردوسی ساخته‌ایم؟ کدام بنیاد فرهنگی را به نام فردوسی تأسیس کرده‌ایم که کارش ترویج شاهنامه‌خوانی و فردوسی‌شناسی و زبان‌شناسی فارسی باشد؟ کدام مقبرهٔ درخوری را برای فردوسی ساخته‌ایم؟ کدام جشنوارهٔ شاهنامه‌خوانی و نقالی سالیانه را راه‌اندازی کرده‌ایم، که از همهٔ دنیا

سرمایه‌های نمادین اموال شخصی افراد نیست، بلکه منافع آن به کل جامعه می‌رسد و سرمایه محسوب می‌شوند



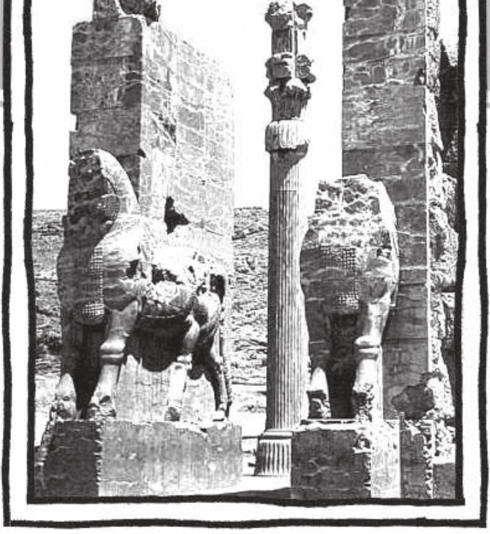
شاهنامه به‌طور بالقوه یک کارخانهٔ تولید سرمایهٔ نمادین است. رستم، سهراب، کاوهٔ آهنگر، سیاووش، جمشید، فریدون و دیگر شخصیّت‌های اسطوره‌ای شاهنامه، هریک به‌طور بالقوه می‌توانند به یک سرمایهٔ نمادین برای فارسی‌زبانان و ایرانیان تبدیل شوند

بیایند و مجالس نقالی و شاهنامه‌خوانی را ببینید؟ کدام سریال تلویزیونی را براساس داستان‌های شاهنامه ساخته‌ایم؟ کدام کرسی دکتری فردوسی‌شناسی را تأسیس کرده‌ایم؟ کدام بورس تحصیلی را برای فردوسی‌شناسی در دانشگاه‌هایمان گذاشته‌ایم؟ کدام متخصّصان فردوسی و شاهنامه را پرورش داده‌ایم؟ کدام داستان شاهنامه را به‌صورت پویانما(کارتون) برای کودکانمان ساخته‌ایم؟ کدام فرهنگ واژگان شاهنامه را چاپ کرده‌ایم تا به‌وسیلهٔ آن زبان‌فارسی امروزی را غنی‌تر کنیم؟ کدام گرایش را در رشتهٔ نقاشی برای شناخت و آموزش نگاره‌های شاهنامه‌های قدیمی و پرده‌های نقالی راه انداخته‌ایم؟ و مهم‌تر از همه، کدام شخصیّت شاهنامه را به سرمایهٔ نمادین تبدیل کرده‌ایم؟

شاهنامه به‌طور بالقوه یک کارخانهٔ تولید سرمایهٔ نمادین است. رستم، سهراب، کاوهٔ آهنگر، سیاووش، جمشید، فریدون و دیگر شخصیّت‌های اسطوره‌ای شاهنامه، هریک به‌طور بالقوه می‌توانند به یک سرمایهٔ نمادین برای فارسی‌زبانان و ایرانیان تبدیل شوند. این‌ها شخصیّت‌های باستانی و اسطوره‌ای هستند که هر کدامشان می‌توانست دست‌مایه‌ای برای تولید زنجیره‌ای از سرمایه‌های نمادین در کشور ما باشد.

دریغ نیست که در شهر مشهد که خاستگاه فردوسی و شاهنامه است، میدان آب و میدان برق داریم، اما میدان رستم، میدان کاوه، میدان سیاووش و میدان سهراب نداریم؟ راستی کدام یک از نوجوانان ما داستان سیاووش و پایداری و شهادت‌اش در راه حفظ ایران در مقابل توران را می‌داند؟ سیاووش شهیدی ملّی و اسطوره‌ای است که می‌تواند به‌عنوان سرمایهٔ نمادین در میان جوانان ما مطرح باشد.

خود شاهنامه نیز به‌عنوان یک سرمایهٔ ملّی در زبان فارسی مطرح بوده و هست و هنوز نظیر ندارد. شاهنامه را بزرگترین رزمنامهٔ جهان شناخته‌اند. شاید بتوانیم دو ذخیرهٔ عظیم را برای زبان فارسی در تاریخ چند هزار ساله ایران ذکر کنیم که زبان فارسی را حفظ کرده است. یکی شاهنامهٔ فردوسی که سرودن آن سی سال به درازا کشید و دیگری فرهنگ فارسی علامه دهخدا که تنها دهخدا چهل سال بر روی آن کار کرد. شاهنامهٔ فردوسی نه تنها به‌عنوان منبع داستان‌های ایران باستان بلکه به‌عنوان مخزن واژگان فارسی است. شاهنامه خود می‌تواند یک سرمایهٔ نمادین باشد. و مهم‌تر از شاهنامه، خودِ فردوسی است. زندگی فردوسی چقدر می‌تواند جذابیّت داشته باشد و الگویی باشد برای یک عاشق ایران‌زمین. چه نمایش‌ها و فیلم‌ها و قصّه‌ها که از روی زندگی فردوسی و از روی داستان‌های شاهنامه می‌توان ساخت. ولی کدام‌یک از این کارها روی زندگی فردوسی یا روی شاهنامه صورت گرفته است؟ ما می‌توانیم کپی‌هایی از شاهنامه بایسنقری را عین اصل تهیه کنیم و در تمام کتابخانه‌های مرکزی شهرها و دانشگاه‌هایمان در معرض دید جوانانمان قرار دهیم و از این طریق شاهنامه را به یک سرمایهٔ نمادین ملموس تبدیل کنیم.



فردوسی، با آفرینش شاهنامه درواقع کارخانه‌ای را تولید کرد که از درون آن می‌توان به انبوهی از سرمایه‌های نمادین دیگر دست یافت. زورخانه‌ها و قهوه‌خانه‌های سنتی ما در گذشته محل نمایش نگاره‌های شاهنامه و محل شاهنامه‌خوانی و نواختن موسیقی حماسی بوده است. خوب است همین دو نمونه بازسازی شود و به یک جاذبه یا سرمایهٔ نمادین برای کشور تبدیل شود؛ به‌گونه‌ای که وقتی گردشگران خارجی می‌آیند یکی از درخواست‌های اصلی شان بازدید از یک زورخانه یا قهوه‌خانه سنتی با اجرای موسیقی حماسی شاهنامه‌ای باشد. آن‌گاه یک جاذبهٔ ملّی تازه برای جلب گردشگر و برای جذب منافع به‌وجود آورده‌ایم. راستی چرا ما سالیانه جشنواره‌ای برای تولید نگاره از داستان‌های مختلف شاهنامه یا برای تولید تندیس از صحنه‌های حماسی آن نداریم؟

اینکه امروز می‌بینیم در میان جوانان ما اقبالی به سوی نقش‌های تختِ‌جمشید وجود دارد، نباید ما را نگران کند. تختِ‌جمشید امروز یک سرمایهٔ نمادین است و غیر از جلب منافع مادی، می‌تواند موجب جذب و نگهداشت جوانان ما باشد

ضرورت تقویت سرمایه‌های نمادین

معلوم نیست چرا از این سرمایه‌های فرهنگی بالقوه برای تولید سرمایهٔ نمادین استفاده نمی‌شود. ظاهراً دولت‌های بعد از انقلاب نگران این بوده‌اند که این سرمایه‌های نمادین ملّی، جانشین سرمایه‌های نمادین مذهبی شوند. معصومین و مقبره‌های آنان سرمایه‌های نمادین مذهبی هستند. احتمالاً یکی از نگرانی‌های دولت‌های بعد از انقلاب برای استفاده از سرمایه‌های نمادین ملّی این بوده‌است که سرمایه‌های نمادین مذهبی تحت الشعاع قرار گیرند. ولی باید توجه کنیم که امروز به هر علّتی، واگرایی‌هایی بین جوانان ما به‌وجود آمده‌است که این واگرایی‌ها باید کنترل شود و جاذبه‌های جدیدی برای آن‌ها به‌وجود آید. وقتی بخشی از جامعه از برخی سرمایه‌های نمادین روی می‌گرداند، باید سرمایه‌های نمادین دیگری باشند که به‌سوی آن‌ها روی بیاورد. پس ما باید سرمایه‌های نمادین جایگزین پیدا کنیم. اگر جایگزین پیدا نکنیم جوانانمان جذب سرمایه‌های نمادین خارجی می‌شوند. و جایگزینش همین است که ما امثال فردوسی، داستان‌های ایران باستان، آثار باستانی، تاریخ تمدن کهن ایران و نظایر این‌ها را تقویت کنیم تا مرجع و محلی باشد که اگر جوانانمان از سرمایه‌های نمادین جاری راضی نیستند به سوی آن‌ها پناه ببرند و سرگشته نمانند.

اینکه امروز می‌بینیم در میان جوانان ما اقبالی به سوی نقش‌های تختِ‌جمشید وجود دارد، نباید ما را نگران کند. تختِ‌جمشید امروز یک سرمایهٔ نمادین است و غیر از جلب منافع مادی، می‌تواند موجب جذب و نگهداشت جوانان ما باشد. دولت باید این را به فال نیک بگیرد و تقویت کند، نه اینکه با آن مبارزه کند. چراکه یکی از منافع سرمایه‌های نمادین همین است که می‌توانند خلأهای هویتی را پر کنند. می‌توانند امید ببخشند. می‌توانند الگو باشند. می‌توانند احساس افتخار ایجاد کنند. می‌توانند موجب همبستگی اجتماعی شوند. می‌توانند در مواقع

بحران اجتماعی محوری برای انسجام باشند و نظایر این‌ها.

مثلاً مراجع تقلید، نوعی سرمایهٔ نمادین هستند. آنان می‌توانند درمواقع بحران وارد عمل شوند و حرکت و اندیشهٔ جامعه را سمت‌وسو بدهند. یا یک هنرپیشه یا یک ورزشکار که سرمایهٔ نمادین شده‌است، می‌تواند یک جنبش اجتماعی برای حفظ محیط زیست یا برای رسیدگی به کودکان طلاق یا برای آزادی زندانیان مالی راه بیندازد و یک موج اجتماعی ایجاد کند. این‌ها درعین‌حال می‌توانند الگوی زیستی و منبع هویّت‌بخشی برای مردم به‌ویژه جوانان باشند. بنابراین هرچه جامعه‌ای بیشتر توان تولید سرمایه‌های نمادین داشته باشد، یک جامعه با ثبات‌تر، پویاتر و مستعدتر خواهد بود.

اینکه جامعه‌ای بتواند به راحتی سرمایهٔ نمادین تولید کند، یک هنر است. گاهی حتی با سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی اندکی می‌توان سرمایهٔ نمادین بزرگی تولید کرد. برخی ملّت‌ها سرمایه‌های فرهنگی چندانی ندارند ولی به هر بهانه‌ای چیزی پیدا می‌کنند و آن را تبدیل به سرمایهٔ نمادین می‌کنند. جوامعی که خود مردم مانع شکل‌گیری سرمایه‌های نمادین می‌شوند یا دولت سرمایه‌های نمادین را تخریب می‌کند، جوامعی هستند که توان جلب سرمایه و منفعت را از بیرون خود ندارند و در درون نیز منابع خود را هدر می‌دهند.

این یک اشتباه بزرگ در جمهوری اسلامی است که برخی گمان می‌کنند برای آنکه فردی به سرمایهٔ نمادین تبدیل شود لازم است سایر سرمایه‌های نمادین از بین بروند یا مانع تبدیل شدن سایرین به سرمایهٔ نمادین شوند. اصولاً وقتی به جامعه آموختیم که سرمایه‌های نمادینش را به‌راحتی نابود کند یا نادیده بگیرد، آنگاه به آن‌ها آموخته‌ایم که هرنوع سرمایهٔ نمادین، حتی آن نوعش که ما دوست داریم، را به‌راحتی نابود کند.

هرچه تنوع انواع سرمایهٔ نمادین بیشتر باشد، بخش‌های بیشتری از جامعه انسجام می‌یابند و احساس هویّت می‌کنند و زندگی در جامعهٔ خود را معنی‌دار می‌دانند.

باید بتوانیم به جوانی که به هر علّتی مذهبی نیست و با سرمایه‌های نمادین مذهبی ارتباط نمی‌گیرد و از آن‌ها تأثیر نمی‌پذیرد، به هر طریقی که شده‌است، هویّت بدهیم و او را نسبت به منافع جامعه پایبند کنیم. تنها راه این است که سرمایه‌های نمادین جایگزین داشته باشیم تا خلأ هویتی او را پوشش دهند. بنابراین شاید امروز به‌عنوان یک وظیفه باید به‌سوی تولید و تقویت سرمایه‌های نمادین ملّی برویم. به‌همین علت حکومت، حتی رهبران برجستهٔ مخالف خود را هم نباید تخریب کند. چون آن‌ها سرمایهٔ نمادین هستند و در یک بزنگاه تاریخی می‌توانند نقش انسجام‌بخش و هویّت‌بخش برای بخشی از جامعه را ایجاد کنند. تخریب سرمایه‌های نمادین مانند تخریب ستون‌های ساختمان اجتماعی است که دراین‌صورت روزی با یک لرزش اندک فرو می‌ریزد.

جوامعی که خود مردم مانع شکل‌گیری سرمایه‌های نمادین می‌شوند یا دولت سرمایه‌های نمادین را تخریب می‌کند، جوامعی هستند که توان جلب سرمایه و منفعت را از بیرون خود ندارند و در درون نیز منابع خود را هدر می‌دهند