

اقتصاد فرهنگ و صنايع فرهنگي



سیدعلی منیری

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی

تالیف:

سیدعلی منیری

دانش آموخته رشته مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال



انتشارات موجک



سرشناسه: منیری، سیدعلی، ۱۳۵۸-

عنوان و نام پدیدآور: اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی / تالیف سیدعلی منیری.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۱۶۷ ص.

شابک: ۸-۳۵۴-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸، ۶۲۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. [۱۵۷] - ۱۶۷.

موضوع: فرهنگ -- جنبه‌های اقتصادی

موضوع: Culture -- Economic aspects

موضوع: کالاهای فرهنگی -- صنعت و تجارت

موضوع: Cultural industries

رده بندی کنگره: HM۶۲۱

رده بندی دیویی: ۳۰۶/۳

شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۳۴۴۰۱

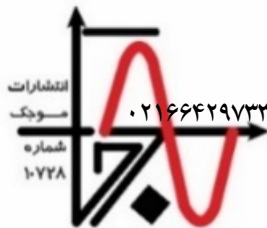
انتشارات موجک

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز بخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی

تالیف: سیدعلی منیری

مشخصات ظاهری: ۱۶۷ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: تابستان ۱۴۰۰، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۶۲۰۰۰۰ ریال، شابک: ۸-۳۵۴-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق

چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب

بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱	پیش‌گفتار.....
۳	فصل اول: کلیات
۳	۱-۱ مقدمه
۹	۲-۱ اهمیت و ضرورت صنایع فرهنگی
۱۵	فصل دوم: اقتصاد فرهنگ
۱۵	۱-۲ مقدمه
۱۶	۲-۲ اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی
۱۷	۳-۲ اقتصاد فرهنگ
۱۸	۴-۲ تعریف اقتصاد فرهنگ
۲۴	۵-۲ اقتصاد فرهنگی و فرهنگ اقتصادی
۲۶	۶-۲ فرهنگ و اقتصاد و تاثیر آنها بر یکدیگر
۳۱	۷-۲ نسبت فرهنگ و اقتصاد
۳۹	۸-۲ بررسی اقتصاد فرهنگی در کشورهای دنیا
۴۲	۹-۲ اقتصاد هنر
۴۵	۱۰-۲ اقتصاد و فرهنگ اسلامی
۴۷	۱۱-۲ دگرگونی جهانی و جهانی شدن اقتصاد

۴۹..... ۱۲-۲ دگرگونی جهانی و جهانی شدن فرهنگ

۵۲..... ۱۳-۲ جهانی شدن بازار فرهنگ

۵۵..... فصل سوم: صنایع فرهنگی

۵۵..... ۱-۳ مقدمه

۵۶..... ۲-۳ تعریف صنایع فرهنگی

۶۱..... ۳-۳ کالاها و خدمات فرهنگی

۶۲..... ۴-۳ کالاهای فرهنگی

۶۲..... ۵-۳ خدمات فرهنگی

۶۳..... ۶-۳ تقسیم‌بندی یونسکو از کالاهای فرهنگی

۶۵..... ۷-۳ ویژگی‌های اقتصادی فعالیت‌ها و کالاهای فرهنگی

۶۷..... ۸-۳ مصرف کالاهای فرهنگی

۶۷..... ۹-۳ مقولات مرتبط با کالاهای فرهنگی

۷۱..... ۱۰-۳ توسعه کالا و خدمات فرهنگی و جهانی شدن

۷۳..... ۱۱-۳ تجارت بین‌المللی کالاها و خدمات فرهنگی

۷۴..... ۱۲-۳ تجارت جهانی کالاها و خدمات فرهنگی

۷۷..... ۱۳-۳ سایر محدودیت‌های روش‌شناسی

۷۸..... ۱۴-۳ محورهای توسعه تجارت کالا و خدمات فرهنگی

۸۲..... ۱۵-۳ سیاست فرهنگی / استثنای فرهنگی

۸۲..... ۱۶-۳ تصویر آماری تجارت جهانی فرهنگ

۸۶..... ۱۷-۳ مهم‌ترین روندها

۸۸..... ۱۸-۳ بازار مجازی فرهنگ

۸۹..... ۱۹-۳ نگاهی دیگر به تجارت جهانی فرهنگ

۹۵..... فصل چهارم: فعالیت‌های فرهنگی

۹۵	۱-۴	مقدمه
۹۶	۲-۴	فعالیت‌های فرهنگی
۹۷	۳-۴	تعریف فعالیت‌های فرهنگی
۹۹	۴-۴	تعریف سازمان فرهنگی
۱۰۱	۵-۴	سازمان‌های فرهنگی در نظام جمهوری اسلامی ایران
۱۰۵	۶-۴	اهداف و مأموریت‌های سازمان‌های فرهنگی
۱۰۸	۷-۴	تفاوت سازمان‌های فرهنگی با سایر سازمان‌ها

فصل پنجم: سرمایه فرهنگی

۱۱۳	۱-۵	مقدمه
۱۱۴	۲-۵	تاریخچه سرمایه فرهنگی
۱۱۶	۳-۵	تعاریف سرمایه فرهنگی از دید دانشمندان
۱۱۸	۴-۵	مفهوم سرمایه فرهنگی
۱۲۴	۵-۵	نسبت سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی
۱۲۶	۶-۵	فرهنگ از دیدگاه بورديو
۱۲۸	۷-۵	سرمایه فرهنگی از دیدگاه بورديو
۱۳۳	۸-۵	صورت‌ها و ابعاد سرمایه فرهنگی
۱۳۳	۹-۵	سرمایه فرهنگی ملموس
۱۳۴	۱۰-۵	سرمایه فرهنگی ناملموس
۱۳۴	۱۱-۵	انواع سرمایه فرهنگی از دیدگاه بورديو
۱۳۹	۱-۱۱-۵	سرمایه فرهنگی ذهنیت یافته (درونی شده)
۱۴۱	۲-۱۱-۵	سرمایه فرهنگی عینیت یافته
۱۴۴	۳-۱۱-۵	سرمایه فرهنگی نهادی شده
۱۴۷	۱۲-۵	کارکردهای سرمایه فرهنگی
۱۴۸	۱۳-۵	سرمایه فرهنگی و آموزش

۱۴-۵ سرمایه فرهنگی و نابرابری‌های اجتماعی ۱۴۹

۱۵-۵ سرمایه فرهنگی، طبقه و سلیقه فرهنگی ۱۵۳

۱۶-۵ سرمایه فرهنگی و مدیریت فرهنگی ۱۵۵

منابع ۱۵۲

منابع فارسی ۱۵۷

منابع لاتین ۱۶۵

پیش‌گفتار

امروزه گسترش جهانی فرهنگ‌ها از طریق بازارهای جهانی و جذب گرایش‌های مختلف به سایر فرهنگ‌ها، کالا و خدمات فرهنگی و سرمایه‌گذاری در حوزه فرهنگ، اقتصاد فرهنگ را به موضوعی قابل‌تامل مبدل ساخته است. ارتباط و تعامل اقتصاد و فرهنگ، سیستم‌های اقتصادی را نیز دستخوش تغییر کرده است. ابزارها و کالاهای فرهنگی جدید چون اینترنت، موبایل، رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیلم و انواع نرم‌افزارهای رایانه‌ای که از ابعاد فرهنگی و هنری برخوردار است، توجه اندیشمندان بزرگ اقتصادی را به شکل‌گیری بنگاه‌های اقتصادی در حوزه فرهنگ معطوف ساخته است.

صنایع فرهنگی با ظرفیت بالای اشتغال و درآمدزایی زمینه مناسبی برای رشد اقتصادی فراهم آورده است طبق نتایج به دست آمده از تحقیقات گسترده‌ای که در مورد سهم صنایع فرهنگی در رشد اقتصادی کشورهای عضو اتحادیه اروپا انجام شده است بخش فرهنگ در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی با سرعت بیشتری رشد کرده و اشتغال بیشتری را هم ایجاد کرده است. بعلاوه این صنایع موجب حرکت سایر بخش‌های اقتصادی از جمله بخش ابتکار و تکنولوژی ارتباطات نیز شده است (تراسپی، ۱۳۸۵).

اقتصاد فرهنگ در جهانی شدن شکل نوینی از اقتصاد را پایه ریزی کرده است به گونه‌ای که نمی‌توان کالا و خدماتی در گستره جهانی توزیع کرد و آن را خالی از اندیشه‌های فرهنگی دانست. ابزارها و کالاهای تولید شده، مفاهیم فرهنگی خود را به همراه دارد، لذا این فرصت می‌تواند اهمیت اقتصاد فرهنگ را در جهان بیش از پیش مشهود سازد.

کتاب حاضر با هدف آشنایی خوانندگان با مباحث مرتبط با اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی، طی پنج فصل به شرح زیر تدوین و تنظیم شده است:
فصل اول به کلیات اختصاص دارد.

- فصل دوم پیرامون اقتصاد فرهنگ نگاشته شده است.
- در فصل سوم پیرامون صنایع فرهنگی مطالبی ارائه شده است.
- فصل چهارم به فعالیت‌های فرهنگی اختصاص دارد.
- فصل پنجم نیز به سرمایه فرهنگی اختصاص دارد.

سیدعلی منیری

تابستان ۱۴۰۰

The Economy of Culture and Cultural Industries

Seyyed Ali Moniry

امروزه گسترش جهانی فرهنگ‌ها از طریق بازارهای جهانی و جذب گرایش‌های مختلف به سایر فرهنگ‌ها، کالا و خدمات فرهنگی و سرمایه‌گذاری در حوزه فرهنگ، اقتصاد فرهنگ را به موضوعی قابل تامل مبدل ساخته است. ارتباط و تعامل اقتصاد و فرهنگ، سیستم‌های اقتصادی را نیز دستخوش تغییر کرده است. ابزارها و کالاهای فرهنگی جدید چون اینترنت، موبایل، رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیلم و انواع نرم افزارهای رایانه‌ای که از ابعاد فرهنگی و هنری برخوردار است، توجه اندیشمندان بزرگ اقتصادی را به شکل‌گیری بنگاه‌های اقتصادی در حوزه فرهنگ معطوف ساخته است.

صنایع فرهنگی با ظرفیت بالای اشتغال و درآمدزایی زمینه مناسبی برای رشد اقتصادی فراهم آورده است طبق نتایج به دست آمده از تحقیقات گسترده‌ای که در مورد سهم صنایع فرهنگی در رشد اقتصادی کشورهای عضو اتحادیه اروپا انجام شده است بخش فرهنگ در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی با سرعت بیشتری رشد کرده و اشتغال بیشتری را هم ایجاد کرده است. بعلاوه این صنایع موجب حرکت سایر بخش‌های اقتصادی از جمله بخش ابتکار و تکنولوژی ارتباطات نیز شده است. اقتصاد فرهنگ در جهانی شدن شکل نوینی از اقتصاد را پایه ریزی کرده است به گونه‌ای که نمی‌توان کالا و خدماتی در گستره جهانی توزیع کرد و آن را خالی از اندیشه‌های فرهنگی دانست. ابزارها و کالاهای تولید شده، مفاهیم فرهنگی خود را به همراه دارد، لذا این فرصت می‌تواند اهمیت اقتصاد فرهنگ را در جهان بیش از پیش مشهود سازد.

