

## رابطه اقتصاد و فرهنگ

یکی از پرسش‌هایی که به درستی و به ویژه در جهان امروز مطرح است، رابطه میان موقعیت اقتصادی کنشگران، گروه‌ها و نظام‌های اجتماعی و موقعیت فرهنگی آنهاست.



یکی از پرسش‌هایی که به درستی و به ویژه در جهان امروز مطرح است، رابطه میان موقعیت اقتصادی کنشگران، گروه‌ها و نظام‌های اجتماعی و موقعیت فرهنگی آنهاست. در شرایط باستانی و پیش صنعتی این رابطه به گونه‌ای متفاوت از جهان مدرن وجود داشت. فرهنگ در سنت اروپایی و در تمدن‌های باستانی به صورت متمرکز و رسمیت یافته در حوزه سیاسی متمرکز بود و به وسیله این حوزه جهت‌دهی و به همان میزان نیز پشتیبانی می‌شد. برای نمونه اگر نگاهی به دربارهای قرون وسطایی یا حتی تمدن‌های باستانی‌تر بیندازیم، می‌بینیم که هنرمند خواسته یا ناخواسته ناچار بود برای حاکمان و افراد وابسته به آنها دست به آفرینش هنری بزند و کمتر ممکن بود بتواند هزینه‌های زندگی و هنر خود را از مردم عادی به دست بیاورد. شاعران، نقاشان، صنعتگران و غیره همگی کمابیش زندگی و هنر خود را مدیون حمایت حاکمان بودند (فور، 1988). با وجود این، در خارج از حوزه سیاسی و در میان مردم عادی چه در نظام‌های تمدنی و چه در جوامع انسانی دیگر، ما همواره با نوعی «هنر» سروکار داشتیم و داریم که تا پیش از قرن نوزدهم و تحت تأثیر رویکرد ویکتوریایی و اروپایی به فرهنگ، کمتر به آن «هنر» خطاب می‌شد، ولی امروز تمایل زیادی وجود دارد به اینکه «مشروعیت» هنری آن به رسمیت شناخته شود. این «هنر مردمی» (فدوراک، 2009) جایگاه خود را نه به مثابه «شیئی زیبا» بلکه به مثابه بخشی از زندگی متعارف این مردمان می‌یافت.

ولی هر اندازه در سیر جوامع انسانی به پیش آمدیم و به ویژه پس از صنعتی شدن و در دوران مدرن، هنر وابستگی بیشتری به حوزه اقتصادی و سیاسی پیدا می‌کند و این را باید در تضاد آشکار با نوعی گفتمان سطحی در نظر گرفت که با تکیه بر «سوژه» مدرن، از انفجار آزادی فردی سخن می‌راند. این تحول البته باید به صورتی نسبی در نظر گرفته شود؛ زیرا فرایندی موازی و معکوس با آن نیز در طول قرن بیستم در جریان بوده است. مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام (ایگر، 1992) از پس از جنگ جهانی دوم بر آن تأکید می‌کرد که گسترش مصرف فرهنگی، به گونه‌ای به گسترش و دموکراتیزه شدن هنر و فرهنگ می‌انجامد و آن را در اختیار همگان قرار می‌دهد؛ رسانه‌ها در نگاه این مکتب، ابزارهایی بودند که به بهترین وجهی، می‌توانستند و می‌توانند رابطه را میان مردم در عام‌ترین معنای این واژه و فرهنگ ایجاد کنند: تلویزیون، رادیو، مطبوعات و امروز اینترنت و امکانات مختلفی که انقلاب اطلاعاتی در اختیار همگان قرار می‌دهد، در واقع، نظام‌های جدیدی را می‌سازد و می‌سازند که به صورتی متناقض هم امکان آزادی فرهنگ را از وابستگی به قدرت اقتصادی و سیاسی فراهم می‌کنند و هم وابستگی بیشتری را نسبت به آن حوزه‌ها ایجاد می‌کنند.

با همه این، اگر نگاهی به روابط واقعی میان فرهنگ و اقتصاد که همواره قدرت سیاسی و هژمونیک را در پشت خود داشته است، بیندازیم به سختی می‌توانیم منکر آن شویم که روند غالب از قرن بیستم تا امروز، سلطه تعیین کننده این قدرت‌ها بر حوزه فرهنگ به گونه‌ای فزاینده بوده است. کالایی شدن اشیا و روندهای فرهنگی و هنری در قالب اشیایی چون آثار هنری (تابلوهای نقاشی، قطعات موسیقی، فیلم‌ها، عکس‌ها و غیره) و چهار چوب‌های اقتصادی که به گرد خود ایجاد می‌کنند، امروز سبب می‌شوند که فرهنگ و دست‌اندرکاران آن به طور عام و هنرمندان به طور خاص، بیش از هر زمان دیگری به حوزه‌های سیاسی و اقتصادی وابسته شوند. امروز زمانی که از «کیفیت» سخن رانده می‌شود - برای نمونه «کیفیت هنری» در موسیقی، نقاشی، نمایش، سینما و غیره - در حقیقت ما با نوعی «سرمایه‌گذاری» و وابستگی به قدرت‌های اقتصادی و سیاسی رو به رو هستیم و همین امر به نوعی اجرا و تحقق یافتن «هنر شورشی» و «غیر متعارف» را ناممکن می‌کند و یا می‌تواند به سرعت آن را از موقعیت «شورش» به «کالایی» تبدیل کند و به عبارت دیگر آن را وارد یک موقعیت «مسوخ» و «شدگی کالایی» ببرد.

کاهش این وابستگی را می‌توان به مثابه یکی از دستاوردهای بزرگ فرهنگی که جوامع دموکراتیک باید برای رسیدن به آن برنامه‌ریزی کنند و اراده‌شان را در خور از خود نشان دهند، مطرح کرد. به این معنا که فرهنگ و هنر، در عین آنکه نیاز به حفظ کیفیت و بنابراین برخورداری از سرمایه اقتصادی دارند، بتوانند این سرمایه را از جایی به جز دولت (منشأ قدرت سیاسی) و یا مراکز قدرت سرمایه‌داری (برای مثال لابی‌های اقتصادی) به دست بیاورند. چنین فرایندی به باور ما با گسترش فرایندهای آزادی و دموکراسی در جامعه می‌تواند تحقق یابد. لازمه

چنین کاری نیز خروج نظام‌های فرهنگی و هنری از فرایند عمومی کالایی شدن است. دقت داشته باشیم که این امر لزوماً به معنی آن نیست که هنر نتواند به عنوان یک کالا مبادله، خریداری یا فروخته شود (منن، 2010). بحث بر سر این نیست، بلکه به چگونگی فرایندهای حاکم بر این مبادلات بر می‌گردد که باید امکان دهد، به نوعی استثنای فرهنگی؛ درباره محصولات فرهنگی؛ برسیم. اصل استثنای فرهنگی؛ اصلی است که کشوری همچون فرانسه در مذاکراتش در حوزه سازمان تجارت جهانی مطرح کرد، زیرا بدون این امر امکان دفاع از فرایندهایی فرهنگی همچون سینمای فرانسه در برابر موج قدرتمند کالایی سینمای امریکا وجود نداشت.

در نهایت باید نتیجه گرفت که در شرایط کنونی، دخالت حوزه عمومی در برخی از حوزه‌های فرهنگ، به شیوه‌ای کاملاً دمکراتیک، می‌تواند هنر و فرهنگ را از در غلتیدن در سراشیب کالایی شدن پدیده‌های فرهنگی همچون کالاهایی صنعتی جلوگیری کنیم. برای این کار البته افزایش آزادی‌ها و تضمین بیان اجتماعی در همه اشکال آن ضروری است و در چنین حالتی جامعه عموماً می‌تواند شرایط تضمین اقتصادی خود را نیز بیابد.

نویسنده: ناصر فکوهی

منبع مقاله :

فکوهی، ناصر؛ (1394)، صد و یک پرسش از فرهنگ، تهران: انتشارات تیسرا، چاپ یکم.