



بررسی جامعه‌شناختی مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر

فرهنگ و هنر در جامعه امروز نقش پررنگ و مؤثری را به خود اختصاص داده است؛ مقاله پیش‌رو با رویکرد جامعه‌شناختی اجزای سازنده مفهوم اقتصاد فرهنگ و هنر را تعریف می‌کند و تعریفی در خصوص رویکرد جامعه‌شناختی از اقتصاد فرهنگ و هنر ارائه داده و پاسخی به این مفهوم داده است که چه تفاوتی با مفاهیم مشابه دارد و دارای چه مؤلفه‌هایی است. این مقاله به تلاش فاطمه درخشان در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات منتشر شده است.

امروزه فرهنگ و هنر در تولید سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی نقش مهمی ایجاد کرده و به‌عنوان عامل پیشرفت جوامع در ابعاد مختلف شناخته می‌شوند. اقتصاد فرهنگ و هنر حوزه‌ای نوپاست که از دهه ۸۰ و ۹۰ میلادی در غرب مورد مطالعه نظری و تجربی به‌ویژه از رویکرد اقتصادی قرار گرفته است. از آنجاکه 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 به‌ویژه 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 به‌عنوان 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 نداشتن 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. لذا 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.