



## نقش سرمایه فرهنگی در مهندسی فرهنگی

دکتر سیدحسین میرجلیلی  
دانشیار پژوهشکده اقتصاد - پژوهشگاه علوم انسانی

### مقدمه

در علم اقتصاد، سرمایه یکی از عوامل تولید است. از ترکیب سرمایه و نیروی کار، محصول بدست می‌آید و فرآیند ترکیب نهاده‌های تولید (سرمایه و نیروی کار) و بدست آمدن محصول، تولید نامیده می‌شود.

اصطلاح سرمایه در ادبیات اقتصادی طی دو قرن اخیر، ابتداء به صورت سرمایه فیزیکی بکار رفت. مقصود از "سرمایه فیزیکی" (Physical capital) عمدتاً، ماشین آلات و ساختمان است. در نظریه تولید (رفتار بنگاه اقتصادی) و نظریه‌های رشد اقتصادی هارود - دومار (Harrod - Domar) و سولو - سوان (Solow - Sowan) سرمایه به معنای سرمایه فیزیکی بکار رفته است. در واقع از ابتدای پیدایش اقتصاد مدرن در دنیای صنعتی غرب تا دهه ۱۹۶۰ مقصود از واژه سرمایه، سرمایه فیزیکی بود.

با مطرح شدن شاخه جدیدی در علم اقتصاد با عنوان «اقتصاد توسعه» و اعطای نخستین جایزه نوبل علم اقتصاد در توسعه اقتصادی به سولو و شولتز مفهوم دیگری از سرمایه به نام «سرمایه انسانی» (Human capital) وارد ادبیات اقتصادی شد. تئودور شولتز با طرح سرمایه گذاری در انسان به صورت سرمایه گذاری‌های آموزشی، بهداشتی و درمانی و تغذیه‌ای، مفهوم سرمایه انسانی را وارد ادبیات اقتصادی نمود. طبق نظریه سرمایه انسانی، انسان به عنوان نیروی کار (یکی از عوامل تولید) در صورتیکه آموزش ببیند، با رعایت بهداشت و فراهم بودن امکانات درمانی و برخورداری از تغذیه مناسب می‌تواند با بهره‌وری بالاتر به تولید بپردازد. بنابراین دو عامل اصلی تولید یعنی سرمایه و نیروی کار تبدیل به سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی می‌شود.

مفهوم سرمایه طی دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ م گسترده‌تر گردید و از قلمرو اقتصاد فراتر رفت. سرمایه اجتماعی (Social capital) مفهوم دیگری است که در دو دهه یاد شده وارد ادبیات اقتصادی گردید. مقصود از سرمایه اجتماعی مجموعه عوامل و شرایط یک جامعه است که می‌تواند مشوق یا بازدارنده فعالیت و پیشرفت اقتصادی باشد. این مفهوم از جامعه‌شناسی وارد علم اقتصاد شده است. جامعه‌ای که در آن فساد اقتصادی وجود دارد، ناامنی گسترش یافته است؛ فقر عمومی گریبانگیر توده‌هاست

و تبعیض وجود دارد و شایستگی‌ها نادیده گرفته می‌شود، سرمایه اجتماعی آن برای فعالیت اقتصادی ضعیف است. برعکس جامعه‌ای که در آن امنیت وجود دارد. فساد مالی اندک است، شایستگی‌ها مراعات می‌شود، قانون و ضابطه حکمفرماست و تفاوت‌های افراد در استعداد و تلاش منشأ تفاوت در بهره‌مندی است و حداقل نیازهای عموم فراهم شده است، مشوق فعالیت و پیشرفت می‌باشد.

طی دهه ۱۹۹۰ با مطرح موضوع جهانی شدن اقتصاد (Economic Globalization) پیامدهای زیست‌محیطی این پدیده مورد بحث دانشمندان محیط زیست و زیست‌شناسی قرار گرفت. از آنجا که جهانی شدن اقتصاد فرایند ادغام بازارهای کالاها، خدمات و عوامل تولید است، ادغام بازارها منجر به گسترش تجارت و متعاقباً افزایش تولید کالا و خدمات خواهد شد. در نتیجه افزایش بی‌رویه تولید و تجارت می‌تواند به محیط زیست طبیعی آسیب رساند. دانشمندان بیولوژی با طرح "سرمایه طبیعی" (natural capital) به دنبال بیان این مطلب هستند که اقتصاد هر کشوری دارای سرمایه طبیعی است و شامل: مناظر طبیعی، آب و هوا، سرزمین حاصل خیز، اکوسیستم دارای زنجیر، فعالیت موجودات زنده، منابع آب در دسترس و جنگلها و مراتع و زیست طبیعی است. سرمایه طبیعی یاد شده بر تولید کالاهای کشاورزی و صنعتی و خدمات و همچنین بر تولید نیروی کار، سرمایه انسانی و حتی سرمایه اجتماعی مؤثر است و می‌تواند آنرا افزایش یا کاهش دهد.

سرانجام مفهوم دیگری از سرمایه که توسط جامعه شناسان مطرح شده و

سپس وارد ادبیات اقتصادی گردیده است، «سرمایه فرهنگی» (Cultural capital) است که در این مقاله به توضیح این نوع سرمایه خواهیم پرداخت.

### نظریه سرمایه فرهنگی

بر اساس نظریه سرمایه فرهنگی، یکایک انسانها دارای «پیشینه فرهنگی» هستند که از طریق فرایند اجتماعی شدن، انباشت شده است و شامل عوامل و زمینه های فرهنگی است که به ما مزیتی اعطا می‌کند. این نظریه نخستین بار توسط دو جامعه شناس فرانسوی به نام های بوردو و پاسرون Bourdieu (and Passeron) مطرح شد (روایت‌های اولیه این نظریه توسط بوردو در سالهای ۱۹۷۳ و ۱۹۸۴ مطرح گردیده است).

در برخی روایت های این نظریه، بر فرهنگ به عنوان تعیین کننده کلیدی طبقه اجتماعی تأکید شده است. در سالهای اخیر نظریه سرمایه فرهنگی وارد ادبیات اقتصادی شده است. پی‌یر بوردو میان ثروت مادی و دارایی های فرهنگی تمایز قابل می‌شود. سرمایه فرهنگی می‌تواند به ثروت جامعه بیافزاید. سرمایه فرهنگی شکل غیر مادی سرمایه است و سرمایه گذاری در آموزش، زمینه های خانوادگی و نهاد های فرهنگی بر این نوع سرمایه می‌افزاید. البته در جامعه مبتنی بر دانش، مهارت‌های لازم برای استفاده از فناوری اطلاعات، استاندارد سرمایه فرهنگی را ارتقاء بخشیده است.

پی‌یر بوردو از سرمایه فرهنگی در تبیین برخی مفاهیم مرتبط با ارزش و سرمایه مطرح شده توسط کارل مارکس، استفاده نموده است. نوآوری بوردو در این زمینه تعریف مجدد «ارزش مصرفی» (Use value)، از طریق مفهوم سرمایه

فرهنگی است. از سوی دیگر بوردو، سرمایه فرهنگی را تعیین کننده طبقه اجتماعی افراد قلمداد می‌کند.

### مصرف کالاهای فرهنگی

یکی از عوامل تشکیل سرمایه فرهنگی، مصرف کالاهای فرهنگی است. مصرف کالاهای فرهنگی دارای اثرات خارجی مثبت (Positive externalities) برای جامعه است. اثرات یاد شده در اقتصاد بازار آزاد نادیده گرفته می‌شود. از این رو کالاهای فرهنگی در اقتصاد بازار آزاد که دولت در این زمینه به نفع مصرف کنندگان مداخله نمی‌کنند، کمتر مصرف خواهد شد و در نتیجه سرمایه فرهنگی کمتری در اقتصاد بازار آزاد، در غیاب سیاست فرهنگی تولید می‌شود. در بررسی پتینگ و چنگ (۲۰۰۰) نشان داده شده است که با اعطای یارانه به کالاهای فرهنگی، تقاضای مصرف کنندگان برای مصرف کالاهای فرهنگی افزایش یافته و تخصیص کارای منابع ایجاد می‌شود. نتیجه چنین سیاستی آن است که انباشت سرمایه فرهنگی، توسعه پیدا می‌کند و منافع خارجی مصرف کالاهای فرهنگی، درونی (internalized) می‌شود. در مباحثی که اخیراً با عنوان «اقتصاد فرهنگی» (Cultural economics) و «فرهنگ و اقتصاد» مطرح شده است توجهاتی برای حمایت دولت از تولید کالاهای فرهنگی ارایه شده است.

### اثرات سرمایه فرهنگی بر توسعه اقتصادی

هر چند تعداد اندکی از اقتصاددانان در دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ بطور جدی به تفاوت‌های فرهنگی به عنوان یک عامل توضیح دهنده توسعه نیافتگی پرداختند

ولی اغلب اقتصاددانان عوامل فرهنگی را در توسعه اقتصادی مورد بحث قرار ندادند.

مهمترین دلایلی که سبب شد اقتصاددانان فرهنگ را به عنوان یکی از عوامل تعیین کننده توسعه اقتصادی نادیده بگیرند عبارت بودند از:

اول: شناسایی ناهماهنگی فرهنگی، جهان روایی الگوهای سنتی و مرسوم (تئوکلاسیک) اقتصاد را به چالش فرا می خواند. تفاوت فرهنگ ها منجر به دیدگاههای مختلف درباره انسان اقتصادی (homo economics) می گردد.

دوم: دومین دلیل نادیده گرفتن فرهنگ در تحلیل توسعه اقتصادی آن است که اندازه گیری متغیرهای فرهنگی به آسانی صورت نمی گیرد.

سوم: حتی اگر تفاوتهای فرهنگی با روش های کمی سازی، قابل اندازه گیری تقریبی شود، برقراری رابطه علت و معلولی با پدیده های اقتصادی مشکل است.

بنابراین هر چند برخی اقتصاددانان تفاوتهای موجود سرمایه فرهنگی را یکی از علل تفاوت در بهره‌وری درآمد و ثروت میان ملل می دانند، به دلایل یاد شده امکان تحت شمول در آوردن آن در تحلیل های اقتصادی نبوده است.

سرمایه فرهنگی بر انگیزه های افراد (آنگونه که نظریه نهاد گرایی جدید مطرح می کند) اثر می گذارد و در صورت غنی بودن سرمایه فرهنگی، منجر به رفتار مساعد توسعه اقتصادی می شود و تولید و توسعه اقتصادی متفاوتی طبق سرمایه های فرهنگی متفاوت به وجود می آید.

**سرمایه فرهنگی، هسته مهندسی فرهنگی**  
مهندسی فرهنگی از طریق فرهنگ

سازي برای هنجار ها و ارزش ها، بازسازي و تقويت آنها صورت می گیرد. هنجار ها و ارزش ها نیز در سرمایه فرهنگی هر ملتی نهفته است. بنابراین مهندسی فرهنگی مستلزم تقویت و بازسازی سرمایه فرهنگی است.

اصولاً برنامه ریزی اقتصادی از فرهنگ آغاز می شود و به اقتصاد ختم می گردد. جامعه ای که فرهنگ کار و تلاش و وجدان کاری در آن ضعیف باشد، سرمایه فرهنگی آن جامعه ضعیف است. جامعه ای که فرهنگ نظم و انضباط اجتماعی در آن ضعیف است، سرمایه فرهنگی آن جامعه ضعیف است. جامعه ای که فرهنگ درستکاری و راستگویی و اعتماد در آن ضعیف باشد سرمایه فرهنگی آن ضعیف است. جامعه ای که فرهنگ علمی در آن رایج و حاکم نباشد، سرمایه فرهنگی آن جامعه ضعیف است.

جامعه ای که در آن اداره جامعه بر اساس دانش نباشد، سرمایه فرهنگی آن جامعه ضعیف است. جامعه ای که مصرف کننده علوم باشد و تولید کننده علوم نباشد، سرمایه فرهنگی در آن ضعیف است. جامعه ای که به شدت از فرهنگ بیگانه تاثیر می پذیرد سرمایه فرهنگی در آن جامعه ضعیف است

اصولاً سرمایه فرهنگی هر قدر غنی باشد، در ترکیب با کار خلاق محصول فرهنگی بهتری می دهد. بنابراین نقش سرمایه فرهنگی در مهندسی فرهنگی نقش هسته ای و کانونی است که باید تقویت شود تا فرهنگ قوی تری بدست آید. فرهنگ قوی نیز دارای استحکام و استقلال است و با هر تند بادی دچار ضعف و اضمحلال نمی گردد.

### نتیجه گیری

سرمایه فرهنگی یکی از انواع سرمایه و یک عامل غیر مادی تولید است که توسط پی یر بورد و مطرح گردید. ایجاد سرمایه فرهنگی به سختی و طی زمان صورت می گیرد و می تواند بر عملکرد اقتصادی اثر به جای گذارد.

مصرف کالاهای فرهنگی به عنوان یکی از عوامل تشکیل سرمایه فرهنگی، دارای اثرات خارجی مثبت برای جامعه است و اگر به نظام بازار آزاد واگذار شود، کمتر تولید می شود از این رو اعطای یارانه به تولید کالاهای فرهنگی ضروری است. هم اکنون سرمایه فرهنگی یکی از عوامل توضیح دهنده تفاوت عملکرد توسعه اقتصادی میان کشور ها به حساب می آید.

مهندسی فرهنگی مستلزم تقویت سرمایه فرهنگی است و این امر خطیر بر عهده نهاد های فرهنگی در جامعه است. ■

### منابع:

- "Cultural capital", in: <http://freespace.virgin.net/chris.Livesey/tece1tf.html>.
- Jon, Beasley-Murray, "Value and capital in Bourdieu and Marx", in: [http://www.abdn.ac.uk/~spno\\_37/writings/capital-imre.html](http://www.abdn.ac.uk/~spno_37/writings/capital-imre.html).
- Richard Barrett, "Cultural capital: The New Frontier of competitive Advantage", 2000 in: [www.corptools.com](http://www.corptools.com)
- Christopher Clague and shoshana Grossbard - Shechtan, "Cultural capital and Economic Development", June 1999.
- Roland G.Fryer, "Cultural capital", University of Chicago, 2001.
- Throsby, D. "Cultural capital". journal of Cultural Economice, 1999.
- Rudiger Pething and sao-wen cheng, "Cultural Goods consumption and Cultural capital", University of siegen, 2000 in: <http://netec.mcc.ac.UK/WOPEC>.
- D.W.Livingstone and peter H. Sawchuk, "Beyond Cultural capital theory", Review of Education, 2000.