

هر نظام اقتصادی باید قادر باشد به سه سؤال اساسی پاسخ دهد. این سه سؤال که به مسائل سه گانه اقتصادی مشهور است عبارتند از:

الف- چه کالاهایی باید تولید شود و به چه مقدار؟

ب- کالاها چگونه باید تولید شوند؟

پ- کالاها باید برای چه افرادی تولید شود.

#### رابطه اقتصاد با فرهنگ:

در این جلسه مناسبات میان علم اقتصاد و فرهنگ به عنوان حوزه های جداگانه ای بررسی می کنیم.

زندگی انسانی یعنی فرهنگ او و فرهنگ هر انسانی یعنی شیوه زندگی او در باورها و رفتارها چه فردی و چه جمعی. از این حیث انسان یک کل نظام یافته است که در ابعاد مختلف زندگی خود پیرامون فرهنگ مطالعه می شود.

معمولًا در پاسخ به سوال زندگی انسان از چه ابعادی تشکیل شده، گفته می شود سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، علمی، اجتماعی که مجموعه این عوامل در کنار هم شاکله زندگی شخصی و اجتماعی انسان را درست می کنند. اما از آنجایی که این ابعاد در زندگی انسان پیاده می شود و انسان یکی است پس باید اشتراکاتی میان آنها باشد زیرا چگونه انسان می تواند عنوان کند که در حین غذا خوردن درگیر هیچ مسئله فرهنگی نبوده یا مثلاً با توجه به درآمد پایینش از کالاهای فرهنگی گران استفاده نمی کند؟ بطور قطع سیاست، اقتصاد، پیشرفت‌های علمی، اجتماع و فرهنگ نه تنها تحت تاثیر یکدیگر هستند بلکه در بسیاری مواقع همپوشانی نیز دارند.

فرهنگ مجموعه ای از بینش ها و کنش ها، معقولات و محسوسات، اعتقادات و رفتارها در طول تاریخ یک جامعه است که از نسل به نسل دیگر در همان جامعه منتقل می شود. ... و فرهنگ هر جامعه نیز در برخورد جامعه با طبیعت و جوامع دیگر بوجود می آید.

با معلوم شدن جامعیت فرهنگ در زندگی انسان به بعد دیگری در زندگی انسان می پردازیم که همان اقتصاد است.

اقتصاد شامل همه فعالیتها و معادله هایی است که مربوط به معیشت و زندگی مادی انسان می شود. در حقیقت مدیریت منابع در جهت برآورده ساختن نیازها و خواسته های مادی انسان را اقتصاد گویند.

نقش فرهنگ به عنوان یک عامل تاثیر گذار مهم بر روند تاریخ اقتصادی، در کاری از ماکس وبر که از تاثیر اخلاق پرووتستان بر ظهور سرمایه داری نام می برد. قابل توضیح و تفسیر است.

پرسش اصلی ماکس وبر در اخلاق پرووتستان و روح سرمایه داری این است که (چه عامل یا عواملی باعث سرمایه داری به عنوان شیوه مسلط نظام اقتصادی مبتنی بر عقلانیت در غرب شد؟) برای پاسخ به این پرسش ماکس وبر مطالعه ای را پیرامون ادیان و فرهنگ های مختلف انجام داد؛ به نظر وبر عقلانیت و تبلور آن به شکل نظام سرمایه داری در نقاط دیگری از جهان وجود داشته است از جمله (چین و مصر باستان) اما هیچ گاه نتوانسته به روند معمول و مداومی آنگونه که در غرب روی داد تبدیل شده برای تبیین چنین تحولی باز هم برخلاف نظریه مارکس که (شایط مادی را مهمترین عامل تحول و پیشبرنده تغییرات اجتماعی تلقی می کند) وبر در صدد است برخلاف مارکس شرایط فرهنگی و نقش دین را در شکل گیری نظام سرمایه داری توضیح می دهد.

#### -جایگاه ارزش در فرهنگ و اقتصاد:

در این قسمت به خاستگاه های نظریه ارزش در اقتصاد و فرهنگ می پردازیم و به این نکته اشاره می نماید که چگونه می توان این مفاهیم را در مورد ارزش گذاری اقتصادی و فرهنگی کالاهای فرهنگی به کار گرفت.

-بنابراین، می توان ارزش را نقطه شروعی در فرآگرد مرتبط ساختن این دو حوزه دانست، یعنی به عنوان شالوده ئی که می توان بر آن توجه مشترک به اقتصاد و فرهنگ را بنا کرد.

- در معنایی بنیادین، مفهوم "ارزش" منشا و انگیزه همه رفتارهای اقتصادی است.

در قلمرو اقتصادی، ارزش به مطلوبیت(فایده)، قیمت و ارزشی مادی ربطی دارد که افراد یا بازارها به کالاهای نسبت می دهند. بنابراین نظریه ارزش در علم اقتصاد به صورت زیر اورده شده است: \*نظریه های ارزش:

در این نظریه این سؤال مطرح می شود که معیار سنجش ارزش یک کالا چیست؟ معمولاً به این سؤال در قالب سه نظریه پاسخ داده شده است:

۱- نظریه ارزش- کار. براساس نظریه ای مذکور، کالا بدان جهت ارزش دارد که برای ساخت آن نیروی کار به کار رفته است. معیار سنجش ارزش در این نظریه، کار محتوای کالاست. این نظریه برای اولین بار توسط آدام اسمیت مطرح شد.

۲- نظریه ارزش- هزینه. براساس این نظریه، ارزش کالا با توجه به هزینه ای عوامل تولید، تعیین می شود.

۳- نظریه ارزش- مطلوبیت. نظریه ای که براساس تفکرات استانلی جونز (۱۸۸۱- ۱۸۳۵)، لئون و الراس (۱۹۱۰- ۱۸۴۰) و کارل منگر (۱۹۲۱) پایه گذاری شده است به نظریه ارزش- مطلوبیت مشهور است. براساس این نظریه، ارزش کالا بستگی به مطلوبیت نهایی دارد که عاید مصرف کننده ای آن می شود.

پایه نظریه ای جدید ارزش که به وسیله ای آلفرد مارشال طرح شده، ترکیبی از دو نظریه ارزش- هزینه و ارزش- مطلوبیت است آدام اسمیت نخستین کسی بود که میان ارزش مربوط به استفاده از یک کالا، یعنی قدرت آن کالا در اراضی نیاهای بشری، و ارزش مربوط به مبادله، یعنی کمیت دیگر کالاها و خدماتی که یک فرد حاضر است برای کسب یک واحد کالا از دست بدهد، تمایز گذاشت.

\*ارزش گذاری اقتصادی کالاهای و خدمات فرهنگی:

چگونه می توانیم مفاهیم مربوط به ارزش اقتصادی را در مورد کالاهای و خدمات فرهنگی به کار بست؟

#### ما دو نوع کالا را از هم جدا میکنیم:

۱- کالاهای و خدمات فرهنگی که به صورت خصوصی وجود دارند و بنابراین برای آنها مجموعه ای از قیمت های بازار- حداقل به طور بالقوه- وجود داردو مالکیت این نوع کالاهای و خدمات، مشخص و معین می باشد. مثلا یک کتاب یا سی دی و ۲- کالاهایی عمومی (که برای آن ها هیچ قیمت مشهودی وجود ندارد) مثلا یک شیء میراث فرهنگی. بایه به خاطر داشته باشیم که بسیاری از کالاهای و خدمات فرهنگی در واقع کالاهای ترکیبی هستند و به طور همزمان از ویژگی های کالاهای خصوصی و عمومی برخوردارند. برای مثال، یک نقاشی به عنوان شیئی هنری خرید و فروش شود که ارزش کالای خصوصی آن فقط عاید کسانی می شود که صاحب آن اند یا آن را می بینند در عین حال این نقاشی به عنوان عنصری از تاریخ هنر، منافع کالای عمومی گسترش دارد. دوستداران هنر و عموم مردم می کند.

\*تفاوت کالاهای فرهنگی با کاهای اقتصادی:

کالاهای فرهنگی علاوه بر خصوصیاتی که یک کالای اقتصادی دارد(یعنی دارای وزن و مشاهده پذیر است) از یک نماد یا الگو و یا ارزش نمادین نیز برخوردار است که همین نماد و ارزش آن را متفاوت از کالای اقتصادی می کند. نکته دیگری که کالای فرهنگی را تمایز از کالای اقتصادی می کند این است که کالای اقتصادی فقط با ارزش های مادی (قیمت- درآمد- سود) سنجیده می شود، ولی کالای فرهنگی هم با ارزش مادی و هم ارزش معنوی سنجیده می شود

#### عوامل موثر بر ارزش گذاری کالا و خدمات فرهنگی:

مطالعات نشان داده اند که پنج دسته از عوامل به شرح ذیل در ارزش گذاری کالاهای و خدمات فرهنگی موثر هستند: (الف) عوامل اقتصاد؛ (ب) عوامل فرهنگی و هنری؛ (ج) عوامل دموگرافیک؛ (د) عوامل سیاسی؛ (ه) ویژگی های تولید کننده و خالق؛ (و)

## روش های ارزش گذاری کالاها و خدمات فرهنگی:

الف) روش ارزش گذاری مشروط یا اقتضای:

روش ارزش گذاری مشروط یکی از پر استفاده ترین ابزارهای اندازه گیری منافع غیر بازاری در تحلیل اقتصادی است. نحوه ارزش گذاری در این روش بدین قرار است که از افراد درباره میزان تمایل آنها به پرداخت پول برای منافعی که دریافت داشته اند یا میزان تمایل آنها که برای پذیرش غرامت زیانی که متوجه آن می شود، سوال می شود.

لازم به ذکر است که روش ارزش گذاری مشروط یک ارزیابی کلی در خصوص ارزش اقتصادی کالاها و خدمات فرهنگی ارائه می دهد و در خصوص ارزش غیر بازاری کالاهای فرهنگی، دید کاملی ارائه نمی دهد.

**سرمایه فرهنگی چگونه می تواند بنیان مشترکی برای تحلیل هر دو جنبه اقتصادی و فرهنگی باشد؟**

یکی از ابزار پرکردن شکاف میان علم اقتصاد و فرهنگ، مطرح کردن رهیافتی برای بازنمایی پدیده های فرهنگی است که ویژگی های ذاتی این پدیده های را طوری در بر می گیرد که هم در گفتمان اقتصادی و هم در گفتمان گسترده تر فرهنگی قابل درک باشند. چنین ابزاری به وسیله مفهوم "سرمایه فرهنگی" فراهم می شود.

با تکیه بر این مفهوم، این امکان را به وجود می آورد که جلوه های ملموس و ناملموس فرهنگ را به صورت ذخایر بادوام ارزش و تامین کننده منافع افراد و گروه ها در نظر بگیریم.

با این اوصاف است که مفهوم سرمایه فرهنگی می تواند بنیان مشترکی را برای تحلیل هر دو جنبه اقتصادی و فرهنگی کالاها، خدمات، رفتار و دیگر پدیده های فرهنگی فراهم کند.

در جلسه قبل عنصر کلیدی در جداسازی پدیده های فرهنگی از اقتصادی را شکل گیری ارزش دانستیم. بنابراین با توصل به ارزش های متفاوت حاصل از این پدیده ها می توانیم میان سرمایه فرهنگی و دارایی های اقتصادی "معمولی" تمایز قائل شویم. سرمایه فرهنگی هم ارزش فرهنگی می آفریند و هم ارزش اقتصادی، سرمایه معمولی فقط ارزش اقتصادی می آفریند.

**چگونه این مفهوم با تفاسیر متداول از سرمایه در علم اقتصاد جور در می آید؟**

اقتصاددانان به طور سنتی بین سه شکل از سرمایه تمایز قائل می شوند:

سرمایه فیزیکی (مادی)، سرمایه انسانی و سرمایه طبیعی.

سرمایه فیزیکی همان کالاهای واقعی از قبیل تاسیسات، ماشین آلات، ساختمان ها و ... را شامل می شود که به تولید کالاهای بعدی کمک می کند و از همان آغاز علم اقتصاد شناخته شده است.

سرمایه انسانی دستاوردهای را مطرح می کند که تجسم مهارت ها و تجربیات مردم است و در تولید برونداد اقتصادی نسبت به سرمایه فیزیکی اهمیت کمتری داشته است، گرچه اخیراً اهمیت آن رو به فزونی است.

به عبارتی سرمایه انسانی را تجسم مهارت ها و تجربه در افراد نشان دهنده موجودی سرمایه یی است که درست به اندازه سرمایه مادی در تولید ستانده در اقتصاد اهمیت دارد.

در واقع سرمایه انسانی تمرکز بر نقش فاعلی انسان در افزایش و بهبود امکانات تولید است.

امروزه به توجه به به آگاهی روزافرون از تاثیر مسائل زیست محیطی بر فعالیت های اقتصادی، اقتصاددانان پدیده سرمایه طبیعی را نیز پذیرفته اند که به معنای سهم منابع قابل احیا و غیرقابل احیایی است که توسط طبیعت فراهم می آید و شامل فرایندهای اکولوژیکی حاکم بر وجود و نحوه استفاده از آنها می شود.

سرمایه فرهنگی به عنوان نوع چهارمی از سرمایه به دست آورد که آشکارا متمایز از سه نوع دیگر است -سرمایه فرهنگی هم مادی موجود در یک زمان مفروض را به عنوان سرمایه ئی در نظر بگیریم که هم بر حسب شرایط اقتصادی و هم بر حسب شرایط فرهنگی به نوبه خود به عنوان دارای ارزش گذاری می شود. این موجودی موجب پیدایش جریانی از خدمات سرمایه ئی می شود که ممکن است مستقیماً مورد مصرف نهائی قرار گیرند یا ممکن است با دیگر نهاده ها ترکیب شوند تا کالاها و خدمات بیشتری را تولید کنند که هم ارزش اقتصادی دارد و هم ارزش فرهنگی.

چنین سرمایه فیزیکی (مادی) که به وسیله فعالیت انسانی به وجود می آید، برای دوره ئی از زمان می پاید، اگر دوام نیابد، می تواند از بین برود، به مرور زمان موجب جریانی از خدمات شود، می تواند از طریق سرمایه گذاری منابع جاری در تولید آن افزایش یابد، معمولاً می تواند خرید و فروش شود و دارای ارزش مالی قابل اندازه گری است. ارزش فرهنگی آن خواه به صورت موجودی یا جریان را می توان به نوبه خود با استفاده از انواع نمادگرها یا ضابطه های ارزش فرهنگی که در بحث های قبلی خود به آنها اشاره کردیم، تعیین کرد.

سرمایه فرهنگی به دو صورت وجود دارد: (ملموس و غیر ملموس)

ملموس: به شکل بنایها، محل ها، مناطق، آثار هنری مثل نقاشی ها و مجسمه ها، مصنوعات و نظایر آن... چنین سرمایه ئی شاید واجد همان ویژگی های ظاهری سرمایه مادی یا انسانی باشد. مثل سرمایه فیزیکی

سرمایه فرهنگی نا ملموس: به صورت سرمایه معنوی به شکل ایده ها، اعمال، عقاید و ارزش هایی هستند که در یک گروه مشترک است. این صورت از سرمایه فرهنگی به شکل آثار هنری از قبیل موسیقی و ادبیات نیز وجود دارد که کالاهای عمومی هستند. در این معنا موجودی سرمایه معنوی می تواند بر اثر بی توجهی از بین برود یا از طریق سرمایه گذاری جدید افزایش یابد.

از طرف دیگر، سرمایه فرهنگی نا ملموس، رابطه متفاوتی میان ارزش فرهنگی و اقتصادی دارد. برای مثال، موجودی زبان، ارزش فرهنگی زیادی دارند ولی هیچ گونه ارزش اقتصادی ندارند، زیرا نمی توانند به عنوان دارایی مورد دادوستد قرار گیرند، مگر زمانی که حقوق مربوط به عایدات ائی (برای مثال حق امتیاز ادبی یا موسیقائی) خرید و فروش شود.

هرچند بین سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی این فرق وجود دارد که در سرمایه انسانی، تغییر در ظرفیت افراد اتفاق می افتد و قابلیت ها و استعدادهای آنها شکوفا می شود، ولی در سرمایه اجتماعی، تغییر در رابطه بین افراد با یکدیگر به وجود می آید.

بوردیو به سه نوع سرمایه اشاره می کند که عبارتند از: سرمایه اقتصادی (پول، دارایی) سرمایه فرهنگی (دانش، مهارت، مدارک تحصیلی) و سرمایه اجتماعی (روابط و عضویت در یک گروه)

به اعتقاد بوردیو ساختار اجتماعی یک جامعه پیشرفتی را نمی توان تنها با بیان سلسله مراتبی ساده درآمد و سرمایه اقتصادی تحلیل کرد. بلکه «ساختار اجتماعی چنین جوامعی یک فضای اجتماعی پیچیده ای است که در آن انواع سرمایه ها براساس موقعیت اجتماعی گروه های اجتماعی توزیع شده است.» از نظر بوردیو هر نوع دارایی، منابع یا کالاهایی که در جامعه دارای ارزش باشند می توانند نوعی سرمایه محسوب شود.

سرمایه اجتماعی از نظر بوردیو در مجموعه منابع واقعی و بالقوه ای است که در اثر عضویت در شبکه اجتماعی یا سازمان ها به دست می آید.»

برای بوردیو سرمایه اجتماعی در مجموعه‌ای از تماس‌ها، رابطه‌ها، آشنایی‌ها، دوستی‌ها، دین‌ها هستند که به عامل «وزن» اجتماعی کم و بیش سنگین، قدرت کنشی و واکنشی کم یا بیش بر حسب کیفیت و کمیت شبکه‌های ارتباطی، پیوندهایی که وی را به افراد دیگر وصل می‌کند، می‌بخشد.»

بوردیو معتقد بود که سرمایه فرهنگی، همانند پول، دسترسی به موقعیت‌های برتر، و مشاغل پرمنزلت و کسب درآمد بیشتر را تسهیل می‌کند. از دیدگاه پیر بوردیو سرمایه فرهنگی دارای سه بعد اصلی است؛ که عبارتند از:

**۱- سرمایه فرهنگی تجسم یافته:** این نوع سرمایه بیشتر از طریق جامعه پذیری از والدین به فرزندان منتقل می‌شود. بوردیو این نوع سرمایه را به عنوان «تمایلات پایدار ذهن و جسم» تعریف می‌کند، که هموار با تولد در وجود فرد شکل می‌گیرد و نمی‌توان آن را مانند یک هدیه به راحتی به دیگری انتقال داد، نظری مهارت‌های زبانی، این نوع سرمایه در اندیشه بوردیو «به سبک‌ها، روش‌ها و سلایق فرهنگی اشاره دارد.

**۲- سرمایه فرهنگی عینیت یافته:** این نوع سرمایه نه در ذهن و جسم بلکه در کالاهای فرهنگ، «این نوع سرمایه نه در ذهن و جسم بلکه در کالاهای فرهنگی، یافت می‌شود که گروههای اجتماعی آنها را مصرف می‌کنند نظیر: کتاب، نقاشی، کاست، عکس، فرهنگ لغات، ابزارآلات ماشین و خصوصاً نویسنده‌گی.

**۳- سرمایه فرهنگی نهادی شده:** این نوع سرمایه فرهنگی بیشترین رابطه را با فرآیندی که در نظام آموزش و پرورش رخ می‌دهد، دارد نظری داشتن مدرک تحصیلی از یک دانشگاه معتبر و گواهینامه معتبر، این نوع سرمایه می‌تواند موقعیت اجتماعی یا اقتصادی افراد و گروهها را بالا ببرد.

می‌توان نتیجه گرفت: به نظر پیر بوردیو سرمایه اجتماعی عبارت است از موقعیت‌ها و روابطی که در درون گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی برابی افراد دسترسی به فرصت‌ها، اطلاعات، منابع مادی و موقعیت اجتماعی را افزایش می‌دهد. مفهوم سرمایه انسانی که پیش از ابداع بوردیو مطرح شد، با مفاهیم سرمایه فرهنگی و اجتماعی که او عنوان می‌کند تا حدودی همپوشانی دارد. یکی از تفاوت‌هایی که بین سرمایه انسانی (که نگرش اقتصادی در آن غالب است) (و سرمایه فرهنگی می‌توان در نظر گرفت این است که سرمایه انسانی اصولاً مقوله‌ای فردی و سرمایه فرهنگی امری جمعی است. گفته می‌شود هرچه فرد سرمایه انسانی بالاتری داشته باشد، می‌تواند به طور بالقوه مولدتر باشد).

## ۱- جسم

پایداری و سرمایه فرهنگی:

چگونه مفهوم پایداری می‌تواند درک ما را از سرمایه فرهنگی وسیع سازد؟

شش اصل بُعد یا ضابطه را مشخص می‌کند که پایداری را در کاربست آن برای سرمایه فرهنگی تعریف می‌کنند: استفاده پایدار از منابع فرهنگی:

۱- خیر مادی و غیر مادی  
کالاهای و خدمات فرهنگی برای عموم مردم هم منافع مادی دارد و هم غیر مادی که هم ارزش اقتصادی و هم ارزش فرهنگی دارند.

۲- انصاف بین نسلی و کارائی پویایی  
واژه انصاف بین نسلی یا عدالت توزیعی بین زمانی، برای اشاره به عدالت در توزیع رفاه، مطلوبیت یا منابع میان نسل‌ها به کار می‌رود... موجودی سرمایه فرهنگی چیزی است که از پیشینیان خود به ارث برده ایم و به نسل‌های آتی تحويل می‌دهیم.

۳- انصاف درون نسلی:

این اصل بر حقوق نسل کنونی برای بهره مندی از انصاف در دستیابی به منابع طبیعی و منافع حاصل از سرمایه فرهنگی، از منظر طبقات اجتماعی، تأکید می کند.

#### ۴-حفظ تکثر:

تکثر فرهنگی در حفظ نظام های فرهنگی مهم است. تکثر یک صفت مهم سرمایه فرهنگی است به این دلیل که قابلیت آن را دارد که منجر به شکل گیری سرمایه جدیدی شود. برای مثال، تا حدی که آثار خلاقه از ذخیره کنونی منابع فرهنگی الهام بگیرند. افزایش تکثر منابع در آینده منجر به آفرینش آثار هنری متوع تر و از نظر فرهنگی ارزشمندتری خواهد شد.

#### ۵-اصل احتیاطی

اصل احتیاطی به عنوان یک حکم کلی بیان می دارد تصمیم هایی که ممکن است منجر به تغییرات برگشت ناپذیر شوند باید با احتیاط شدید تصمیم گرفت. برای مثال، به نابودی گونه ها بینجامند. به همین ترتیب نابودی یکی از اقلام سرمایه فرهنگی، در صورت منحصر به فرد بودن و جایگزینی ناپذیری آن، می تواند صدمه برگشت ناپذیری به شمار رود، در این صورت اصل احتیاطی به طور مناسبی به کار بسته می شود. ... در حالی که دیگر اصول پایداری را هم که به اتخاذ تصمیم کمک می کنند در ذهن داریم.

#### ۶-حفظ نظام های فرهنگی و به رسمیت شناختن وابستگی متقابل:

مطابق یک اصل فراگیر پایداری، هیچ بخش از هیچ نظامی از دیگر بخش ها مستقل نیست؛ پس می توان گفت سرمایه فرهنگی به پایداری بلند مدتی کمک می کند،

وقتی پی آمدهای پایداری در فرهنگ را دقیق بیان کنیم، چنین مجموعه ای از اصول ظاهر می شوند.

دیدگاهی که فرهنگ را به عنوان سرمایه مورد توجه قرار می دهد، بررسی بلند مدتی را می طلبد، یعنی باید به جنبه های پویا، تکاملی، بین زمانی و بین نسلی فرهنگ، عرضه و تقاضای آن، تولید و مصرف آن توجه کند.

#### تعريفی از کمیسون جهانی زیست محیط و توسعه در خصوص توسعه پایدار:

توسعه ئی که به نیازهای زمان حال پاسخ می دهد بی آنکه توانایی نسل های آتی برای پاسخ گویی به نیازهای شان را به مخاطره افکند. بنابراین یک عنصر کلیدی پایداری عبارت است از مسئله انتقال های بین نسلی و تصمیم گیری درباره آن ها.

-ما به عنوان افراد یا به عنوان یک جامعه می توانیم به سرمایه فرهنگی اجازه دهیم به مرور زمان نابود شود، می توانیم آن را حفظ کنیم، یا می توانیم آن را افزایش دهیم، به طور خلاصه می توان گفت که می توانیم آن را طوری اداره کنیم که مناسب هدف فردی یا جمعی ما باشد. کدام اصول باید تصمیم های مدیریتی ما را هدایت کنند؟

#### اشکال تاثیر فرهنگ بر پیامدهای اقتصادی گروه:

-دیدگاهی که تامین نیازهای اساسی انسان ها به غذا، مسکن و پوشش موجه می شود، یعنی نیازهایی که گفته می شود که فقط با بهبود شرایط مادی برآورده می شوند. در این پارادایم فرهنگ نقش کوچکی در توسعه دارد یا هیچ نقشی ندارد... تا اینکه سازمان ملل برای دهه ۱۹۹۰ توسعه انسانی را به عنوان کانون توجه خود برگزید و هدف توسعه انسانی، توسعه قابلیت های مردم برای هدایت انواع زندگی مورد درخواست آنان است.... بنابراین جهت گیری مجدد تفکر توسعه به این صورت، بی آمدهای فرهنگی آشکاری دارد. مردم به عنوان ابزه و ابزار توسعه در انزوا قرار ندارند. آنان به راه های گوناگون با یکدیگر در تعامل اند، و چارچوب این تعامل را فرهنگ آنان فراهم می کند. به همین خاطر مفهوم پردازی مجدد توسعه بر حسب مفاهیم انسانی، فرهنگ را از حاشیه تفکر اقتصادی به مرکز صحنه می آورد.

#### اشکال تاثیر فرهنگ بر پیامدهای اقتصادی گروه:

## الف) فرهنگ شاید بر کارایی اقتصادی تاثیر بگذارد

یعنی از طریق ترویج ارزش‌های مشترک درون گروه، که راه‌های انجام و تولید اقتصادی در پیش گرفته می‌شود. برای مثال، اگر این ارزش‌های فرهنگی به تصمیم‌های موثرتر، نوآوری سریع‌تر و متنوع‌تر و سازگاری با تغییر منجر شوند، بهره مندی اقتصادی و پویایی گروه به احتمال زیاد سرانجام در در پی درآمدهای بهتر منعکس خواهد شد.

### ب) فرهنگ ممکن است بر انصاف تاثیر بگذارد

برای مثال، با القای اصول اخلاقی مشترکی که سبب می‌شوند دغدغه دیگران را داشته باشیم... اگر تعهد اخلاقی برای توجه به نسل‌های بعدی یک ارزش فرهنگی مقبول باشد، به طور کلی، تاثیر فرهنگ بر انصاف، در تصمیم‌های گروه در زمانیه تخصیص منبع دیده خواهد شد. مانند طرح‌های توزیع درآمد، برنامه‌های رفاه اجتماعی (به ویژه مراقبت از سالخوردگان و بیماران)، عرصه خدمات اجتماعی و (هر چیزی که منعکس کننده دغدغه انصاف بین نسلی است) تمایل به انجام سرمایه‌گذاری عمومی بلند مدت که ممکن است منفعت چندان مستقیمی برای نسل کنونی نداشته باشد.

ج) می‌توان فرهنگ را تاثیرگذار بر اهداف اقتصادی و اجتماعی یا حتی تعیین کننده اهداف اقتصادی و اجتماعی دانست که گروه تصمیم‌می‌گیرد آن‌ها را تعقیب کنید. به وسیله این سه راه، تاثیر فرهنگ بر رفتار فردی در پیامدهای جمعی منعکس خواهد شد. -بانک جهاین این واقعیت را شرح می‌دهد که فرهنگ می‌تواند مستقیماً به اهداف توسعه‌ی هسته‌ی خود کمک کند:

- فرآهم کردن فرصت‌های جدید برای جوامع فقیر به منظور ایجاد درآمد از دانش و تولید فرهنگی خود و بیرون آمدن از فقر
- تسهیل توسعه در سطح ملی از طریق منابع اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و مادی ای که جوامع با آن سرو کار دارند.
- حفظ و ایجاد درآمد از دارایی‌های فرهنگی موجود با تقویت مراکز شهری، گردشگری و ...
- تقویت سرمایه‌ی اجتماعی و تعقیب کردن برنامه‌هایی برای حفظ عزت نفس افراد به حاشیه رانده شده
- متوجه کردن راهبردهای توسعه‌ی انسانی و ایجاد قابلیت برای جوامع پویای مبتنی بر دانش... برای مثال از طریق حمایت از انتشارات محلی، خدمات کتابخانه‌ی محلی و خدمات موزه‌ی محلی، به ویژه خدماتی که در خدمت جوامع حاشیه نشین و کودکان اند.
- نکته موردن توجه اینکه، گردشگری یک منبع درآمد در بسیاری از پژوهه‌های نوسازی میراث فرهنگی است. بانک جهانی در تبلیغات خود مراقب است که تاکید کند گردشگری در محل‌های فرهنگی کشورهای روبه توسعه نباید سبب انحطاط همان فرهنگی شود که گردشگر را جذب می‌کند و باید به نحوی احترام آمیز نسبت به سنت‌های محلی و حساسیت‌های فرهنگی توسعه یابد. (تراسبی ص ۹۷)

### جنبه‌های اقتصادی میراث فرهنگی:

-جهان سرشار از میراث است. هر شهر و دهکده‌ئی چند بنا یا مکان تاریخی، دارد که حفظ آن‌ها سبب ارتباط ساکنان با گذشته خود می‌شود. از طرفی موزه‌ها و گالری‌های بزرگ جهان که گنجینه‌های هنری گران بهایی دارند، شهرهای تاریخی، بناهای تاریخی و مکان‌هایی که گردشگران زیادی از آن‌ها بازدید می‌کنند، همگی نشان‌دهنده میراثی بین‌المللی اند که تقاضای زیاد و همواره روبه افزایشی برای آن‌ها وجود دارد.

### تعريف میراث فرهنگی:

تعريف میراث تا حدودی انعطاف‌پذیر است... میراث می‌تواند شامل هر چیزی باشد که از گذشته به ارث رسیده است... اما اثار میراث فرهنگی می‌باشد... دارای ارزش فرهنگی باشد...

کنوانسیون یونسکو تصریح می کند که بناهای یادبود، گروه هایی از بناها و مانند آن ها باید دارای ارزش جهانی زیادی از منظر تاریخ، هنر یا علم باشند تا صلاحیت قرار گرفتن در طبقه بندی جهانی را به دست آورند. میراث فرهنگی به عنوان یک سرمایه فرهنگی است. بنابراین برخورد با موارد مربوط به میراث به عنوان دارای های با ارزش و پذیرش ایجاد ارزش اقتصادی و فرهنگی به وسیله آنها، می تواند به نظر متخصصان فرهنگی و اقتصاددانان قابل قبول باشد. سما صرفا به میراث به عنوان سرمایه فرهنگی توجه می کنیم. برای ارزشیابی آن اگر ما هردو منبع ارزش را در نظر بگیرم، قادر خواهیم بود به ضابطه پایداری در ارزیابی تصمیم های مربوط به میراث، ارزیابی اقتصادی و فرهنگی را باهم انجام دهیم.

**- ارزش فرهنگی یک مکان میراثی:**

می توان به ضابطه های که در جلسه های گذشته به آن اشاره داشتیم، بپردازیم:

**(الف) ارزش زیباشناسی:**

این مکان دارنده و نمایش دهنده زیبایی به معنای بنیادین است، خواه این کیفیت تا حدی درونی باشد یا فقط بر اثر مصرف آن توسط بیننده به وجود آید. (یعنی همه کیفیت های زیست محیطی مربوط به این مکان و امحيط اطرافش)

**(ب) ارزش معنوی:** ارزش معنوی این مکان ممکن است به حس هویت جامعه به عنوان یک کل و هویت افراد آن کمک کند. این ارزش ممکن است برای آنان حس اعتماد به نفس فرهنگی و حس ارتباط میان امر محلی و امر جهانی را فراهم کند.

**(ج) ارزش اجتماعی:** تفسیر فرهنگ به عنوان ارزش ها و عقاید مشترکی که گروه ها را به یکدیگر می پیوندد، نشان می دهد که ارزش اجتماعی مکان میراثی ممکن است در نحوه کمک آن به ثبات و انسجام اجتماعی جامعه منعکس شود.

**(د) ارزش تاریخی:** ارزش تاریخی این است که با ایجاد ارتباط با گذشته و آشکار کردن خاستگاه های زمان حال به تعریف کمک می کند.

**(ه) ارزش نمادین:** این مکان حامل معنا و اطلاعاتی است که به جامعه کمک می کند تا هویت خود را تفسیر و بر شخصیت خود تأکید کند.

**(و) ارزش اصالت:** این مکان به خاطر خودش با ارزش است، زیرا واقعی است نه جعلی و به دلیل این که منحصر به فرد است.

**\*مسایل مربوط به سیاست گذاری:**

حکومت ها در سطوح ملی، منطقه ای و محلی سهم بران مهمی در عرصه میراث فرهنگی هستند. یعنی مالکان یا نگاهبانان بخش قابل توجهی از میراث دنیا یا نظارت کنندگان یا سرمایه دارانی هستند که بر دیگر سهم بران این حیطه تاثیر می گذارند.

## «حلیمه حفتم»

**چهار گروه از اقدامات سیاستی مفید در عرصه میراث شامل موارد زیر است:**

۱- مالکیت و اداره دولتی (عمومی) نهادها، تسهیلات و مکان های میراثی.

۲- حمایت مالی برای حفظ، برای حفظ اداره و مرمت میراث

۳- نظارتی که که فعالیت خصوصی در زمینه میراث فرهنگی را محدود یا مقید می کند

۴- آموزش و تهیه اطلاعات، به امید اتخاذ تصمیم های بهتری درباره حفاظت.

**در خصوص تامین بودجه میراث:**

این بودجه باید توسط کسانی تقبل شود که سهم بران پژوهه مودر نظرنند... در برخی از جوامع از طریق پرداخت های مالیاتی تا کمک های جامعه بین المللی و سازمان های غیر دولتی و دیگر گروه های داوطلبانه... به دلیل نوع دوستی و احساس مسؤولیت اخلاقی.

پس توجه به میراث به عنوان سرمایه فرهنگی می تواند ابزار ادغام منافع دو گروه را فراهم کند: طرفداران حفظ میراث فرهنگی، که دغدغه حفظ ارزش فرهنگی را دارند، و اقتصاددانان، که به پژوهه های میراث به عنوان مشکلات تخصیص منابع کمیاب میان اهداف رقیب می نگرند.

بنابراین اگر قرار است دو طرف این تقسیم بندی به یکدیگر بپیوندند، به رسمیت شناختن ارزش اقتصادی و فرهنگی ضروری است. روش های ارزیابی سرمایه گذاری اقتصادی، که به طور خاص به ارزیابی منافع غیربازاری مرتبط است، می تواند چیزهای زیادی درباره ارزش پروژه های میراث به ما بگوید و می تواند به میزان زیادی به تصمیم گیرنده ها کمک کند.

#### -اقتصاد خلاقیت: رابطه خلاقیت با واقعیت های اقتصادی:

خلاقیت در اقتصاد موجب نوآوری و نوید بخش تغییر فناورانه می باشد... منبع الهام خلاق نبوغ است و نبوغ، حالتی از تفکر را نشان می دهد. خلاقیت ناب (بعنی جایی که هنر تنها دغدغه هنرمند باشد)، که نفع فردی در پیش نباشد یعنی هنرمندی کار خود را با خلاقیت شروع می کند و ایده ای را به آن لباس عمل بپوشاند. این آثار هنرمندان خلاق دارای ارزش می باشند. مثلا هنرمندی که یک اثر هنری را خلق می کند، اثر کالم شده به شکلی متجسم یا به شکل حقوق مالکیت وجود دارد که هر دو را می توان خرید و فروش کرد. اثر را می توان کپی رایت کرد و این ابزاری است که برای اعلام ارزش اقتصادی اثر مورد نظر. به طور هم زمان اثر به عنوان یک ایده نیز وجود دارد که قابل کپی رایت نیست؛ اما می توان آن را مبادله کرد. چون یک اثر هنری به مثابه ایده، کالایی کاملاً عمومی است. مجموعه ارزش گذاری های شخصی را می توان شامل کل ارزش گذاری فرهنگی ایده در قلمرو انتشار آن دانست و این بار به رغم محدودیت های این تجمعیع، می توان آن را نماگر ارزش فرهنگی ایده و بنابراین اثر دانست. با توجه به این مباحث، بازار مادی، ارزش اقتصادی اثر را تعیین می کد، یعنی در اصل بازار ایده ها، ارزش فرهنگی یک اثر هنری را مشخص می کند.

#### صنایع فرهنگی:

به طور ساده می توان به صنایعی اطلاق کرد که تولید کننده کالای فرهنگی اند. یا کلی تر گفته باشیم: هنگامی به وجود صنایع فرهنگی اشاره می کنیم که کالاهای و خدمات فرهنگی به شیوه های تجاری و صنعتی، تولید، تکثیر، ذخیره و توزیع می شوند، یعنی در مقیاس های بزرگ و مطابق با راهبردهای مبتنی بر ملاحظات اقتصادی. نه دغدغه های مربوط به توسعه فرهنگی (يونسکو ۱۹۸۲)

این تعریف هم در مورد شکل های فرهنگی وابسته به «تولید پیشه ورانه» و «تولید انبوه» (از قبیل صنعت نشر و تا حدودی تجارت کلاهای موسیقایی) مصدق می یابد و هم در مورد رسانه های ارتباطی که وابسته به سرمایه گذاری های کلان و تولید مدرن و همراه با تقسیم کار هستند (مانند تولید فیلم و صنعت تلویزیون)

#### مولفه های اصلی صنایع فرهنگی:

یعنی از چه راه هایی می توانیم به هنرها به چشم یک صنعت یا مجموعه ای صنایع نگاه کرد:

##### ۱- تقاضا برای آثار هنری:

در نظریه اقتصادی آنچه که خاستگاه های تقاضا را تشکیل می دهد، سلیقه ها و رجحان های مصرف کنندگان است... این نظریه شامل حال اثار هنری نیز می شود

##### ۲- عرضه آثار هنری:

جنبه عرضه صنعت هنرها، شامل مجموعه ای بسیار وسیع از واحدهای تولیدی است، طیفی است که از بنگاه های سهیم جهانی تا تولید کنندگان منفرد خویش فرما، در آن جای دارند

##### ۳- فناوری:

تغییر فن آورانه، تاثیرات زیادی هم بر الگوهای تولید و هم مصرف در صنعت هنرها می گذارد. در بخش تولید، تاثیر فناوری، از طریق رایانه و پیشرفتهایی صورت گرفت که در ویدیو و بازآفرینی صدا در فرآگرد خلاقیت هنری و در ماهیت محصولات به دست آمده بود.

##### ۴- بازارهای کار:

##### ۵- بازارهای کالا:

مدل های عرضه، تقاضا و تعیین قیمت در بازارهای مبادله داوطلبانه را می توان در مورد هر کالای یا خدمات فرهنگی به کار برد.

#### -نقش صنایع فرهنگی در توسعه شهری:

- ۱- یک مکان فرهنگی خاص می‌تواند به نوبه خود شامل یک نماد فرهنگی یا جذابیت فرهنگی مهمی باشد که بر اقتصاد شهری تاثیر می‌گذارد
- ۲- صنایع فرهنگی می‌تواند مولفه حیاتی اقتصاد یک شهر باشد
- ۳- فرهنگ می‌تواند از طریق تقویت هویت، خلاقیت، انسجام اجتماعی نقش موثرتری در توسعه شهری داشته باشد.
- الزامات توسعه اقتصادی:

یکی از الزامات اساسی برای توسعه اقتصادی در هر کشور ایجاد زیرساخت‌های مناسب فرهنگی است—  
توسعه اقتصادی بدون توجه به توسعه فرهنگی ممکن نیست، اینجاست که فرهنگ و توسعه اقتصادی به هم مربوط می‌شوند—  
به این ترتیب در آغاز قرن جدید، توسعه دیگر مفهومی صرفاً اقتصادی ندارد، بلکه نگاه‌ها بیش از همه به زمینه‌های فرهنگی اجتماعی که—  
توسعه در آن تحقق یافته و نیز شرایطی که به آن فرهنگ خاص مربوط می‌شود معطوف شده است  
پیش نیازهای فرهنگی موثر بر توسعه اقتصادی:

نگرش مطلوب نسبت به دنیا و مظاهر آن  
نگرش و برخورد علمی با مسائل اهمیت دادن به نقش عقل  
اعتقاد به آزادی ابراز اندیشه  
اعتقاد به برابر بودن انسانها و احترام به حقوق دیگران  
لزوم نظم پذیری جمعی  
عدم تعارض فرهنگی در جامعه  
اعتقاد به توسعه

چرا اعتقاد به توسعه از عوامل و پیش نیازهای فرهنگی موثر بر توسعه اقتصادی است  
اعتقاد به توسعه به این معناست که مردم واقعاً باور داشته باشند که باید توسعه پیدا کنند چرا که توسعه یک انتخاب است و فقط در سایه—  
تلاش است که میتوان به اهداف توسعه رسید  
اعتقاد به توسعه با عقیده به جبر و اینکه انسان را در برخورد با پدیده‌ها، عاری از اراده و اختیار بدانیم در تناقض است—  
چرا که توسعه یک انتخاب است و انتخاب مسئله‌ای است که بدون داشتن اختیار ممکن نیست و بدین جهت اگر جامعه‌ای معتقد باشد که—  
تلاش افراد آن، تأثیری در سرنوشت آنها ندارد، این جامعه در راه توسعه گام بر نخواهد داشت و به علاوه مشکلات دوران گذار را نیز نمی‌تواند  
تحمل کند

—امروز بنیه فرهنگی هر کشور، تعیین‌کننده موفقیت یک کشور در عرصه‌ی بهشت رقابتی جهان است  
فرهنگ به عنوان یک ابزار برای رسیدن به توسعه اقتصادی است.  
در جوامعه که دستور کار سیاست، عمدها بر حسب ملاحظات اقتصادی تعیین می‌شود و در جایی که شکل سازماندهی اقتصادی مبتنی بر اقتصاد بازار است، پیگیر اهداف فردی، رفاه اقتصادی و پیشرفت بیشتر مورد توجه است تا پیگیری اهداف جمعی. با تاکید مجدد بر اهمیت ارزش به عنوان اصل زیربنایی که سیاست عمومی با آن سروکار دارد و تاکید بر مفاهیم متمایز ارزش اقتصادی و فرهنگی به عنوان نقاط مرکزی دوگانه‌ی تدوین سیاست فرهنگی، ... این تعاملات، پیامدهای مهمی برای توسعه سیاست در تمام حوزه‌های خاص، از قبیل توسعه، میراث فرهنگی، تجارت و غیره دارند.

پایان جزو، خردادماه ۹۴  
همیشه شاد و پیروز باشید

دوسستان توجه داشته باشند: در یکی از کلاس‌ها سوالی مطرح کردم که در آزمون پایان ترم می‌آید و قرار شد دوسستان از سمینارهای همکلاسی خود برای پاسخ به آنها مراجعه کنند: سوال:  
از هر یک از مکاتب اقتصادی (کلاسیک، نئوکلاسیک، و کیز) پنج اصل کلی را نام برد و توضیح دهید؟

