



Sociological Study of the Concept of Economy of Culture and Art

*Fatemeh Derakhshan, Assistant Professor of Sociology. Allameh Tabataba'i University.
Email: F.derakhshan@gmail.com*

Abstract

Today, culture and art play a pivotal role in producing economic and cultural capital, recognized as significant drivers of societal progress across various dimensions. The field of cultural economics, emerging prominently in the West since the 1980s, has been subject to extensive theoretical and empirical investigation, particularly from an economic perspective. Given its interdisciplinary nature and embeddedness within broader socio-cultural, economic, and political contexts, cultural economics also necessitates a sociological lens, primarily through cultural and economic sociology frameworks. This study aims to theoretically explore the following questions from a sociological standpoint: What are the constituent components of the concept of cultural economics, as defined by sociology? How can cultural economics be defined from a sociological perspective? How does this concept differ from similar ones, and what are its key components? As a fundamental component of social systems, sociological economics is composed of roles, relationships, and social networks and is instrumental in generating economic capital. Moreover, while acknowledging the diverse definitions of culture, cultural economics emphasizes the material aspects of culture, including cultural artifacts (e.g., art) alongside intellectual, moral, and artistic activities and products related to human life, aiming to produce cultural capital. Consequently, from a sociological perspective, cultural economics represents a coherent system of roles, positions, networks, actors, and patterns of interaction, simultaneously pursuing the maximization of economic capital and contributing to the growth of cultural capital through the production, distribution, and consumption of cultural goods.

Key words

Economy of culture and art, Economic Capital, Cultural Capital.



بررسی جامعه‌شناختی مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر

فاطمه درخشان^۱

چکیده

امروزه فرهنگ و هنر در تولید سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی نقش مهمی ایفا کرده و به عنوان عامل پیشرفت جوامع در ابعاد مختلف شناخته می‌شوند. اقتصاد فرهنگ و هنر حوزه‌ای نوپاست که از دهه هشتاد و نود میلادی در غرب مورد مطالعه نظری و تجربی به ویژه از رویکرد اقتصادی قرار گرفته است. از آنجا که اقتصاد فرهنگ حوزه‌ای میان‌رشته‌ای است که تحت تأثیر شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی جامعه خود قرار دارد و همچنین دارای ابعاد اجتماعی و فرهنگی است که نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد، لازم است از رویکرد جامعه‌شناختی به ویژه جامعه‌شناسی فرهنگی و اقتصادی نیز به آن توجه شود. هدف مطالعه حاضر به شیوه‌ای نظری پاسخ به این سؤال است که از رویکرد جامعه‌شناختی تعریف اجزای سازنده مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر به تفکیک چیست، چه تعریفی از رویکرد جامعه‌شناختی می‌توان از اقتصاد فرهنگ و هنر ارائه داد، این مفهوم چه تفاوتی با مفاهیم مشابه دارد و دارای چه مؤلفه‌هایی است؛ لذا از رویکرد جامعه‌شناختی اقتصاد به عنوان یکی از مهم‌ترین اجزای نظام اجتماعی شناخته می‌شود که از نقش‌ها، روابط و شبکه‌های اجتماعی تشکیل و سرمایه اقتصادی تولید می‌کند. از سوی دیگر نیز ضمن عدم انکار تعاریف مختلف برای فرهنگ، در مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر بیشتر بر بعد مادی فرهنگ تأکید و اشکال فرهنگی (کالاهای هنری) در کنار فعالیت‌ها و محصولات فکری، اخلاقی و هنری مربوط به زندگی انسان مورد اعتنا قرار می‌گیرد که هدف آن نیز تولید سرمایه فرهنگی است؛ بنابراین از رویکرد جامعه‌شناختی، اقتصاد فرهنگ و هنر نظام منسجمی از نقش‌ها، موقعیت‌ها، شبکه‌ها، کنش‌گران و الگوهای ارتباطی است که هم در پی کسب بیشترین سرمایه اقتصادی است و هم می‌تواند به افزایش سرمایه فرهنگی از طریق تولید، توزیع و مصرف کالاهای هنری کمک نماید.

واژگان کلیدی:

اقتصاد فرهنگ و هنر، سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی.



مقدمه

با گذشت زمان نقش فرهنگ، هنر و اقتصاد آن در پیشرفت جوامع بیشتر و در تولید ثروت اقتصادی و سرمایه فرهنگی برنامه‌ای راهبردی گزیده است. اقتصاد فرهنگ و هنر هم‌زمان توسعه اقتصادی و تولید ثروت از طریق تولید، توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی و هنری و توسعه سرمایه فرهنگی، یعنی رشد معرفت و دانش را در بر می‌گیرد و از این طریق می‌تواند عامل مؤثری برای شکوفایی استعداد های انسانی در سطح خرد، رشد و ارتقا خرده فرهنگ‌ها در سطح میانه و توسعه و پیشرفت جامعه و ارتقاء ضریب نفوذ فرهنگی کشورها در روابط بین‌المللی و تبادلات فرهنگی فراملی در سطح کلان باشد.

اقتصاد فرهنگ و هنر عامل توسعه جامعه در ابعاد مختلف از جمله توسعه اقتصادی بوده و موجبات توسعه فرهنگی، اجتماعی و انسانی در سطوح مختلف را نیز فراهم می‌آورد. از طرفی از سال دوهزار میلادی، اقتصاد جهانی رسماً، فرهنگ و هنر را به عنوان یکی از مؤلفه‌های ضروری توسعه اقتصادی پذیرفت و بر نقش آن در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی تأکید کرد. نگرش اقتصادی به فرهنگ و هنر در راستای نظریه توسعه به دنبال تحلیل اقتصادی مناسبات حاکم بر تولید و مصرف بخش‌های مختلف فرهنگ و هنر و حمایت از حقوق مالکیت معنوی است. اقتصاد فرهنگ و هنر در اغلب کشورهای پیشرفته جهان یک صنعت بسیار راهبردی به شمار می‌آید. براساس گزارش یونسکو، درآمد صنایع فرهنگی و هنری در جهان حدود ۲/۲۵۰ میلیارد دلار و ۳ درصد از GDP جهانی را به خود اختصاص می‌دهد (گزارش یونسکو، ۲۰۱۵). اما گزارش‌ها و آمارها نشان می‌دهد که سهم ایران بسیار ناچیز است. در صورتی که در شرایط فعلی کشور که بیکاری تحصیل‌کردگان (به ویژه بخش هنر) یکی از معضلات اجتماعی همچون مهاجرت متخصصان و فرار مغزهاست، رفع موانع توسعه اقتصاد فرهنگ و هنر می‌تواند بستر مناسبی برای ایجاد اشتغال و کسب و کار و کارآفرینی هنری در این حوزه باشد. در شرایط فعلی اقتصاد فرهنگ و هنر ایران نیازمند راهکارهایی است که آن را از وضعیت ضعف و رکود خارج کند. این راهکارها باید در فضای علمی و دانشگاهی و توسط محققان و پژوهشگران شاخه‌های مختلف علمی مرتبط به ویژه جامعه‌شناسی مورد مطالعه و شناخت قرار گیرند.

اقتصاد فرهنگ و هنر حوزه‌ای میان‌رشته‌ای و نوپاست که از دهه هشتاد و نود میلادی در غرب به طور جدی مورد مطالعه قرار گرفته است، اما در ایران جزو موضوعات بدیعی است که تاکنون مطالعات اندکی پیرامون آن انجام شده. این موضوع، انجام مطالعات علمی- تجربی بیشتری را ضروری می‌سازد. از طرفی مفهوم و حوزه اقتصاد فرهنگ و هنر، مانند بسیاری از پدیده‌ها، دارای ابعاد مختلف بوده و چند وجهی است و از رویکردهای مختلف می‌تواند بررسی شود. مطالعات انجام شده در مورد اقتصاد فرهنگ عموماً از رویکرد اقتصادی، سیاسی، مدیریتی انجام گرفته و در هریک از این رشته‌ها و رویکردها ابعاد و وجهی از آن مورد بررسی قرار می‌گیرد که ممکن

است در رشته‌های دیگر نادیده گرفته شود. از آنجا که اقتصاد فرهنگ و هنر پدیده‌ای چند وجهی است که تحت تأثیر شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی جامعه خود قرار دارد، لازم است از رویکرد جامعه‌شناختی به‌ویژه جامعه‌شناسی فرهنگی و اقتصادی نیز به آن توجه شود. براین اساس با وجود مطالعات و ادبیات نظری که در این خصوص وجود دارد، نیازمند بررسی‌های علمی متناسب با شرایط جامعه خود و از ابعاد اجتماعی و فرهنگی هستیم.

اغلب مطالعات صورت‌گرفته در مورد اقتصاد فرهنگ و هنر، عموماً ناظر به ابعاد اقتصادی صنایع فرهنگی و هنری و مسائل ناشی از آن است؛ لذا هدف مطالعه حاضر بررسی مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر و اجزای آن یعنی مفهوم اقتصاد، فرهنگ و هنر و دستیابی به تعریفی از رویکرد جامعه‌شناختی است. براین اساس سؤال اصلی تحقیق این است که از رویکرد جامعه‌شناختی تعریف اجزای سازنده مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر یعنی اقتصاد و فرهنگ و هنر به تفکیک چیست، چه تعریفی از رویکرد جامعه‌شناختی می‌توان از اقتصاد فرهنگ و هنر ارائه داد، این مفهوم چه تفاوتی با مفاهیم مشابه دارد و دارای چه مؤلفه‌هایی است؟

اقتصاد فرهنگ و هنر

عموماً اقتصاد فرهنگ و هنر با رویکردی اقتصادی تعریف و فعالیت‌های فرهنگی و هنری نیز فرصتی برای کسب درآمد و ثروت به حساب می‌آیند و با روش‌های اقتصادی تحلیل و تبیین می‌شوند. براساس این دیدگاه، اقتصاد و فرهنگ به دو شیوه کاملاً متفاوت با یکدیگر تلفیق شده‌اند:

۱. به شکل تحلیل جنبه‌های اقتصادی یا مادی فعالیت‌های فرهنگی و هنری و درنهایت به شکل تحلیل مبادلات پولی در امور فرهنگی و هنری.
۲. کاربرد روش‌شناسی «اقتصادی» یا ترجیحاً «انتخاب عقلایی» برای امور فرهنگی و هنری (فری، ۱۴۰۰: ۴).

در این دیدگاه غالب مناسبات و فراگردهای فرهنگی و هنری مطابق با زمینه و شرایط اقتصادی تفسیر شده است (Galbraith, 1960: 3; Boulding, 1985: 8) و مبنای بر این است که رشد فرهنگ و هنر به پایه اقتصادی نیاز دارد و در مقابل می‌تواند اقتصاد جامعه را تا حدی تحت تأثیر قرار دهند (موسایی، ۱۴۰۱).

پیشگامان این رشته در آغاز راه، ناگزیر بودند فعالیت هنری را در چهارچوب نظریه اقتصادی تعریف کنند. در سال ۱۹۵۹ برای اولین بار، «جان کنت گالبرایت»^۲ بحث تقابل اقتصاد و هنر را در مقاله‌ای مطرح کرد که در کتابی با نام «ساعت آزاد» منتشر شد. در این نوشتار، وی وضعیت اقتصادی هنرمندان و نقش طراحی مناسب در افزایش کالاهای صنعتی آمریکا را بررسی کرد (Galbraith, 1960). از نظر وی آثار هنری به‌عنوان استثنا تلقی می‌شوند، بدین معنا که آن‌ها مانند دیگر کالاهای اقتصادی نیستند؛ زیرا

با روش‌های هنرمندانه تولید می‌شوند نه با روش‌های تولید انبوه کسب و کارهای بزرگ (تاو، ۱۳۹۵: ۴۳). تقریباً در همان زمان «لایونل رایبیز»^۳ نخستین اقتصاددان معاصر بریتانیایی بود که به تحلیل نقش اقتصادی دولت در حمایت از فعالیت هنری و تأمین مالی موزه‌ها و گالری‌های عمومی پرداخت. وی معتقد بود که آثار هنری همانند آموزش، منافع جمعی برای جامعه دارد که باید به لحاظ اقتصادی نیز مورد توجه قرار گیرد (Robbins, 1963). کمی بعد مطالعات رایبیز با تفسیرهای آلن پیکاک^۴ دربارهٔ یارانه‌های هنری (Peacock, 1969) دنبال شد که در چهارچوب اقتصاد رفاه سنتی جای گرفت.

با این وجود، نقطه آغاز اقتصاد فرهنگ و هنر را در کتاب «ویلیام بامول»^۵ و «ویلیام بوون»^۶ تحت عنوان «هنرهای نمایشی: تناقض اقتصادی»^۷ جست‌وجو کرد که در سال ۱۹۶۵ منتشر شد. در واقع آن‌ها اقتصاد فرهنگ و هنر را تأمین مالی، هزینه‌ها و قیمت‌ها در هنر مطرح کردند که نتایج آن می‌تواند کل یک جامعه را بهره‌مند سازد (بامول و براون، ۱۹۶۵: ۴۹۷).

در این تعاریف، نظام فرهنگی متأثر از نظام اقتصادی بود و دانشی به نام اقتصاد فرهنگ این تأثیر را مورد مطالعه قرار می‌دهد. مانند بسیاری از مفاهیمی که بر واژه اقتصاد مضاف شده‌اند، اقتصاد فرهنگ نیز از مفاهیم مضاف شمرده شده که تبیین‌کننده کاربرد نظریه‌های اقتصادی در چگونگی صنایع فرهنگی است. در واقع از رویکرد بسیاری از اندیشمندان اقتصادی، اقتصاد فرهنگ به عنوان یک رشته علمی است که مطالعه اقتصاد را با فرهنگی ترکیب کرده و به بررسی و شناخت چگونگی عملکرد بنگاه‌ها و صنایع فرهنگی-هنری و تغییرات آن‌ها می‌پردازد. نتایج و خروجی‌های حاصل از این دانش در راهنمایی سیاست‌گذاران عرصه فرهنگ و صنایع فرهنگی و هنری نقش مهمی ایفا می‌کند. بر این اساس اقتصاد فرهنگ و هنر ترکیبی از مطالعه علم اقتصاد و فرهنگ است که به بررسی تأثیر نیروهای اقتصادی بر کالاهای هنری می‌پردازد تا از طریق ارائه مفاهیم و مسائل اقتصادی تصمیمات و مدیریت عرصه فرهنگ و هنر را هدایت یا محدود کند (Anderson, 2016: 9).

بدین صورت مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر ترکیبی است از دو مفهوم اقتصاد و فرهنگ (هنر در ضمن آن قابل بررسی است) که در تعریف و تعیین حدود مفهومی آن لازم است که به تعاریف این دو مفهوم توجه داشته باشیم. به همین دلیل در ادامه به تشریح تعاریف موجود از اقتصاد و فرهنگ و تعریف نهایی اتخاذ شده در این مطالعه از مفاهیم خواهیم پرداخت.

اقتصاد

معمولاً در تعریف اقتصاد^۸ در اکثر موارد از علم اقتصاد^۹ سخن به میان می‌آید و گاه جایگزین آن نیز می‌شود. هم از لحاظ ماهیت و هم از لحاظ روش، علم اقتصاد یکی از

شاخه‌های علوم اجتماعی است که از آن تعاریف متعددی ارائه شده است (موسایی، ۱۴۰۰: ۱۶). برخی از تفاوت‌ها بازتاب‌دهندهٔ تکامل دیدگاه‌ها دربارهٔ موضوع اقتصاد یا دیدگاه‌های مختلف در میان اقتصاددانان است. در قدیمی‌ترین تعاریف، اقتصاد به هنر مدیریت خانواده اطلاق می‌شده است. اما آدام اسمیت^۱ پدر علم اقتصاد، اقتصاد را در حوزهٔ سیاسی و دولت‌مردان، علم ثروت ملل و ثروت را هم مربوط به مردم و هم دولت می‌داند (Smith, 1776: 438). ژان باپتیست سه^{۱۱}، معتقد است بعد از انقلاب صنعتی اقتصاد با عنوان اقتصاد سیاسی^{۱۲} در قالب علم بررسی تولید، توزیع و مصرف ثروت درآمد (Three, 1803). در قرن نوزدهم جان استوارت میل^{۱۳} فیلسوف انگلیسی اقتصاد را با همان عنوان اقتصاد سیاسی در بستری اجتماعی تعریف کرده و آن را مجموعه‌ای از قوانینی برای کارهای بشری می‌داند که برای تولید ثروت وضع شده است (میل، ۱۸۴۴: ۳۲۳). احتمالاً رویکرد میل سرآغاز چرخش موضوع علم اقتصاد از ثروت به رفتار انسانی بوده است. تا آنجا که آلفرد مارشال^{۱۴} به انگیزه روان‌شناختی افراد در شکل‌دهی پدیده‌های اقتصادی اشاره می‌کند و از واژهٔ اقتصاد به جای اقتصاد سیاسی استفاده کرده و آن را از مقولهٔ ثروت به بخش اجتماعی و خود انسان می‌برد و معتقد است که اقتصاد از یک جنبه مطالعه ثروت است و از جنبه مهم دیگر، بخشی از مطالعه خود انسان است (Marshall, 1890: 1). لیونل رابینز^{۱۵} نیز تعریفی ارائه کرده است که امروزه ممکن است جزو تعاریف مقبول از اقتصاد باشد؛ وی اقتصاد را علمی می‌داند که رفتار انسان را در رابطه با اهداف و وسائل کمیاب که قابلیت استفاده دیگری دارند تعریف می‌کند (Robbins, 1971: 15). پس از این تعریف، مفاهیمی نظیر منابع کمیاب، انتخاب فردی و اجتماعی، انتخاب عقلانی و عقلانیت در اقتصاد در میان اندیشمندان بحث می‌شود.

از اوایل دهه ۱۸۷۰ با پیدایش بحران‌های اجتماعی و اقتصادی در کشورهای اروپایی و سرمایه‌داری، تجدیدنظریاتی نیز در اقتصاد کلاسیک ایجاد که منجر به ظهور اندیشه‌های نئوکلاسیک در اقتصاد شد. به نظر می‌رسد اولین کسی که از این اصطلاح استفاده کرد، اقتصاددان آمریکایی به نام تورستن ویلن^{۱۶} بود. رویکرد اقتصاد کلاسیک، کلان‌نگر بود و مبتنی بر کار. آن‌ها ارزش را حاصل از کار و هزینه تولید می‌دانستند (Mor-gan, 2016: 2) اما رویکرد نئوکلاسیک مبتنی بر نظریات انتخاب عقلانی و انتخاب فرد است که هدف از عقلانیت در آن به حداکثر رساندن درآمد خالص یا سود می‌باشد (Sukap et al., 2015: 2). در چهارچوب اقتصاد نئوکلاسیک، خریداران تلاش می‌کنند تا نفع‌شان از به دست آوردن کالاها را به حداکثر برسانند و این کار را با افزایش خریدهای خود از یک کالا تا جایی انجام می‌دهند که آنچه آن‌ها از یک واحد اضافه به دست می‌آورند با آنچه آن‌ها باید از آن صرف نظر کنند تا آن را به دست آورند، موازنه شود. به این ترتیب آن‌ها «مطلوبیت» خود را به حداکثر می‌رسانند؛ یعنی رضایتمندی همراه با مصرف کالاها و خدمات (وینتراب، ۱۳۸۷: ۱۲۲). پس از ظهور رویکرد نئوکلاسیک،

دامنه اقتصاد به حوزه‌ها و موضوعاتی نظیر تعادل بازار، اقتصاد خرد^{۱۷} و کلان و... به‌طور تخصصی گسترش یافت (Backhouse, 2012: 188).

از دیدگاه جامعه‌شناختی، گاه با وجود هم‌سویی با جریان‌های غالب علم اقتصاد و گاه در انتقاد با آن، مفهوم اقتصاد به‌عنوان یک پدیده اجتماعی یا یکی از مهم‌ترین اجزای نظام اجتماعی شناخته می‌شود. تالکوت پارسونز نظریه‌پرداز متعلق به مکتب کارکردگرایی ساختاری، در نظریه نظام کنش و طرح آجیل^{۱۸} (Parsons, 1968: 145)، در تشبیه حیات اجتماعی از تمثیل نظام یا سیستم استفاده می‌کند و معتقد است هر نظامی برای زنده ماندن باید چهار تکلیف اساسی را برآورده کند. اولین تکلیف تطبیق و سازگاری^{۱۹} است، بدین معنا که هر نظامی باید خودش را با موقعیتی که در آن قرار گرفته سازگار کند، یعنی باید خودش را با محیط تطبیق دهد و محیط را نیز با نیازهایش سازگار سازد (Parsons, 1951: 27). اقتصاد به‌عنوان خرده‌نظام اجتماعی است که کارکرد تطبیق با محیط را از طریق کار، تولید و تخصص برای جامعه انجام می‌دهد. اقتصاد از این طریق محیط را با نیازهای جامعه تطبیق می‌دهد و در ضمن به جامعه کمک می‌کند تا خود را با واقعیت‌های بیرونی تطبیق دهد (روشه، ۱۳۹۳: ۱۰۴).

در تعاریف دیگر از دیدگاه اجتماعی در معنایی نزدیک و مشابه، اقتصاد، به‌عنوان یک نهاد اجتماعی^{۲۰} تعریف می‌شود. نهاد نظام سازمان‌یافته و پایداری از الگوهای اجتماعی است که برخی رفتارهای تأییدشده و یک‌نواختی را در جهت برآورده ساختن نیازهای بنیادی جامعه ایجاد می‌کند (کوئن، ۱۳۹۸: ۱۹). نهادها، از طریق اهداف و نیازهای انسانی شکل می‌گیرند و با ساختن و تقویت قواعد، رفتار افراد را در مناسبات اجتماعی تنظیم می‌کنند (Miller, 2014: 401). نهاد به‌عنوان الگوهای رفتاری ثابت، ارزشمند و تکرارشونده (Carter, 2016: 4) در قالب یک مجموعه به هم پیوسته از هنجارها، ارزش‌ها، نقش‌ها و موقعیت‌ها (Turner, 1997: 6) اساسی‌ترین بخش‌های زندگی را تعریف، تنظیم، سازماندهی و تثبیت می‌کنند. این ویژگی‌های پایدار زندگی اجتماعی که براساس نیازهای انسانی به اشکال مختلف به‌وجود می‌آیند، عبارتند از: نهاد خانواده، دین، سیاست، آموزش، حقوق، اقتصاد و... (Giddens, 2013: 31). براین‌اساس نهاد اقتصاد، شامل الگوهای تثبیت‌شده رفتاری و ارزش‌ها، هنجارها و نقش‌های مربوط به آن است که حول ارضای نیازهایی مشخص یعنی کارکرد تطبیق با محیط شکل گرفته است.

ماکس وبر^{۲۱} در کتاب اقتصاد و جامعه با رویکردی جامعه‌شناختی به اقتصاد نگریسته و برای تعریف اقتصاد از مفهوم کنش اقتصادی^{۲۲} سود می‌جوید. از نظر وی کنش عبارت است از تمام رفتارهای انسانی که در آن فرد کنشگر معنای ذهنی به رفتارش نسبت می‌دهد. کنش زمانی اجتماعی است که به شکل معناداری معطوف به دیگران باشد (وبر، ۱۳۹۴: ۴۸). از نظر وبر کنش اقتصادی، کاربرد مسالمت‌آمیز منابع تحت اختیار یک فرد در جهت بهره‌گیری اقتصادی است. در واقع کنش اقتصادی کنشی

عقلانی است که در جهت نیل به اهداف اقتصادی و به صورت عامدانه طراحی شده باشد و نظام اقتصادی مجموعه مستقلی از کنش‌های اقتصادی است و یک سازمان اقتصادی مجموعه متشکل و مستمری از کنش‌های اقتصادی است (وبر، ۱۳۹۴: ۱۰۳). در کنش اقتصادی، کنشگران نوعاً کار می‌کنند (انجام خدمات) برای کسب پول (منابع / درآمد) و در مرحله بعد، این منابع را در جهت ارضاء یک نیاز برای فواید و سودمندی آن (مطلوبیت) مصرف می‌کنند. این منابع نیز می‌تواند برای یک سرمایه‌گذاری مجدد در یک بنگاه مجدد به کار برده شود (Swedenberg, 2019: 64).

از نظر دورکیم، اقتصاد، یک نهاد اجتماعی و در مرکزیت زندگی اقتصادی و تجاری قرار دارد. نهاد اقتصاد و هر آنچه درون آن وجود دارد مانند پول، چیزی جز واقعیت اجتماعی نیست، برخلاف رویکرد مرکانتلیستی که آن را واقعیت نهایی اقتصادی می‌دانند (Steiner, 2012: 22). دورکیم نهاد را مجموعه‌ای از اصول، مقررات، عقاید (ارزش‌ها) و شیوه‌های رفتاری (هنجارها) می‌داند که از جامعه پایه گرفته و بر رفتار افراد حکومت می‌کند، به طوری که سرپیچی از آن مشکل و گاهی غیرمقدور است (دورکیم، ۱۴۰۱: ۱۹). پول به عنوان یکی از اجزای مهم نهاد اقتصادی، یک واقعیت اجتماعی است، به عنوان یک نماد چیزی که جمعی را متحد می‌کند، پول، هم یک اعتقاد و هم یک کیش اجتماعی است. از نظر دورکیم، تنها فعالیتی که می‌تواند مستقل از مذهب وجود داشته باشد فعالیت اقتصادی است، اما فعالیتی که بی‌ارتباط به آن نیست. به عقیده وی ارزش اقتصادی نوعی قدرت و کارایی تولید می‌کند (Durkheim, 1976: 418-419). در واقع دورکیم با انتقاد به رویکرد فایده‌باورانه و اخذ رویکردی اخلاقی به اقتصاد و رفتار اقتصادی در جامعه می‌نگرد (اسلیتر و تونیکس، ۱۴۰۰: ۱۳۹). مهم‌ترین نظرات دورکیم درباره اقتصاد حول تقسیم کار و نظم اجتماعی می‌چرخد. از نظر وی نه مبادلات بازار و نه نظم اجتماعی، هیچ‌کدام منبعت از افرادی که با هم قرارداد می‌بندند، نیست؛ بلکه این افراد، قراردادهای و مبادلات، تنها بر مبنای نظم اجتماعی قابل تفسیرند (اسلیتر و تونیکس، ۱۴۰۰: ۱۴۱). هرچند که تقسیم کار سبب همبستگی می‌شود، اما علت این همبستگی این نیست که تقسیم کار موجب می‌شود هر فرد، به تعبیر اقتصاددانان به صورت یک عامل مبادله درآید؛ بلکه علت این است که تقسیم کار در میان انسان‌ها یک نظام جامع مشتمل بر حقوق و تکالیف ایجاد می‌کند که میان افراد پیوستگی پایدار برقرار می‌سازد (Durkheim, 1978: 228-337). اقتصاد به عقیده دورکیم، جزئی از جامعه است که دارای ارزش‌ها، هنجارها و نقش‌هایی است که با سامان دادن روابط اقتصادی کمک به حفظ انسجام و نظم در جامعه می‌نماید.

کارل پولانی^{۳۳} (۱۹۴۴)، اقتصاددان و جامعه‌شناس مجارستانی، با نقد نظریه رسمی اقتصادی و مؤلفه رابطه هدف- وسیله و کمیابی از مفهوم اقتصاد قائم به ذات استفاده می‌کند. وی اقتصاد را ریشه در واقعیت می‌داند و نه منطق اقتصاد رسمی که تا آن زمان باب بود. وی همچنین با گرایش که اقتصاد را مساوی با بازار می‌داند مخالف

است. از نظر پولانی، اقتصاد ماهیتاً به ارتباط جامعه و افراد با طبیعت و ارتباطات اجتماعی وابسته و با امکانات و ارضای نیازهای انسانی مرتبط است، درحالی که ساختار اقتصاد رسمی که منتقد آن است کاملاً ساختگی و غیرانسانی است (پولانی^{۲۴}، ۱۹۷۱: ۲۴۳-۲۴۰). به دلیل رویکرد فرهنگی که پولانی به اقتصاد دارد بر قرارگرفتن اقتصاد در جامعه و فرهنگ تأکید می‌کند و در تعریف اقتصاد به مؤلفه‌های فرهنگی توجه دارد (سوئدبرگ و گرانووتر، ۱۴۰۰: ۱۱۹).

مارک گرانووتر^{۲۵} (۱۹۸۵)، تحت نظریه تحلیل شبکه به اقتصاد و نظام اقتصادی می‌نگرد. در واقع وی به جای کنش‌های اقتصادی در سطح خرد از شبکه روابط اجتماعی و شبکه کنش‌های اقتصادی سخن می‌گوید. وی معتقد است که کنش‌های اقتصادی در نظام اجتماعی در جریان روابط اجتماعی حک شده‌اند (Granwater, 1985: 487). کنش‌های اقتصادی تماماً اقتصادی نیستند و عناصر غیراقتصادی را نیز در بر دارند. کنش‌های اقتصادی جزئی از کنش‌های اجتماعی هستند که به وسیله انگیزه‌های اصلی فردی مانند جامعه‌پذیری، پایگاه، موقعیت و قدرت برانگیخته می‌شوند که این نشان می‌دهد که کنش‌های اقتصادی تنها از طریق منافع اقتصادی بر نمی‌آیند؛ بلکه دارای اثرات و زمینه‌های اجتماعی نیز هستند (Granwater, 2002: 50). گرانووتر با تأسی از پیتر برگر و توماس لاکمن نهادها، از جمله نهاد اقتصاد را مانند شبکه منجمد شده در نظر می‌گیرد که از طریق کنش متقابل و روابط اجتماعی میان مردم، شکلی عینی به خود گرفته و به پدیده‌ای بیرونی و بدیهی تبدیل می‌شود. وی معتقد است که نهاد اقتصاد در پی بسیج منابع برای کنش‌های جمعی می‌باشد (Granwater, 1992: 6-7).

پیتر بوردیو^{۲۶} (۱۹۹۷) در مقاله‌ای با عنوان میدان اقتصادی^{۲۷} با انتقاد به نظریه گرانووتر در نادیده گرفتن بعد ساختاری جامعه در شبکه روابط کنش‌های اقتصادی، نظریه میدان را ساخته و پرداخته نمود. میدان اقتصادی، شامل بنگاه‌هایی می‌شود که مهم‌ترین و کلیدی‌ترین کنشگران این میدان هستند و نقش دولت نیز برای ساختار میدان اقتصادی تعیین‌کننده است (Swedenberg, 2019: 73). بوردیو، اقتصاد را به عنوان میدان در نظر می‌گیرد که ساخت آن براساس توزیع انواع سرمایه (حجم و ساختار) شکل می‌گیرد؛ این سرمایه‌ها شامل سرمایه مالی، اجتماعی، فرهنگی و نمادین است. میدان فضای بازی کنشگرانی است که با پذیرش قواعد بازی تحت تأثیر نیروی آن عمل می‌کنند (Bourdieu and Wecquant, 2002: 19). بنابراین از نظر بوردیو مهم‌ترین ویژگی یک میدان از جمله میدان اقتصادی این است که کنش‌های واقع شده درون خود را تعیین می‌بخشد. کنشگران در میدان اقتصادی «عادت‌واره‌های اقتصادی» را با توجه به سرمایه‌هایشان با خود می‌آورند که ممکن است به شیوه عقلانی رفتار نکنند، اما کنش وی عقلانی و مستدل است (Bourdieu, 2005: 197-200). بوردیو معتقد است که رویکردی ساختاری به اقتصاد دارد؛ زیرا برای قدرت ساختارمند میدان، اهمیت قائل است. وی معتقد است که اقتصاد تنها متشکل از کنشگرانی نیست که

با یکدیگر به دلایل و انگیزه‌های مختلف وارد تعامل می‌شوند و برای ساخت اقتصاد کنش‌های تکراری کنشگران کافی نیست؛ بلکه باید اثر ساختار میدان را نیز در نظر گرفت (Swedenberg, 2019: 74).

بنابراین از رویکرد ساختاری-کارکردی یا سیستمی اقتصاد هم به عنوان خرده‌نظامی دارای کارکرد برای کل نظام هست و هم به عنوان سیستمی که در درون خود دارای خرده‌نظام‌های فرعی است که هر یک کارکردی برای نظام اقتصادی دارند و در نهایت عملکرد آن‌ها موجب دستیابی به نظم به تعبیر پارسونزی و دورکیمی می‌شود. از رویکرد تفسیری یا ذهنی اقتصاد حاصل مجموعه کنش‌های اقتصادی درون جامعه است که هدف از ایجاد آن‌ها ارضای نیازها و دستیابی به مطلوبیت و رضایت خاطر کنش‌گران می‌باشد.

با توجه به این دیدگاه‌ها می‌توان اقتصاد را این‌گونه تعریف کرد: اقتصاد الگوهای ارتباطی نسبتاً ثابت شبکه‌ای از کنش‌گران (تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات) برای کاربرد بهینه منابع، به‌ویژه منابع کمیاب و کسب بیشترین سرمایه اقتصادی در سطوح مختلف در بستری فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، تاریخی، جغرافیایی و اقلیمی است. اقتصاد الگوهای بهینه نسبتاً ثابت کنش مبادله‌ای انواع سرمایه‌ها با سرمایه اقتصادی و یا بالعکس است (پرچمی و درخشان، ۱۳۹۸: ۷).

فرهنگ و هنر

مفهوم دیگر کلیدی، واژه فرهنگ است. هدف در این مطالعه ارائه تعریفی از فرهنگ متناسب با بحث اقتصاد فرهنگ و هنر است؛ زیرا در مورد فرهنگ، تعاریف و دسته‌بندی‌های مختلفی در منابع گوناگون ارائه شده است. به گفته ریموند ویلیامز^{۲۸} مفهوم فرهنگ یکی از دو یا سه واژه‌ای است که در زبان انگلیسی دارای پیچیدگی است (ویلیامز، ۱۹۷۶: ۷۶). وی معتقد است فرهنگ ویژگی تاریخی دارد و باید متناسب با تغییرات اجتماعی برای آن تغییرات مفهومی نیز قائل شد. رابرت باروفسکی این نظر را مطرح می‌کند که تلاش‌های معطوف به تعریف فرهنگ «شبه تلاش برای به چنگ آوردن باد» است (Borofsky, 1998: 64). این استعاره ماهیت متغیر فرهنگ را نشان می‌دهد و بر این امر که رعایت دقت در خصوص یافتن معنای این واژه که تا چه اندازه دشوار است، تأکید می‌کند. فرهنگ واژه‌ای است که در کاربرد روزمره به معنای گوناگون، بدون یک معنای هسته‌ای مشخص یا مورد توافق عموم به کار می‌رود. در سطح دانشگاهی، این واژه به نوعی به مفاهیم و ایده‌هایی مربوط می‌شود که در کل علوم انسانی و علوم اجتماعی به وجود می‌آیند؛ ولی این واژه اغلب بدون تعریف دقیق به کار می‌رود و نحوه کاربرد آن در داخل و میان رشته‌های مختلف، متفاوت است (تراسبی، ۱۳۹۷: ۲۱).

در میان جامعه‌شناسان و به خصوص مردم‌شناسان نیز متناسب با پارادایمی فکری

که به آن تعلق دارند، تعاریفی از فرهنگ ارائه شده است. فرهنگ از نظر دورکیم به عنوان نظامی نمادین، یعنی جهانی از معانی مشترک است که عملاً به افراد از طریق ارزش‌ها و ایده‌ها انگیزه می‌دهد. به گفته دورکیم «هر جامعه‌ای در پی وضع مجموعه‌ای از معانی است که بدان وسیله بتواند خود را به جهان پیوند زند. این معانی مجموعه‌ای از اهداف را مشخص می‌کنند که مشترک است» (دورکیم، ۱۴۰۰: ۵). به این ترتیب به عقیده وی، فرهنگ به مثابه الگویی از معانی تعریف می‌شود که در اشکال نمادین (نمودهای جمعی) تجسم یافته است؛ اشکالی که هم در درون و هم در بیرون از افراد وجود دارند (سوینچ وود، ۱۳۸۰: ۲۷۶).

پارسونز به تبعیت از دورکیم، فرهنگ را نیروی عمده‌ای می‌انگاشت که عناصر گوناگون جهان اجتماعی یا به تعبیر خودش، نظام اجتماعی را به هم پیوند می‌دهد. با توجه به رویکرد ساختارگرایانه پارسونز، فرهنگ علاوه بر اینکه اهمیت و استقلال ساختاری دارد، به حریم نظام‌های دیگر نیز وارد شده و بر آن‌ها تأثیر نهاده است (پارسونز و ترنر^{۲۹}، ۱۹۵۱: ۳). از نظر وی فرهنگ میانجی کنش متقابل میان کنشگران است و شخصیت و نظام اجتماعی را با هم ترکیب می‌کند. پارسونز در صورت‌بندی خود، فرهنگ را نظام‌های منظم یا الگوهای نهادمند (موضوع جهت‌گیری کنش‌ها)، عناصر درونی شده شخصیت افراد کنشگر و الگوهای نهادمند نظام اجتماعی تعریف می‌کند که به طور موفقیت‌آمیزی درونی می‌شوند (Parsons and Turner, 1951: 10-11). فرهنگ در واقع از مجموعه‌ای از الگوهای کوچکتر تشکیل شده که می‌توانیم آن‌ها را قواعد، باورها و ارزش‌ها بنامیم که در میان اعضای یک جامعه مشترک است (Parsons and Turner, 1951: 114). ریموند ویلیامز نیز معانی معاصر مفهوم فرهنگ را بررسی می‌کند و آن‌ها را به چهار دسته تقسیم می‌کند:

- ۱) فرهنگ به معنای فرایند رشد فکری و معنوی کل یک جامعه، در این معنا که فرهنگ امری اکتسابی بوده که به تدریج ایجاد شده و با گذشت زمان افزایش می‌یابد (در این نوع تعریف مفهوم فرهنگ به مفهوم سرمایه فرهنگی نزدیک می‌شود).
 - ۲) سبک کلی زندگی یک گروه یا یک ملت، در این معنا فرهنگ به تعریف مردم‌شناسانه نزدیک می‌شود که به گروه‌ها و جوامع ارجاع داده می‌شود.
 - ۳) آثار و فعالیت‌های فکری و هنری که متداول‌ترین معنای فرهنگ است که شامل موسیقی، ادبیات، نقاشی، مجسمه‌سازی، تئاتر و فیلم است.
 - ۴) سیستم نشانه‌ای است که از طریق آن نوعی نظم در جامعه برقرار می‌شود. در این مفهوم، فرهنگ قلمرویی مجزا نیست بلکه یکی از ابعاد نهاد‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است (Williams, 1976: 80-81).
- تعاریف مردم‌شناسان از فرهنگ شامل مقولات زیادی می‌شود که علامه جعفری آن را کلی پیچیده می‌نامد. علامه جعفری از فرهنگ تعریفی هنجاری داشته و برای آن جهت

قائل است. از نظر وی فرهنگ عبارت است از کیفیت یا شیوه بایسته و شایسته برای آن دسته از فعالیت‌های حیات مادی و معنوی انسان‌ها که مستند به طرز تعقل سلیم و احساسات تصعیدشده آنان در حیات معقول تکاملی باشد. وی معتقد است که همه تعاریف ارائه شده از فرهنگ دارای ویژگی‌های مشترکی نظیر «عنصر بایستگی و شایستگی، کمال، ترقی مادی و معنوی، کرامت و حیثیت و شرف ذاتی انسان، حیات شایسته و آزادی مسئولانه و عدالت در اجرای حقوق و قوانین» هستند (جعفری، ۱۳۹۲: ۷۷).

درواقع جامعه، بستر حیات اجتماعی انسان‌هاست و فرهنگ، روش‌های ارضای نیاز ماندگار یک واحد اجتماعی مبتنی بر یک جهان بینی است که در طول زمان شکل گرفته است. از این رو فرهنگ نقش مهمی در رشد و پیشرفت هر جامعه‌ای دارد. پیشرفت هر فرهنگ تابع کمیت و کیفیت روش‌های ارضای نیازها و تناسب آن‌ها با مبانی فرهنگ هر جامعه است که پیشرفت جامعه را می‌تواند در پی داشته باشد. فرهنگ شیوه‌های ارضای نیاز ماندگار یک واحد اجتماعی است که در طول زمان مبتنی بر یک جهان بینی شکل گرفته باشد. فرهنگ شیوه‌های ارضای نیازها در یک واحد اجتماعی برای نیل به هدف غایی حیات انسان است که متناسب با اقلیم و مبتنی بر یک جهان بینی بوده و حداقل بیش از یک نسل دوام آورده باشد. پیشرفت علم و فناوری بشر به مرور، اثرات اقلیم را کمتر و شباهت‌های فرهنگی را بیشتر نموده است (پرچمی و درخشان، ۱۳۹۸: ۷).

براین اساس فرهنگ نظامی نسبتاً منسجم و متشکل از اجزایی غیرمادی شامل ارزش‌ها، ابزارها و میراث‌های فرهنگی مشترک بین اعضای یک گروه، اجتماع یا جامعه که از هنرچهارها، نمادها، باورها و اعتقادات، آداب و رسوم، دانش و اطلاعات رایج و هنرها و اجزایی مادی شامل کالاهای مصرفی، طریق یادگیری از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود (پناهی، ۱۳۷۵: ۹۶).

با توجه به این تعاریف می‌توان گفت که فرهنگ شامل مجموعه به هم پیوسته‌ای از نگرش‌ها، اعتقادات، اندیشه‌ها، اعمال یا شیوه‌های ارضای نیاز مادی و غیرمادی نسبتاً مشترک بین اعضای یک گروه است که از طریق یادگیری و تجربه در طول زمان مبتنی بر یک جهان بینی شکل گرفته است.

تراسبی در کتاب «اقتصاد و فرهنگ» به این موضوع می‌پردازد که با وجود گستردگی تعاریف راجع به فرهنگ، می‌توان گستره تعاریف‌ها را تا حد دو تعریف کاهش داد تا فرهنگ همان معنایی داشته باشد که در بحث اقتصاد و فرهنگ به کار می‌رود. تعریف اول به رویکرد مردم‌شناختی و جامعه‌شناختی نزدیک‌تر و تعریف دوم که بی‌ارتباط با تعریف اول نیست، جهت‌گیری کارکردی‌تری دارد. تعاریف تراسبی در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. معانی فرهنگ در ارتباط با اقتصاد فرهنگ از دیدگاه تراسبی (منبع: تراسبی، ۱۳۹۷)

ویژگی‌ها	معانی
<ul style="list-style-type: none"> - مشترک در میان گروه - ایجاد هویت و مشارکت - تأمین ابزاری برای ایجاد تمایز از گروه‌های دیگر - در قالب نشانه، نماد، متون، مصنوعات و ... 	نگرش‌ها، اعتقادات، آداب و رسوم، ارزش‌ها و هنجارهای گروهی از مردم
<ul style="list-style-type: none"> - وجود خلاقیت - آفرینش و انتقال معنای نمادین - واجد نوعی ویژگی عقلانی 	فعالیت‌ها و محصولات فکری، اخلاقی و هنری مربوط به زندگی انسان

طبق رویکرد لایه‌ای یا چند مؤلفه‌ای از فرهنگ، فرهنگ از لایه‌های مختلفی تشکیل شده است. درونی‌ترین لایه فرهنگ معرفت و جهان‌بینی است، لایه میانی شیوه زندگی که تمرکز اصلی فرهنگ روی آن است و بیرونی‌ترین لایه، فرهنگ مادی است که شامل مصنوعات و محصولات فرهنگی و هنری می‌شود. براساس این مدل سه لایه‌ای، فرهنگ از یک سو در معنویت و معرفت یک جامعه ریشه دارد که هرچه به عمق آن نزدیک می‌شویم از میزان اجتماعی بودن آن کاسته می‌شود و از سوی دیگر لایه‌ای بیرونی و ظاهری دارد که در قالب انواع کالاهای مادی و فعالیت‌های مرتبط با سبک زندگی تجلی دارد. کالاهای هنری در این لایه بیرونی قرار دارند (Horton and Hunt, 2004)

در بحث اقتصاد فرهنگ و هنر، معمولاً ادبیات نظری مطرح شده در این حوزه ضمن عدم انکار تعاریف مختلف برای فرهنگ، بیشتر بر بعد مادی فرهنگ تأکید دارد و اشکال فرهنگی (کالاهای هنری) به عنوان امور انتزاعی در نظر گرفته نمی‌شوند (اسمیت، ۱۳۹۱: ۲۷۰). اما با توجه به تعریف اتخاذ شده از فرهنگ، بعد معنوی فرهنگ یا بعد هنجاری آن غیرقابل تفکیک از بعد مادی آن است و رفاه مادی صرف سبب رشد، خودشکوفایی و کمال انسانی نمی‌شود. در واقع فرهنگ سبب پیشرفت مادی و معنوی انسان‌ها، کرامت و شرافت انسان‌ها، آزادی متعهدانه انسان‌ها و عدالت‌محور بودن ابعاد گوناگون زندگی انسان‌ها می‌شود (پناهی، ۱۳۹۴: ۷) که در این تعریف نیز به آن توجه شده است.

مؤلفه «اعمال» یا فعالیت‌های مردم، حاوی جهت‌گیری کاربردی در این تعریف است. فعالیت‌های مردم و محصولات این فعالیت‌ها که به جنبه‌های فکری، اخلاقی و هنری زندگی انسان مربوط می‌شوند، دلالت می‌کند. در این معنا فرهنگ، به فعالیت‌هایی مربوط می‌شود که مبتنی بر روشنگری و پرورش ذهن است و نه کسب مهارت فن یا حرفه‌ای محض. در چنین کاربردی این واژه بیشتر به صورت صنعت به کار می‌رود. به عنوان مثال در «کالاهای فرهنگی و هنری»، «نهادهای فرهنگی و هنری»، «صنایع فرهنگی و هنری» یا «بخش فرهنگی اقتصاد» (تراسبی، ۱۳۹۷: ۲۳).

هنر به عنوان رکن اصلی بعد مادی فرهنگ، حاصل فرایندهای ساخت انسانی مبتنی بر زیبایی است که برای تأثیرگذاری بر احساسات انسانی یا انتقال یک مفهوم آفریده یا خلق

می‌شود (Oxford Dictionary, 2023). صنایع هنری هسته اصلی بعد مادی فرهنگ است. یونسکو صنایع فرهنگی و هنری را فعالیت‌هایی تعریف می‌کند که هدف اصلی آن‌ها تولید، بازتولید، ارتقا، توزیع یا تجاری‌سازی کالاها، خدمات و فعالیت‌های مربوط به فرهنگ، هنر یا میراث فرهنگی است و فعالیت فرهنگی و هنری درآمدزا و تأثیرگذار را به یازده صنعت فرهنگی تقسیم می‌کند که شامل فیلم، کتاب، موسیقی، هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی، بازی‌ها، تلویزیون، رادیو، روزنامه و مجله، معماری و تبلیغات است (UNESCO, 2015: 11). انواع مختلف فعالیت‌های هنری و کالاها و خدماتی که بر اثر این فعالیت‌ها تولید می‌شوند، ارزشمند هستند؛ هم برای کسانی که آن‌ها را می‌سازند و هم کسانی که آن‌ها را مصرف می‌کنند (تراسبی، ۱۳۹۷: ۴۷). کالاهای هنری دارای ویژگی‌های مهمی هستند از جمله اینکه: ظرفیت انتقال پیام نمادین دارند (Hesmondhal, 2007: 12)؛ مستلزم درونداد خلاقیت انسانی بوده (Pope, 2005: 145) و بالقوه مشمول مالکیت معنوی هستند (مک‌کین، ۱۳۹۲: ۵۳). این ویژگی‌ها ضرورت پرداختی صرفاً غیراقتصادی به مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر را توجیه می‌کند.

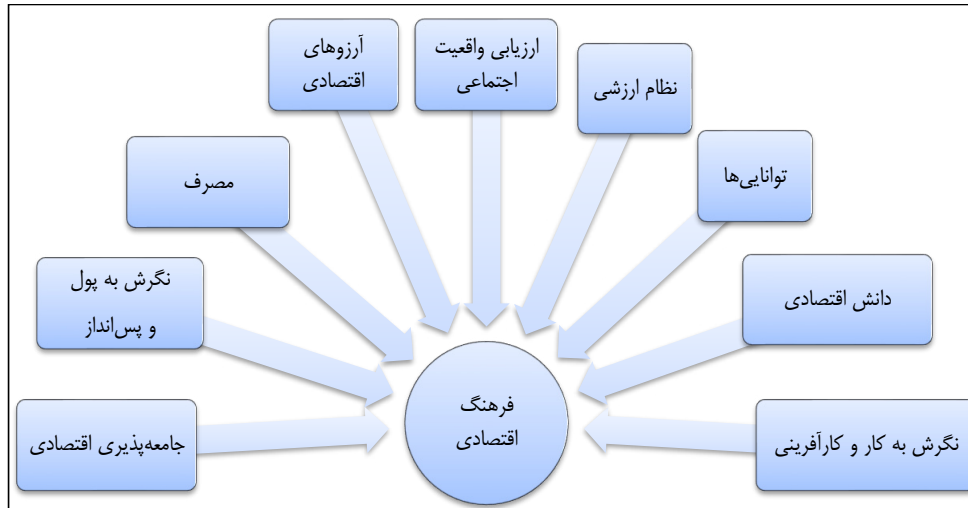
پیش از ارائه تعریف مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر از رویکرد جامعه‌شناختی به دلیل وجود مفاهیم نزدیک به اقتصاد فرهنگ لازم است که ابتدا به بررسی تفاوت این مفهوم با مفاهیم نزدیک پرداخته شود.

اقتصاد فرهنگ و مفاهیم نزدیک

از کنار هم قرار گرفتن دو مفهوم اقتصاد و فرهنگ، ترکیب‌های مختلفی اعم از ترکیب‌های اضافی و وصفی به وجود می‌آید که دارای معانی متفاوتی هستند، مانند: اقتصاد فرهنگ^{۳۰}، اقتصاد فرهنگی^{۳۱}، فرهنگ اقتصادی^{۳۲}.

فرهنگ اقتصادی هنجارها و ارزش‌های اقتصادی یک واحد اجتماعی است که در تعاملات اقتصادی‌شان بر مبنای آن رفتار می‌کنند. فرهنگ اقتصادی مؤلفه‌ای است که از طریق فرایندی اجتماعی انتقال ارزش‌ها و هنجارهای اقتصادی به وجود می‌آید. براین مبنای گرایش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اقتصادی افراد جامعه شکل می‌گیرد. در شرایط حاضر جوامعی که دارای فرهنگ اقتصادی قوی، منعطف و نوآور هستند، توانایی رقابت و در نتیجه موفقیت بیشتری را دارند (Potokan and Ndelko, 2014: 162). فرهنگ اقتصادی روش تفکر و رفتار افراد و جوامع و عقاید، باورها و ارزش‌های مرتبط با حوزه اقتصاد است. فرهنگ اقتصادی پتانسیل یک گروه اجتماعی خاص را از طریق فراهم آوردن جهان‌بینی خاص خود، برای مشارکت در فرایندهای اقتصادی فراهم می‌کند (Porter, 2020: 15). فرهنگ اقتصادی سیستم یک پارچه‌ای از عامل‌هایی است که رفتارهاکنش، های افراد و گروه‌های اجتماعی را درون اقتصاد تنظیم می‌کند. این عوامل عبارتند از: جامعه‌پذیری اقتصادی، دانش اقتصادی فرد و جامعه، مهارت لازم برای عمل در بازار اقتصادی، نگرش به پول و پس‌انداز، نگرش به

کار و کارآفرینی، ارزیابی و نگرش به واقعیت اجتماعی، سطح آرزوهای مادی، مصرف، سیستم ارزش‌های مربوط به فرد یا کل جامعه (3: Krzyminewska, 2018). در نمودار ذیل عناصر فرهنگ اقتصادی ترسیم شده است.



مدل ۱. عناصر فرهنگ اقتصادی
(منبع: کرزیمینوسکا، ۲۰۱۸)

این عناصر ممکن است در جوامع مختلف و با توجه به فرهنگ‌های درون آن‌ها متفاوت باشد. برای مثال در جوامع شرقی مانند چین و مالزی که تحت تأثیر فرهنگ اقتصادی چین است که ترکیبی از اخلاق کنفوسیوس و تائویسم است، عناصر تشکیل‌دهنده فرهنگ اقتصادی عبارتند از: ارتباط شخصی، میانجی‌گری، موقعیت اجتماعی، هماهنگی بین فردی، تفکر کل‌گرا، صرفه‌جویی و تحمل (Peck, 2008: 65). وجود یک فرهنگ اقتصادی کارآمد و مطلوب، زمینه رشد و پیشرفت را در زمینه‌های مختلف فراهم می‌آورد که برای دستیابی به آن لازم است که مختصات دستیابی به یک فرهنگ مطلوب اقتصادی و مؤلفه‌های مهم شکل‌دهی رفتار اقتصادی تعیین شود تا نظام اجتماعی با استفاده از منابع، نهادها و ابزارهای مربوط به آن چنین نظامی را که منطبق با واقعیت اجتماعی است را در ذهن، باور، نگرش و رفتار افراد ایجاد کند (Badr, 2006: 3).

از مهم‌ترین این ترکیب‌ها می‌توان به مفهوم «اقتصاد فرهنگی» اشاره کرد که به مفهوم اقتصاد فرهنگ نزدیک‌تر است که از نظر برخی اقتصاددانان این اصطلاح هرچند در ظاهر ترکیبی وصفی است، اما معادل با ترکیب اضافی «اقتصاد فرهنگ» به کار می‌رود.

اصطلاح اقتصاد فرهنگی، مانند بسیاری از موضوعات دیگر، با ظهور چرخش فرهنگی^{۳۳} در پایان قرن بیستم به کار گرفته شد. چرخش فرهنگی، نهضت یا جنبشی است که در اواخر دهه ۱۹۷۰ توسط اندیشمندان حوزه علوم انسانی به خصوص علوم اجتماعی شکل گرفت که براساس آن فرهنگ به عنوان مؤلفه‌ای که ابعاد گوناگون زندگی انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهد در محور بحث‌ها قرار گرفت (Boul-ding and Spielman, 2005: 2). فرهنگ دیگر براساس اندیشه‌های قدیمی، محدود

به معنای سنتی نیست؛ بلکه در همه ابعاد و فضاهاى مختلف جامعه حضور دارد؛ در جامعه، در زندگى روزمره و به اشکال مختلف رسانه، اوقات فراغت، تولید و مصرف در بازار (Jameson, 2019). براساس این رویکرد، بسیاری از فعالیت‌های انسان امروز را می‌توان ماهیتاً فرهنگی دانست. اکنون فقط هویت فردی، گروهی و اجتماعی انسان‌ها نیست که ماهیت فرهنگی دارد، بلکه انواع فعالیت‌های اجتماعی، فراغتی، سیاسی و حتی اقتصادی انسان‌ها نیز جنبه قوی فرهنگی پیدا کرده است، به طوری که به جرأت می‌توان گفت، سبک زندگى انسان‌ها و انواع فعالیت‌های آن‌ها فرهنگی هستند (پناهی، ۱۳۹۴: ۴).

این جنبش فکری در حوزه‌های مختلف علوم اجتماعى از جمله جامعه‌شناسی، سیاست، جغرافیا، ترجمه و اقتصاد استقبال می‌شود. تحت این رویکرد، به اقتصاد در بستری فرهنگی نظاره می‌شود و همان اندازه که بخش فرهنگ حاوی ابعاد اقتصادی مهمی است و بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولید و توزیع را به خود اختصاص می‌دهد، بخش اقتصادی هم حاوی ابعاد مهم فرهنگی است و در ساختن هویت، سبک زندگى، طرز تفکر و نگرش انسان‌ها اثرگذار است (پناهی، ۱۳۹۴: ۱۲).

در اقتصاد فرهنگ^{۳۴}، اقتصاد در فضایی عمل می‌کند که تحت تأثیر گفتمان‌های اجتماعى و فرهنگی صورت می‌گیرد (Calvin, 1998: 34). بدین معنا که در جهت‌گیری خود از مقولات فرهنگی، اخلاقی و ارزش‌های حاکم بر جامعه متأثر است (Brewer, 2011: 52). از رویکردی فراتر که متعلق به رویکردهای پساساختارگرایی است، اساساً اقتصاد در فرهنگ تعبیه شده است که از طریق نمادهای رسانه‌های فرهنگی، نشانه‌ها و گفتمان‌ها نشان داده می‌شود و فرهنگ به عنوان وجه بیرونی و مادی بر اقتصاد تأثیر می‌گذارد (Gibson and Kang, 2005: 542). با این نگاه، همه ابعاد جامعه و به ویژه اقتصاد دارای ماهیت معنایی و نمادین است. از این رو هم اقتصاد دارای ابعاد فرهنگی است و هم فرهنگ دارای ابعاد اقتصادی است (Prince and Diofty, 2009: 1744). با توجه به این رویکرد، اقتصاد فرهنگ به عنوان یک حوزه معرفت‌شناختی و روش‌شناختی به توسعه، پیشرفت و حل مسائل می‌تواند کمک کند، مسائلی در حوزه‌های سبک زندگى، مصرف، رسانه، تولید، توزیع و مصرف، مسائل زیست‌محیطی، شهری، آب‌وهوایی و غیره (Gibson, 2011: 282).

از طرفی مفهوم اقتصاد فرهنگ^{۳۵} عموماً توسط متخصصین و اندیشمندان این حوزه به ویژه اقتصاددانان، در معنای معادل ترکیب اضافی اقتصاد فرهنگ به کار گرفته می‌شود. در این معنا اقتصاد فرهنگ هم شاخه‌ای از علم اقتصاد است و هم بخشی از دنیای بزرگ هنر و فرهنگ. اقتصاد فرهنگ با استفاده از ابزارها و تحلیل‌های اقتصادی، مسائل حوزه هنر و فرهنگ را پاسخ می‌دهد. همان‌گونه که علم اقتصاد در مواجهه با مسائل از ترکیب اقتصاد نظری و تحقیقات تجربی استفاده می‌نماید، اقتصاد فرهنگ نیز به منظور بررسی مسائل بخش فرهنگ، فرضیات نظری مربوط به تولید و مصرف

کالا و خدمات فرهنگی و تحقیقات تجربی را باهم مورد استفاده قرار می‌دهد (تاووز، ۱۳۹۵: ۳۱). برخی در این کاربرد، اقتصاد فرهنگ را در سطح خرد که به عملکرد بنگاه‌ها، شبکه‌ها و عوامل تولید و مصرف بخش فرهنگی می‌پردازد و اقتصاد فرهنگی را در سطح کلان و تأثیر آن بر اقتصاد کلان جامعه مورد بررسی قرار می‌دهند (Blogg, 2001: 126). در این معنا اقتصاد فرهنگی اشاره به نظام اقتصادی دارد که در کارکردهای خود مانند تولید، توزیع، سوددهی، درآمدزایی، کارآفرینی، اشتغال و غیره به نظام فرهنگی و بخش کالاها و محصولات فرهنگی توجه داشته و در خدمت آن است و از این طریق نیز شرایط رشد و توسعه را فراهم می‌آورد (Zambilas, 2005: 427).

بنابراین فرهنگ اقتصادی شامل هنجارها و ارزش‌های اقتصادی یک واحد اجتماعی است که کنشگران در تعاملات اقتصادی‌شان بر مبنای آن‌ها عمل می‌کنند و اقتصاد فرهنگی در ترکیب وصفی آن به این معناست که بخش اقتصادی حاوی ابعاد مهم فرهنگی است که در ساختن هویت، سبک زندگی، طرز تفکر و نگرش انسان‌ها اثرگذار است. این مفاهیم که معانی متفاوتی دارند، از یکدیگر جدا نبوده و با مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر دارای ربط علی هستند. بدین معنا که اقتصاد فرهنگی شرط لازم برای توسعه تولید صنایع فرهنگی با توجه به بازارهای خارجی و نوع تقاضاست و فرهنگ اقتصادی بر توسعه تولید و مصرف داخلی تأثیرگذار است؛ بنابراین توجه به هر یک از آن‌ها در بحث اقتصاد فرهنگ لازم و ضروری به نظر می‌آید.

در این مطالعه اقتصاد به عنوان یک نهاد اجتماعی یا نظام اجتماعی شناخته می‌شود که اجزای آن یعنی شبکه کنشگران، موقعیت‌ها و نقش‌های درون آن و الگوهای ارتباطی که ویژگی تنظیم‌کنندگی دارد، زمانی به حفظ بقای جامعه کمک می‌کند که کارکرد خود را یعنی دستیابی به بیشترین سرمایه اقتصادی در سطوح مختلف را به انجام رساند. این وجه از اقتصاد با علم اقتصاد که بیشتر نظریه پردازان و محققین این حوزه از آن استفاده نموده‌اند متفاوت است. با توجه به تعریف اقتصاد، اقتصاد فرهنگ و هنر نیز به عنوان نظام منسجمی از نقش‌ها، موقعیت‌ها، شبکه‌ها، کنشگران و الگوهای ارتباطی است که در هم پی کسب بیشترین سرمایه اقتصادی از طریق فرهنگ و هنر است و هم می‌تواند به افزایش سرمایه فرهنگی به معنای شناختی آن کمک نماید.

تعریف جامعه شناختی اقتصاد فرهنگ و هنر

در ابتدا اقتصاد فرهنگ به عنوان شاخه‌ای از علم اقتصاد شناخته شد که علم اقتصاد و ابزارهای آن که شامل نظریات مربوط به اقتصاد کلان، نئوکلاسیک، خرد و اقتصاد رفاه است، در جهت تحلیل چگونگی تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی مورد استفاده قرار گرفت. در این معنا اقتصاد فرهنگ بخشی از اقتصاد است که معطوف به فعالیت‌ها، تولیدات فرهنگی و هنری است (Pratt, 2004: 407). بنابر تعریف رابرت پیکارد^{۳۶} به بررسی چگونگی تأمین خواسته‌ها و نیازهای مصرف‌کنندگان

کالاهای فرهنگی از طریق تولید، توزیع و تبلیغ توسط فعالان فرهنگ و با استفاده از منابع می‌پردازد (Pickard, 1990: 30). بر این مبنا اقتصاد فرهنگ و هنر چگونگی تولید کالای فرهنگی و هنری از منابع کمیاب برای ایجاد محتوا جهت تأمین نیازهای افراد جامعه است (Albaran, 2016: 2).

اقتصاد فرهنگ از یک طرف به بررسی و شناسایی عوامل اقتصادی مؤثر بر عرضه، تولید، توزیع، تقاضا، مصرف، قیمت، شرایط بازار و عوامل تولید (نیروی کار، سرمایه تجهیزاتی و امکانات) فعالیت‌های فرهنگی و هنری می‌پردازد و از سوی دیگر، تأثیر و سهم فعالیت‌های فرهنگی را در سیستم اقتصادی یک جامعه بررسی و تعیین می‌کند که نشان‌دهنده رابطه مستقیم و غیرمستقیم میان اقتصاد و فرهنگ است.

براین مبنا رابطه اقتصاد و فرهنگ را می‌توان به دو صورت دانست:

۱. مستقیم (تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات فرهنگی و هنری با هدف کسب سود اقتصادی)؛

۲. غیرمستقیم (تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات فرهنگی و هنری که منجر به تغییر فرهنگ و سبک زندگی مردم و در نهایت نفع اقتصادی تولیدکننده می‌شود) (تراسبی، ۱۳۷۹: ۴۴).

بنابراین از دیدگاه اقتصادی، همان‌گونه که علم اقتصاد در مواجهه با مسائل از ترکیب اقتصاد نظری و تحقیقات تجربی استفاده می‌کند، اقتصاد فرهنگ و هنر نیز به منظور بررسی مسائل بخش فرهنگی، فرضیات نظری مربوط به تولید و مصرف کالا و خدمات فرهنگی - هنری و تحقیقات تجربی را باهم مورد استفاده قرار می‌دهد (تاووز، ۱۳۹۵: ۳۱)؛ تا آنجا که اقتصاد فرهنگ و هنر را توصیف و تحلیل ویژگی‌های مشهود عرضه و تقاضا و نیز ویژگی‌های رابطه متقابل عرضه و تقاضا در صنایع گوناگون تشکیل‌دهنده بخش فرهنگ و هنر تعریف می‌شود (برتون، ۱۳۸۸: ۶۱). برای مثال از نظریات اقتصاد کلان برای سنجش سهم صنایع فرهنگی و هنری در درآمد ملی، از نظریات اقتصاد خرد در جهت تنظیم و سیاست قیمت‌گذاری، هزینه تولید و در کل رفتار اقتصادی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کالاهای فرهنگی و هنری استفاده می‌شود. در بحث اقتصاد رفاه که می‌تواند پرکاربردترین رویکرد در اقتصاد فرهنگ و هنر باشد، شرایط لازم برای سیاست‌های بهبود وضعیت رفاهی مد نظر قرار می‌گیرد که مبنای لازم برای مداخله دولت از طریق قانون‌گذاری و یارانه‌های مالی را فراهم می‌آورد.

گرچه هنر و کالاهای فرهنگی را می‌توان نوعی کالای اقتصادی دانست که می‌توان با مفاهیم اساسی اقتصاد، نظیر هزینه فرصت، عرضه و تقاضا و تولید و مصرف، درباره آن صحبت کرد، اما ویژگی‌های خاص هنر و صنایع خلاق که نیازمند نگرشی وسیع‌تر هستند، ما را نیازمند آن می‌سازد که در به‌کارگیری نظریه‌های اقتصادی برای آن‌ها رفتار دیگری داشته باشیم و این همان چیزی است که اقتصاد فرهنگ را از اقتصاد متمایز می‌کند (تراسبی، ۱۳۹۷: ۲۰).

با توجه به بعد ذهنی فرهنگ که ویژگی مهم آن است و کالاهای فرهنگی و هنری که دارای بعد مادی هستند، اما بر اندیشه و باور اثرگذارند، علاوه بر دیدگاه اقتصادی که با رویکردی اقتصادی به تحلیل فرهنگ و کالاهای هنری می‌پردازد که برای تحلیل اقتصاد فرهنگ و هنر نیز مفید است؛ زیرا باعث می‌شود که فرهنگ در قالب ابزارهای عینی ظهور یابد که این در رابطه اقتصاد و فرهنگ نهفته است، لازم است با رویکرد غیراقتصادی یعنی فرهنگی و اجتماعی نیز به این پدیده نگریست.

در جامعه‌شناسی اقتصادی و فرهنگی، در تجزیه و تحلیل مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر علاوه بر متغیرها و عوامل اقتصادی، به عوامل فرهنگی و اجتماعی نیز توجه می‌شود. اقتصاد به عنوان نوعی کنش، تنها تابع قانون مندی‌های ناب اقتصادی نیست؛ بلکه علاوه بر قانون مندی‌های اقتصادی، قانون مندی‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هم بر آن تأثیرگذارند؛ بنابراین مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر در جامعه‌شناسی می‌تواند به گونه‌ای دیگر مورد بررسی قرار گیرد و در تجزیه و تحلیل آن افزون بر متغیرها و عوامل اقتصادی، به عوامل فرهنگی و اجتماعی نیز توجه شود.

در حالی که نگرش اقتصادی به فرهنگ و هنر به دنبال تحلیل اقتصادی مناسبات حاکم بر تولید و مصرف بخش‌های مختلف فرهنگ و هنر است؛ از رویکرد فرهنگی، مجموعه‌ای از کالاها و محصولات، رفتارها و پیوندها و تعاملات فرهنگی در جامعه وجود دارد که علاوه بر ابعاد اقتصادی بایستی به بعد ذهنی آن‌ها توجه شود. بدین معنا که رشد صنایع فرهنگی علاوه بر اینکه خود نتیجه بروز و ظهور استعدادها، ایده‌ها، معرفت و سرمایه فرهنگی تولیدکنندگان آن است؛ مجموعه‌ای از امکانات فرهنگی و هنری را برای جهت‌گیری‌های ذهنی، ارزشی و معنوی نیز آماده می‌سازد؛ صنایعی که محصولات و خدمات حاصل از آن به اعتلای انسان و درنهایت یک جامعه می‌تواند کمک کند.

در این نگرش مباحثی مانند خلاقیت، ایده‌ها، نوآوری، تولیدات فرهنگی و هنری، مصرف فرهنگی، ذائقه فرهنگی، سبک زندگی، سرمایه‌ها، کالاها و خدمات فرهنگی و هنری (کالاهای ملموس و غیرملموس)، ارزش‌های فرهنگی، صنایع فرهنگی و بازار فرهنگی، هنری و نهادهای فرهنگی مطرح می‌شود.

از این رو اقتصاد فرهنگ و هنر در برگیرنده اقتصاد، با تمام مفاهیم آن (تولید و توزیع و مصرف ثروت یا سرمایه اقتصادی) و در برگیرنده فرهنگ (تولید و توزیع و مصرف سرمایه فرهنگی) و موضوع‌های مربوط به آن می‌تواند باشد. این عرصه نویددهنده قابلیت‌های سرمایه‌گذاری، تولید و درآمد کلان است اما فقط به پول، سودآوری و هزینه کردن آن محدود نمی‌شود؛ بلکه مجموعه امکاناتی است که برای جهت‌گیری‌های فرهنگی نیز به کار گرفته می‌شود.

با توجه به تعاریفی که از اقتصاد، فرهنگ و مطالب فوق ارائه شد، تعریف مورد نظر از اقتصاد فرهنگ و هنر در این مطالعه عبارت است از: نظام منسجمی از نقش‌ها، موقعیت‌ها، شبکه‌ها، کنشگران و الگوهای ارتباطی است که هم در پی کسب بیشترین

سرمایه اقتصادی از طریق تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات فرهنگی و هنری است و هم می‌تواند به افزایش سرمایه فرهنگی کمک نماید. اقتصاد فرهنگ، الگوهای ارتباطی شبکه‌ای از کنش‌گران در عرصه تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات فرهنگی و هنری است که با به‌کارگیری بهینه منابع، به‌ویژه منابع کمیاب به دنبال کسب مستمر بیشترین سرمایه اقتصادی از سرمایه فرهنگی در سطوح مختلف و در شرایطی خاص می‌باشد. اقتصاد فرهنگ، الگوهای نسبتاً ثابت کنش برای کسب سرمایه اقتصادی از تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و هنری است؛ بنابراین اقتصاد فرهنگ به‌عنوان نظام منسجمی از نقش‌ها، موقعیت‌ها، شبکه‌ها، کنشگران و الگوهای ارتباطی است که هم در پی کسب بیشترین سرمایه اقتصادی از طریق فرهنگ بوده و هم می‌تواند به افزایش سرمایه فرهنگی به معنای شناختی آن کمک کند.

نتیجه‌گیری

از سال دوهزار میلادی، اقتصاد جهانی رسماً، فرهنگ را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های ضروری توسعه اقتصادی پذیرفت و بر نقش آن در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی تأکید کرد. به‌همین دلیل امروز رویکرد غالب در توسعه این است که مسیر رشد، چه در سطح خرد و چه کلان برای کشورها، از تولید و تمرکز بر صنایع با ارزش افزوده بالا می‌گذرد. به‌این ترتیب عصر اقتصاد خام فروشی و تک محصولی مدت‌هاست که سپری شده و کشورهای دارای اقتصاد دانش‌بنیان، پژوهش‌ها، حمایت‌ها، سرمایه‌ها و کسب‌وکارهای خود را به سمت صنایع با ارزش افزوده بالا سوق می‌دهند. این رویکرد تحت تأثیر نگرش اقتصادی به فرهنگ و هنر شکل گرفته که در راستای تئوری توسعه و به دنبال تحلیل اقتصادی مناسبات حاکم بر تولید و مصرف بخش‌های مختلف فرهنگ و هنر و حمایت از حقوق مالکیت معنوی بوده است، اما از رویکرد اجتماعی، اقتصاد از یک منظر، کنشی نیست که تنها تابع قانون‌مندی‌های ناب اقتصادی باشد؛ بلکه علاوه بر قانون‌مندی‌های اقتصادی، قانون‌مندی‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هم بر آن تأثیرگذار است. در واقع اگر در جامعه‌ای تولید سرمایه فرهنگی و به تبع آن تولید کالاهای فرهنگی و هنری پایین و نامناسب است، برخلاف تفکر غالب، این مسئله تحت تأثیر عوامل صرف اقتصادی نیست بلکه عوامل اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی در آن تأثیرگذار است و لازم است مورد توجه قرار گیرد. از این رو بررسی مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر نیازمند رویکردهای اجتماعی و فرهنگی است؛ چراکه اقتصاد فرهنگ و هنر، مانند بسیاری از پدیده‌ها، دارای ابعاد مختلف بوده و چند وجهی است و از رویکردهای مختلف می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد؛ لذا هدف این مطالعه بررسی مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر، اجزای تشکیل‌دهنده آن یعنی مفهوم اقتصاد و فرهنگ و در نهایت ارائه تعریفی از اقتصاد فرهنگ و هنر از منظر جامعه‌شناختی می‌باشد. بدین منظور ابتدا مفهوم اقتصاد و فرهنگ بررسی و در نهایت مفهوم اقتصاد فرهنگ ارائه شد که در این

بخش نتایج آن ارائه می‌شود.

مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر از دو مفهوم اقتصاد و فرهنگ (هنر به عنوان بخشی از آن) تشکیل شده که برای تعریف آن از رویکرد جامعه شناختی، لازم است تعریف هر یک از این دو جز مشخص شود. برخلاف رویکردهای اقتصادی که هم به لحاظ ماهیتی و هم روش شناختی، اقتصاد را به عنوان یکی از شاخه‌های علوم انسانی تعریف می‌کنند در رویکردهای مختلف جامعه شناختی، اقتصاد به عنوان یک پدیده اجتماعی یا یکی از مهم‌ترین اجزای نظام اجتماعی شناخته می‌شود. به طور کلی از رویکرد ساختاری-کارکردی یا سیستمی اقتصاد هم به عنوان خرده‌نظامی دارای کارکرد برای کل نظام هست و هم به عنوان سیستمی که در درون خود دارای خرده‌نظام‌های فرعی است که هر یک کارکردی برای نظام اقتصادی دارند و در نهایت عملکرد آن‌ها موجب دستیابی به نظم به تعبیر پارسونزی و دورکیمی می‌شود و از رویکرد تفسیری یا ذهنی اقتصاد حاصل مجموعه کنش‌های اقتصادی درون جامعه است که هدف از ایجاد آن ارضای نیازها و دستیابی به مطلوبیت و رضایت خاطر کنشگران است. براین اساس اقتصاد، الگوهای ارتباطی نسبتاً ثابت شبکه‌ای از کنشگران (تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات) برای کاربرد بهینه منابع، به ویژه منابع کمیاب و کسب بیشترین سرمایه اقتصادی در سطوح مختلف در بستری فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، تاریخی، جغرافیایی و اقلیمی است. اقتصاد الگوهای بهینه نسبتاً باثبات کنش مبادله‌ای انواع سرمایه‌ها با سرمایه اقتصادی یا بالعکس است.

فرهنگ بخش دیگری از مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر است. تاکنون برای فرهنگ تعاریف متعددی از رویکردهای مختلف ارائه شده است. با وجود گستردگی تعاریف راجع به فرهنگ، می‌توان گستره تعاریف‌ها را تا حد دو تعریف کاهش داد تا فرهنگ همان معنایی داشته باشد که در بحث اقتصاد و فرهنگ به کار می‌رود. تعریف اول به رویکرد مردم شناختی و جامعه شناختی نزدیک‌تر و تعریف دوم که بی‌ارتباط با تعریف اول نیست، جهت‌گیری کارکردی‌تری دارد. در بحث اقتصاد فرهنگ و هنر، معمولاً ادبیات نظری مطرح شده در این حوزه ضمن عدم انکار تعاریف مختلف برای فرهنگ، بیشتر بر بعد مادی فرهنگ تأکید دارد و اشکال فرهنگی (کالاهای هنری) به عنوان امور انتزاعی در نظر گرفته نمی‌شوند. فرهنگ به عنوان فعالیت‌ها و محصولات فکری، اخلاقی و هنری مربوط به زندگی انسان می‌تواند برای مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر قابل اعتنا تر باشد.

از این رو اقتصاد فرهنگ و هنر در برگیرنده اقتصاد، با تمام مفاهیم آن (تولید و توزیع و مصرف ثروت یا سرمایه اقتصادی) و در برگیرنده فرهنگ (تولید و توزیع و مصرف سرمایه فرهنگی) و موضوع‌های مربوط به آن می‌تواند باشد. این عرصه نویددهنده قابلیت‌های سرمایه‌گذاری، تولید و درآمد کلان است، اما فقط به پول، سودآوری و هزینه کردن آن محدود نمی‌شود؛ بلکه مجموعه امکاناتی است که برای جهت‌گیری‌های

فرهنگی نیز به کار گرفته می‌شود. نظام منسجمی از نقش‌ها، موقعیت‌ها، شبکه‌ها، کنشگران و الگوهای ارتباطی است که هم در پی کسب بیشترین سرمایه اقتصادی از طریق تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات فرهنگی است و هم می‌تواند به افزایش سرمایه فرهنگی کمک نماید. اقتصاد فرهنگ و هنر، الگوهای ارتباطی شبکه‌ای از کنشگران در عرصه تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات فرهنگی و هنری است که با به‌کارگیری بهینه منابع، به‌ویژه منابع کمیاب به دنبال کسب مستمر بیشترین سرمایه اقتصادی از سرمایه فرهنگی در سطوح مختلف و در شرایطی خاص است.

پی‌نوشت‌ها

1. Cultural times
2. John Kenneth Galbraith
3. Lione Robbins
4. Alan Peacock
5. William Baumol
6. William Bowen
7. Performing Arts: The Economic Dilemma
8. Economy
9. Economic
10. Adam Smite
11. Jean-Baptiste
12. Political economy
13. John Stuart Mill
14. Alfred Marshal
15. Lionel Charles Robbins
16. Thorstein Veblen
17. Micro Economic
18. AGIL
19. Adaptation
20. Social Institution
21. Max Weber
22. Economic Action
23. Karl Polanyi
24. Polanyi
25. Mark Granovetter
26. Pierre Bourdieu
27. Economic Field
28. Raymond Williams
29. Parsons and Turner
30. Economics of Culture
31. Cultural Economy-Cultural Economics
32. Economic Culture
33. Cultural turn
34. Cultural Economy
35. Cultural Economics
36. Robert Picard



منابع و مأخذ

- اسلیتر، دن، تونکیس، فرن (۱۴۰۰). *جامعه بازار*. ترجمه حسین قاضیان، تهران: انتشارات نی.
- اسمیت، فیلیپ (۱۳۹۱). *درآمدی بر نظریه فرهنگی*. ترجمه حسین پویان. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- برتون، آلبرت (۱۳۸۸). *درآمدی بر اقتصاد فرهنگ از دیدگاهی آزادمنشانه*. مجموعه مقالات صنایع فرهنگی، یونسکو، ترجمه مهرداد وحدتی. تهران: انتشارات نگاه معاصر
- پرچمی، داود، درخشان، فاطمه (۱۳۹۸). بررسی تطبیقی رابطه توسعه اقتصاد فرهنگ و نظم در جامعه. *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۲۶ (۸۶): ۱-۴۰. <https://doi.org/10.22054/qjss.2020.44814.2132>
- پناهی، محمدحسین (۱۳۷۵). *نظام فرهنگی*. کارکردها و دگرگونی‌های آن. نامه پژوهش، ۱ (۲-۳)
- پناهی، محمدحسین (۱۳۹۴). *توسعه فرهنگی ضرورت توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی*. فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۷ (۲۲): ۱-۲۳. [qjss.2015.1469/10.22054](https://doi.org/10.22054/qjss.2015.1469/10.22054)
- تاووز، روث (۱۳۹۵). *درس‌نامه اقتصاد فرهنگی*. ترجمه علی اکبر فرهنگی و همکاران. تهران: انتشارات دانژه.
- تراسبی، دیوید (۱۳۹۷). *اقتصاد و فرهنگ*. ترجمه کاظم فرهادی. تهران: انتشارات نی.
- تراسبی، دیوید (۱۳۷۹). *تولید و مصرف محصولات فرهنگی و هنری - نگاهی به اقتصاد فرهنگ*. ترجمه علی اعظم محمدبیگی، نامه پژوهش، ۱۶ (۱۷-۱۶)، ۳۷-۸۶.
- جعفری، محمدتقی (۱۳۹۲). *فرهنگ پیرو فرهنگ پیشرو*. تهران: مؤسسه تدوین و نشر آثار علامه جعفری.
- دورکیم، امیل (۱۴۰۰). *صور بنیانی حیات دینی*. ترجمه باقر پرهام. تهران: انتشارات مرکز.
- دورکیم، امیل (۱۴۰۱). *قواعد روش جامعه‌شناسی*. ترجمه علی محمد کاردان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- روشه، گی (۱۳۹۳). *جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز*. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: انتشارات نی.
- سویچ وود، آلن (۱۳۸۰). *تحلیل فرهنگی و نظریه سیستم‌ها*. مفهوم فرهنگ مشترک: از دورکیم تا پارسونز. ترجمه محمد رضایی، *مجله ارغنون*، ۱۸ (۱۸)، ۲۷۵-۲۹۲.
- سوئدبرگ، ریچارد، گرانووتر، مارک (۱۴۰۰). *جامعه‌شناسی اقتصادی*. ساخت کنش اجتماعی و کنش اقتصادی. ترجمه علی اصغر سعیدی. تهران: انتشارات تیسرا.
- فری، برونو (۱۴۰۰). *اقتصاد فرهنگ و هنر*. ترجمه امیرحسین مجتهدزاده، تهران: انتشارات دنیای اقتصاد.
- کوئن، بروس (۱۳۹۸). *مبانی جامعه‌شناسی*. ترجمه غلامعلی توسلی، تهران: انتشارات سمت.
- کوزر، لوئیس، روزنبرگ، برنارد (۱۳۹۳). *نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناسی*. ترجمه فرهنگ ارشاد. تهران: انتشارات نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۴۰۰). *جامعه‌شناسی*. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: انتشارات نی.
- مک‌کین، راجر (۱۳۹۲). *اقتصاد هنر (مجموعه مقالات)*. ترجمه محمدرضا مریدی و همکاران، تهران: انتشارات بدخشان.
- موسایی، میثم (۱۴۰۰). *اقتصاد برای علوم اجتماعی*. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- موسایی، میثم (۱۴۰۱). *اقتصاد رسانه*. تهران: انتشارات سمت.
- ویر، ماکس (۱۳۹۴). *اقتصاد و جامعه*. ترجمه عباس منوچهری و همکاران. تهران: انتشارات سمت.
- وینتراب، روی (۱۳۸۷). *اقتصاد نئوکلاسیک*. ترجمه سید حسین میرجلیلی. بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی، ۸ (۸۱-۸۲)، ۱۲۱-۱۲۶.

Albarran, A.B. (2016). *The Media Economy*. New York: Taylor & Francis.

- Anderson, W.M. (2016). Michigan's Local Government Records Management Task Force. Michigan Dept. of History, Arts and Libraries.
- Backhouse, R.E. (2012). *The Puzzle of Modern Economics: Science or Ideology*. Cambridge University Press.
- Baumol, W. J., & Bowen, G. (1965). On the Performing Arts: the anatomy of their economic problems. *American Economic Review*, 55(2), 495-502.
- Beder, S. (2006). The Role of "Economic Education" in Achieving Capitalist Hegemony. Faculty of Arts, Social Sciences & Humanities, University of Wollongong.
- Blaug, M. (2001). Where are we now on cultural economics. *Journal of Economic Surveys*, 15(2), 43-123.
- Borofsky, R. (1998). cultural Possibilities. in *UNESCO World Culture Report*, 64-75.
- Boulding, J., & Spillman, M. (2005). Cultural sociology at the crossroads of discipline. *Poetics*, 33 (1), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2005.01.001>
- Boulding, K. E. (1985). The Arts Applied to Economics. in *Managerial Economics for the Arts*, V. Lee Owen, W. Hendon (eds), Association for Cultural Economics, University of Akron.
- Bourdieu, P. (2005). *The Social Structures of the Economy*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P., & Wacquant J. D. (2002). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Brewer, B. (2011). The Long Twentieth Century and the Cultural Turn: World- Historical Origins of Cultural Economy. *American Sociological Association*, XVII (1), 39-57. <https://doi.org/10.5195/jwsr.2011.425>
- Callon, M. (1998). Introduction: the embeddedness of economic markets in economics. *Sociological Review*, 46(s1), 1-57. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1998.tb03468.x>
- Carter, B. (2016). *Defining institutions. Governance and Social Development Resource Centre (GSDRC)*. University of Birmingham.
- Durkheim, É. (1976). *The Elementary Forms of the Religious Life*, (translation by Carol Cosman), Oxford University Press.
- Durkheim, É. (1978). *The Division of Labor in Society*, (translation by W.D.Halls), New York: Simon and Schuster.
- Galbraith, J. K. (1960). *The Liberal Hour*. London: Hamish Hamilton.
- Gibson, C. (2011). Cultural economy: achievements, divergences, future prospects. *Geographical Research*, 50 (3), 282-290.
- Gibson, C., & Kong, L. (2005). Cultural economy: a critical review. *Progress in Human Geography*, 29(5), 541-561. <https://doi.org/10.1191/0309132505ph567oa>
- Giddens, A. (1400). *Sociology*. Translated by M. Sabouri, Tehran: Ney. **[In Persian]**
- Giddens, A. (2013). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Granovetter, M. (1992). Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis. *Acta Sociologica*, 35(1), 3-11.
- Granovetter, M. (2002). A Theoretical Agenda for Economic Sociology. in *The New Economic Sociology*, Edited by M. Guillen et al. New York: Russell Sage Foundation.
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The cultural industries*. 2nd ed. London: Sage.

- Horton, P., & Hunt, C. (2004). *Sociology*, McGraw Book Company. New York.
- Jameson, F. (2019). *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern: 1983-1998*. Brooklyn: Verso.
- Krzyminiewska, G. (2018). Economic culture in social economy entities: Problems and challenges. Proceedings of the 5th International Conference "Modern Economics. Th. Reuters Template.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Political Economy*. London: Macmillan.
- Mill, J. S. (1844). *Essays on Some Unsettled Questions of Political Economy*, John W. Parker.
- Miller, S (2014). *The Moral Foundations of Social Institutions: A Philosophical Study*. Cambridge University Press.
- Morgan, J (2016). *What is Neoclassical Economics? Debating the origins, meaning and significance*. New York: Routledge.
- Parsons, T. (1951). *The Social System*. New York: Free Press.
- Parsons, T (1968). *On the Concept of Value-Commitments*. *Sociological Inquiry*, 38(2), 135-160.
- Parsons, T., & Turner B. S. (1951). *The Social System*. Routledge & Keagan Paul Ltd.
- Peacock, A. T. (1969). *Welfare economics and public subsidies to the Arts*. Manchester School of Economics and Social Studies.
- Pek, C. (2008). Insight of Chinese Economics Culture in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 3(9), 65-73. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v3n9p65>
- Picard, R. G. (1990). *Media Economics: Concepts and Issues*, Sage Publications.
- Polanyi, K. (1971). The economy as instituted process, in *Trade and market in the early empires: economics in history and theory*. edited by Karl Polanyi, Conrad M. Arensberg, Harry W. Pearson. Chicago: Regnery.
- Pope, R. (2005). *Creativity: Theory, History, Practice*. Psychology Press.
- Porter, M. (2020). *Attitudes, Value, Beliefs, and Microeconomics of Prosperity*. In Harrison, L.E.; Huntington, S.P. (Ed.), *Culture Matters. How Values Shape Human Progress*. New York: Basic Books.
- Potocan, V., & Nedelko, Z. (2014). *Impact of Economic Culture on the Development of Enterprises, in Smart Specialization Strategies and the Role of Entrepreneurial Universities*, IGI Global.
- Pratt, A.C. (2004). The cultural economy: A call for specialized 'production of culture' perspectives. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 117-128. <https://doi.org/10.1177/1367877904040609>
- Prince, R., & Dufty, R. (2009). Assembling the space economy: governmentality and economic geography. *Geography Compass*, 3, 1744-1756. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1749-8198.2009.00275.x>
- Robbins, L. (1963). *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*. London: Macmillan.
- Say, J. (1803). *A Treatise on Political Economy*. Ludwig von Mises Institute.
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: W. Strahan.
- Soukup, A., Maitah, M., & Svoboda, R. (2015). The Concept of Rationality in Neoclassical and Behavioural Economic Theory. *Modern Applied Science*, 9 (3), 1-9. <http://dx.doi.org/10.5539/mas.v9n3p1>

- Steiner, P. (2012). Religion and Economics in Durkheim's Work: Two Forms of Social Cohesion. *Archives de sciences sociales des religions*, 3 (159), 1-12. <https://www.doi.org/10.1017/S000397561200032X>
- Swedberg, R. (2019). Max Weber's Central Text in Economic Sociology. New York: Taylor & Francis Group.
- Turner, J. (1997). The Institutional Order. New York: Longman.
- Williams, R. (1976). Keywords: Vocabulary of Culture and Society. Fontana: Glasgow.
- Zembylas, T. (2005). Epistemology and Cultural Economics. *Journal of Homo Oeconomicus*, 22(3), 425-440.
- Burton, A. (1388). An introduction to the economy of culture from an independent point of view. collection of articles on cultural industries, UNESCO, translated by Mehrdad Vahdati, Tehran: contemporary view. **[In Persian]**
- coser, L., & Rosenberg, B. (2014). Basic theories of sociology. Translation by F. Irshad, Tehran: Ney. **[In Persian]**
- Durkheim, E. (1900). The Elementary Forms of Religious Life, translated by B. Parham, Tehran: Center. **[In Persian]**
- Durkheim, E. (1901). The Rules of Sociological Method, translated by A. M. Kardan, Tehran: University of Tehran. **[In Persian]**
- Frey, B. (1984). Economy of culture and art. Translated by A. Mojtahedzadeh, Tehran: Dunya Ektaz. **[In Persian]**
- Jafari, M. T. (2012). The culture of following the leading culture, Tehran: Allameh Jafari Institute for Compilation and Publishing. **[In Persian]**
- Koen, B. (2018). Basics of sociology. Translated by G. A. Tavasli, Tehran: Smet. **[In Persian]**
- McCain, R. (2012). Art economy (collection of articles). Editors V. Ginsberg and D. Trusby, translated by M. Reza M. & et al., Tehran: Badakhshan. **[In Persian]**
- Musaei, M. (1400). Economics for the social sciences. Tehran: Sociologists. **[In Persian]**
- Musaei, M. (1401). Media economy. Tehran: Samt. **[In Persian]**
- Oxford Dictionaries (2023). Art definition: <https://web.archive.org/web/20160901233826/https://www.oxforddictionaries.com/definition/english/art>
- Panahi, M. H. (1375). Cultural system, its functions and transformations. *research letter*, 1(2 and 3). **[In Persian]**
- Panahi, M. H. (2014). Cultural development is the necessity of economic, social and political development. *welfare planning and social development quarterly*, 7(22), 1-23. 10.22054/qjsd.2015.1469 **[In Persian]**
- Parchami, D., & Derakhshan, F. (2018). A comparative study of the relationship between the development of economy: culture and order in society. *Social Sciences Quarterly*, 26(86): 1-40. <https://doi.org/10.22054/qjss.2020.44814.2132> **[In Persian]**
- Rocher, G. (2013). Talcott Parsons and American sociology. Translated by A. H. Nik-Gahar, Tehran: Ney. **[In Persian]**
- Slater, D., & Tonkiss, F. (1400). Market society. translated by Hossein Ghazian, Tehran: Ney. **[In Persian]**
- Smith, P. (2011). *An introduction to cultural theory*. translated by Hossein Pouyan, Tehran: Cultural Research Office. **[In Persian]**

- Swedenberg, R., & Granwater, M. (1400). economic sociology; Construction of soial action and economic action. Translated by A.A. Saeedi, Tehran: Tisa. **[In Persian]**
- Swingwood, A. (2009). cultural analysis and systems theory; The Concept of Common Culture: From Durkheim to Parsons. Translated by M. Rezaei, *Organon Magazine*, No. 18, 275-292. **[In Persian]**
- Throsby, D. (1379). Production and consumption of cultural and artistic products/ a look at the economy of culture, translated by A. A. Mohammadbeigi, *Research Letter*, No. 16 and 17, 86-37. **[In Persian]**
- Throsby, D. (2017). *Economy and culture*, translated by Kazem Farhadi, Tehran: Ney. **[In Persian]**
- Towse, R. (2015). Textbook of cultural economy, translated by A.A. Farhangi and colleagues, Tehran: Danje. **[In Persian]**
- Weber, M. (2014). Economy and society. Translated by A. Manouchehri & et al., Tehran: Semit. **[In Persian]**
- Weintraub, R. (2007). Neoclassical economics. Translated by S. H. Mirjalili. *Review of economic issues and policies*, 8 (81 and 82), 121-126. **[In Persian]**