

### The Economics of Culture & Art

فرهنگ مجموعه درهم‌تنیده‌ای از دانش‌ها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات، عادات و هرچه فرد به‌عنوان عضوی از جامعه خویش فرامی‌گیرد را شامل می‌شود (Tylor, 1871) و بنا بر این تعریف هنر جزئی از مجموعه تشکیل‌دهنده فرهنگ است که به‌طور عموم جلوه‌ظاهری فرهنگ در چارچوب زیبایی‌شناسی است (لوکاس، ۱۳۹۳). بدین‌خاطر مبحث اقتصاد فرهنگ در برگیرنده اقتصاد هنر نیز هست. اقتصاد فرهنگ هم شاخه‌ای از علم اقتصاد و هم بخشی از جهان وسیع هنر و فرهنگ قلمداد می‌شود که بررسی مسائل فرهنگی، فرضیات نظری مربوط به تولید و مصرف کالا و خدمات فرهنگی و تحقیقات تجربی را با هم مورد استفاده قرار می‌دهد (تاووز، ۱۳۹۳). ارتباط فرهنگ و اقتصاد را با دو رویکرد می‌توان بررسی کرد: اگر فرهنگ را نظام عقاید، ارزش‌ها، آداب و رسوم و مانند آن دانست که در میان یک گروه مشترک است، در این صورت تعامل‌های فرهنگی میان اعضای این گروه یا اعضای دیگر گروه‌ها را می‌توان به‌عنوان معامله‌ها یا مبادلات کالاهای نمادین و مادی در چارچوبی اقتصادی مدل‌سازی کرد؛ و اگر مفهوم فرهنگ به‌مثابه امری اقتصادی و تفسیر فرهنگ، به‌مثابه امری مستقر درون یک هسته اقتصادی شناسایی شود که تولید و مصرف فرهنگی را می‌توان درون چارچوبی صنعتی قرار داد؛ کالاها و خدمات تولید و مصرف‌شده را می‌توان کالاهایی دانست که واجد همان شرایط دیگر کالاهای تولید شده درون نظام اقتصادی هستند (تراسبی، ۱۳۹۷)؛ با این رویکرد، اقتصاد فرهنگ به مطالعه عوامل مؤثر بر تقاضا و کشش، عرضه، بازار، حق مالکیت معنوی، ارزش‌گذاری، حمایت دولت و شیوه‌های تأمین مالی کالاها و خدمات صنایع مشمول حوزه فرهنگ می‌پردازد. بر این اساس، صنایع فرهنگی به صنایعی گفته می‌شود که در زمینه‌های خلق، تولید و تجاری‌سازی محتوا،

که ماهیتی ناملموس و فرهنگی دارند، فعالیت می‌کنند. این محتواها به‌طور معمول از طریق کپی‌رایت حفاظت‌شده و در قالب کالاها و خدمات عرضه می‌شوند (UNESCO, 2000)؛ و پنج معیار خلاقیت، مالکیت معنوی، معنای نمادین (حامل ارزش‌های فرهنگی)، ارزش استفاده‌ای (استفاده غیرمستقیم) و روش‌های تولید صنعتی و انبوه را دارا است (Galloway & Dunlop, 2007). دسته‌بندی صنایع فرهنگی متنوع است و یکی از نمونه‌های شاخص آن دسته‌بندی یونسکو از صنایع فرهنگی است که عبارت است از: موزه‌ها، گالری‌ها و کتابخانه‌ها، هنرهای نمایشی و هنرهای تجسمی، جشنواره‌ها و صنایع دستی، طراحی، نشر، تلویزیون و رادیو، فلیم و ویدئو، عکاسی، رسانه‌های جمعی، ابزارآلات موسیقی، معماری، تبلیغات، تجهیزات چاپ، نرم‌افزار، سخت‌افزارهای سمعی و بصری (UNESCO, 2009).

#### کتاب‌شناسی

- تاووز، روث (۱۳۹۳). *درسنامه اقتصاد فرهنگی*، ترجمه علی‌اکبر فرهنگی، احتشام رشیدی و انسیه ابری، تهران: نشر دانژه.
- تراسبی، دیوید (۱۳۹۷). *اقتصاد فرهنگ*، ترجمه کاظم فرهادی، تهران: نشر نی.
- لوکاس، هنری (۱۳۹۳). *تاریخ تمدن*، ترجمه عبدالحسین آذرنگ، تهران: نشر سخن.
- Galloway, S., & Dunlop, S. (2007). "A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy", *International journal of cultural policy*, 13(1), 17-31.
- Tylor, Edward (1871). *Primitive Culture*, Vol 1, London: John Murray
- UNESCO (2000). *Culture, trade and globalization: questions and answers*, Paris: UNESCO Publishing.
- UNESCO (2009). *The UNESCO framework for cultural statistics (FCS)*, Paris: UNESCO Institute for Statistics.

رسول بیدرام

گروه اقتصاد و کارآفرینی، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران