

مقدمة الجزء الثامن

ترجمة بتصرف
أ.د. مضر خليل عمر

كما أُشير في مقدمة الجزء الأول من كتاب "القارئ" ، فقد انتقل مفهوم الثقافة - بعبارات عامة جدًا - من وصفٍ لنتائج عمليات بيئية أو اجتماعية معينة **إلى متغير محوري متزايد الأهمية يُفسر الظواهر الاجتماعية** . ومن نتائج "مركزية الثقافة" المتزايدة هذه ، كما يُسميها ستيوارت هول ، ازدواج الثقافة مع مجالات دراسية ، مثل الاقتصاد ، كانت تُعتقد سابقًا أنها لا علاقة لها بالثقافة ، إن وُجدت . وهكذا ، أصبح من الشائع سماع مصطلحات مثل "ثقافة الإدارة" ، و "ثقافة المشاريع" ، و "ثقافة التجارة" ، وغيرها ، من بين العديد من الاستخدامات الأخرى الموسّعة للمصطلح .

في تحليله لهذا التوسع ، يُشير هول إلى أنه لا ينبغي بالضرورة عد هذا التوسع في الثقافة يعني أن الأنشطة الاقتصادية أو التجارية أصبحت الآن أكثر ثقافية من ذي قبل . كما سيُناقش لاحقًا ، قد يكون صحيحًا أن التطور الرأسمالي يُقدّر اليوم الموارد "الثقافية" (أي الرمزية ، الموجهة نحو المعنى) أكثر مما كان عليه في الماضي ، لكن النقطة الجوهرية هي أن الثقافة تُعدّ اليوم موردًا تحليليًا بطرق لم تكن كذلك في الماضي . لقد تغلّغت الثقافة بشكل متزايد في المجال التقليدي للاقتصاد السياسي ، الذي تُفهم فيه العلاقات الاقتصادية من حيث أثارها السياسية ، لدرجة أننا نتحدث اليوم أكثر فأكثر عن دراسة الاقتصاد الثقافي .

وكما لاحظ بول دو جاي ، فإن مصطلح "**الاقتصاد الثقافي**" يُشير إلى قطعة مع الاقتصاد السياسي من خلال إيلاء أهمية كبيرة للمعنى في إدارة الحياة الاقتصادية . يميل الاقتصاد السياسي القياسي إلى تصور العمليات والممارسات الاقتصادية على أنها "أشياء في حد ذاتها" ، ذات معانٍ "موضوعية" ، ويصبح الناس حاملين بسيطين لهذه العمليات والممارسات ، بدلًا من أن يكونوا أشخاصًا منتجين للمعنى . **لكن المعنى يُنتج دائمًا في المواقع الاقتصادية ومن خلال العمليات الاقتصادية** . إن أهم نقطة يجب ملاحظتها حول مصطلحنا "**الاقتصاد الثقافي**" هي الأهمية الحاسمة التي يوليها للغة والتمثيل والمعنى - أي "الثقافة" - لفهم سير الحياة الاقتصادية وبناء الهويات الاقتصادية .

وهكذا ، فإن مصطلحات مثل "ثقافة الأعمال" و "الثقافة التجارية" تشير إلى المعاني التي تنتجها الممارسات التجارية . ومع ذلك ، يشير الاقتصاد الثقافي أيضًا إلى الأهمية المتزايدة **للمصناعات الثقافية** ، مثل شركات الترفيه العالمية مثل سوني وديزني ، في سلاسل القيمة الاقتصادية للرأسمالية العالمية . كما يشير إلى تنامي **إضفاء الطابع الجمالي على المنتجات** ، وتوليد الرغبة فيها من خلال إضفاء معانٍ خاصة عليها من خلال الإعلان والتصميم والتسويق . لذا ، في حين أنه من المهم أن نفهم أن الأنشطة الاقتصادية لطالما كان لها بُعد ثقافي - وأن الاستراتيجيات التحليلية للاقتصاد السياسي لم تبدأ في أخذ ذلك في الحسبان إلا مؤخرًا - فقد حدث أيضًا تحول ملحوظ في "جوهر" الاقتصاد ، مع تزايد تقدير الموارد الرمزية وغير الملموسة والموجهة نحو الصورة كجزء من الإنتاج والاستهلاك .

يمكننا إذاً الحديث عن الثقافة كمورد ، بمعنيين مختلفين للمصطلح . من جهة ، **تُعدّ الثقافة موردًا تحليليًا لتفسير الأنشطة الاقتصادية** . أي أن "توسع" الثقافة كان توسعًا مفاهيميًا أو فكريًا ، وتُستخدم الثقافة الآن بشكل متزايد **كأداة بطرق تحليلية مبتكرة** . هذا هو المعنى العام لـ "التحول الثقافي" في العلوم الاجتماعية ، والذي نوقش في مقدمة هذا الكتاب . يميل هذا النهج إلى النظر إلى الثقافة من منظور سيميائي . بهذا المعنى ، تُشبه الثقافة اللغة ، ونظامًا من المعاني ، ويمكن تطبيق هذا المفهوم على دراسة أي عدد من الظواهر

البشرية ، لأن **جميع الظواهر البشرية تحمل بُعدًا ذا معنى** . من ناحية أخرى ، تُعدّ الثقافة موردًا يُعبأ لتحقيق أهداف اقتصادية أو تنموية أو حوكمية محددة . ويمثل هذا المعنى الثاني للثقافة كمورد نسخة تجريبية من التحول الثقافي . أي أنه بمجرد أن نبدأ بالتفكير أكثر في الأبعاد الثقافية للنشاط الاقتصادي ، ندرك أن التغييرات في تلك الأبعاد الثقافية يمكن أن تؤثر على التغييرات في الأنشطة الاقتصادية . وينطبق الأمر نفسه على الأنشطة الاجتماعية أو حتى التنظيمية الأخرى . وهكذا ، أصبحت الثقافة محورية بشكل متزايد في استراتيجيات التنمية الاقتصادية والترويج المحلي . ويتضح هذا بما فيه الكفاية ، على سبيل المثال ، في فصل زوكين في هذا الجزء . ولكن هذا الآن مفهوم مختلف تمامًا للثقافة عن النسخة السيميائية الموضحة في الفقرة أعلاه . كونها موردًا أدائيًا أو "مُوصِّلًا" ، فإن الثقافة ليست نظامًا رمزيًا ، بل هي نوع من الأداء ، أو ممارسة مُحددة ، يكون معناها أقل أهمية من استخدامات هذا الأداء أو الممارسة . يُحاكي هذا النهج للثقافة النسخ "غير التمثيلية" التي وُجدت في مختارات لاثام ، وجونز وكلوك ، وبول . ومع ذلك ، قد يُدرك القراء المُتمعنون أن هاتين النسختين من "الثقافة كمورد" لا تتعارضان . في المختارات اللاحقة ، ينبغي أن يكون كلٌّ من نهج الثقافة كمورد تحليلي ونهج الثقافة كمورد مُوصِّل واضحًا . على سبيل المثال ، يعرض مقال ماكديول وكورت تحليلًا قائمًا على المعنى لتمثيلات أجسام المصرفيين التجاريين ، وتحليلًا قائمًا على المصلحة لكيفية "أداء" المصرفيين لأجسامهم من أجل تلبية توقعات أو أهداف معينة أو الامتثال للمعايير السائدة . ويسعى مقال جاكسون حول الثقافات التجارية إلى توضيح كلٍّ من الطرق التي تؤثر بها الابتكارات القائمة على المعنى في أنماط الملابس على العمليات الاقتصادية ، والطرق التي لا يمكن من خلالها فهم إنتاج الملابس بشكل كامل من خلال التركيز فقط على تحليل الاقتصاد السياسي لسلاسل السلع .

لا تفترض فكرة "الثقافة كمورد" أي مفهوم واحد للثقافة ، بل تهدف إلى تسليط الضوء على الطرق التي امتدت بها فكرة الثقافة إلى مجالات تتجاوز بكثير تلك التي يُعتقد تقليدياً أنها تنتمي إلى جغرافية الثقافة . وهذه بالطبع هي نقطتنا الرئيسية . فجغرافية الثقافة ليست مجال دراسة محددة بثبات ، بل تتبع التقلبات والمنعطفات التي تتخذها الثقافة نفسها مع تغيرها وتبنيها وفقاً للظروف الاجتماعية المتغيرة .