



عنوان مقاله: تأثیر هنر بر اقتصاد

صدرالدین انصاری زاده

چکیده: این جستار نوشتاری با عنوان «تأثیر هنر بر اقتصاد» به منظور تشریح و تأکیدگذاری بر سوبه‌ی کمتر معرفی شده‌ی رابطه‌ی متقابل اقتصاد و هنر فراهم آمده است و با اتخاذ روش مندی تحلیل گرایانه به موضوعاتی شامل: ۱- هنر و تبیین (که خود شامل: ۱- نامیدن و ترجمه، ۲- تمثیل و تشبیه، ۳- ویراست و تدوین، ۴- روایت و اتخاذ فرم، ۵- لحن و ژانرهای ادبی)، ۲- نقش هنر در جهت‌دهی به مطلوبیت‌های خریداران، ۳- هنر و قضاوت عمومی، ۴- هنر و ایجاد مشاغل و اعتماد، می‌پردازد. و می‌کوشد از خلال این موارد جنبه‌های گوناگون و ناشناخته‌ی هنر بر روابط و تعاملات اقتصادی را افشاء نماید. در پایان محاط شدن اقتصاددانان و اقتصادگران را توسط عالم هنر به اثبات می‌رساند.

واژگان کلیدی: هنر، اقتصاد، تبیین، محبوبیت، تبلیغ،



«تأثیر هنر بر اقتصاد»

مقدمه

طی مطالعاتی که در چند سال اخیر در مورد تأثیر اقتصاد بر هنر داشته است جنبه های مختلف آن از قرون گذشته تا دوران معاصر توسط نگارنده مورد کنجکاوی و واکاوی قرار گرفته است به نفوذ شدید و سرنوشت ساز روندهای مالی و چینی مدیریت مراتب ثروت بر هنر باورمندی کامل دارد و سعی نموده است بخش هایی از آن را به صورت درس گفتار و جستارهای نوشتاری عرضه نماید. آن چه اکنون در نظر پژوهشگر به عنوان یکی از فعالان هنر و نقد هنری بسیار بدیهی می نماید پیش از این گونه بررسی ها در پس ابرهای نگاه آرمانی به هنر و خلوص آن، پنهان بود. اما کنکاش های جسته و گریخته در تاریخ و زندگی هنرمندان هر چه بیشتر انسان را به تأکید بر این نکته متمایل می سازد که بدون در نظر گرفتن زمینه های اقتصادی بسیاری از تحلیل های کنونی درباره ی هنرمندان و ابعاد کار آن ها، ناقص و گهگاه خطاآمیز است. برای مثال داوری هایی که تاکنون در مورد شخصیت شاعران مدیحه سرا در ادبیات فارسی به عمل آمده است حاکی از یک جانبه نگری ها و نگاه های آرمان طلبانه ی متعصبی ست که توان درک شرایط واقعی زندگی هنرمندان گذشته را نداشته اند. چرا نباید ماهیت زیستی این افراد را به عنوان کسانی که نیاز به آب و غذا و پوشاک دارند و فراتر از آن نیازمند به فراغت برای انجام فعالیت های خطیر و وقت گیر ادبی هستند در نظر گرفت. فراتر از این، اصولاً هنرمندان چرا باید برای نیازمندی های زیست انسانی خود مورد مؤاخذه و پرسش گری های متوقعانه قرار گیرند؟ چرا به دلیل آرمان گرایی های رمانتیک و غیرواقعی باید رابطه ی بارگاه سلاطین و دربار پادشاهان با هنر را زیر سوال برد و به این واقعیت محض توجه نکرد که اگر علاقه و استقبال حاکمان و صاحبان رفاه مادی به سوی هنر نبود هیچ یک از آثاری که از گذشته به ما رسیده است از ابتدا به وجود نمی آمد چرا که، به طرز ساده و آشکار از اساس مواد اولیه و موجبات آفرینش و ساخت آن ها در دست هنرمند قرار نمی گرفت. گویا در جهان غرب رمانتیسیم و در جهان شرق رابطه ی هنر و عرفان باعث گردیده است که هاله های غیرواقعی و آرمانی دور هنر پیچیده شود و نگاه رؤیاپردازانه تا آن جا پیش رود که هنرمند را فاقد هر گونه انتظار و نیاز مادی در نظر بگیرند و دور از شأن او بدانند که احتیاجات زیستی اش دلیل و انگیزه سوگیری های وی در کار هنری اش باشد البته باید خاطر نشان کرد که جنبش کارگری نیز در حدود صد سال اخیر در این نوع رویکرد بی تأثیر نبوده است هر چند مارکس و انگلس و همفکران ایشان جریان های اقتصادی را زیربنای تمام شئون اجتماعی بشر می پندارند اما جالب آن است که به طرز تناقض آمیزی و ثروت ستیزی های تندروانه مسلک کارگری موجب گردیده است تا هنرمند را که به گمان آرمانی ایشان می بایست فقط ذاتی انسان دوست و حقیقت جو داشته باشد از گرایش به ثروت و پذیرش سفارش های بنگاه های ثروت و صاحبان قدرت، پاک و منزّه بدانند. از سویی دیگر و در جهت مخالف اندیشه هایی وجود دارد و هم چنان در حال گسترش است که هنر را نه تنها به عنوان هنر، بلکه به عنوان زیرمجموعه ی فرهنگ، وسیله ای بی هویت و ناخودانگیخته، در خدمت اقتصاد می داند. این کالاشدگی و نگاه مبادله محور به فرهنگ تا آن جا پیش رفته است که امروزه وقتی سخن از صنعت و تجارت فرهنگی به میان می آید دیگر برای کسی شگفت برانگیز نیست که فرهنگ را نیز مانند کالاهای دیگر موضوع کسب و کار و فعالیت مبادله ای بدانیم. خود این امر حاکی از تسلط اقتصاد بر شئون تمدن و جنبه های زیستی انسان در این کره خاکی است اما فراتر از آن نگاه بیرون گرا و شیءپندار چیره شده ای را باید مدنظر داشت که فلسفه مدرن در میان نظریه پردازان رشته های مختلف علوم انسانی و طالبان دانش و دیگر افراد بشر گسترده است. پس از جنگ دوم جهانی و فجایع مختلف مادی و معنوی که پهنه ی جغرافیایی و تاریخی کشورهای اروپایی را درنوردید. اندیشمندان مکتب فرانکفورت متأثر از همین فضا به عنوان اعتراض از کالاشدگی فرهنگ و «عبارت صنعت فرهنگی»، سخن به میان آوردند. شاید آنان نمی دانستند مانند بیشتر اسامی مکاتب هنری که در ابتدا برای تحقیر بر آنان نهاده می شود و سپس به صورت مشخصه و مایه افتخار آنان درمی آید این عنوان نیز روزگاری متداول شود و



مایه ابهت شرکت ها و کمپانی های بزرگ فعال در عرصه خرید و فروش محصولات فرهنگی گردد. اما همان طور که شاهد هستیم در سطحی وسیع پذیرش نسبت به این امر که فرهنگ نیز می تواند نوعی کالا تلقی شود وجود دارد.

هر چند هنوز افرادی که خود را متصدیان امور فرهنگی یا غرقه گشتگان در عوالم ابعاد معنوی بشر و سالکان راه دانایی و ارتقاء و تهذیب می شناسند و از این رویکرد مصادره گرانه نسبت به فرهنگ؛ آن چه در نظر ایشان مایه ارزش و سنجش زیست بشری می تواند باشد دل خوشی ندارند بلکه گاه و بی گاه انتقادهای شدیدی را به سمت صاحبان افکار تجارت محور، گسیل می دارند و گهگاه نیز می توانند در کشورها و مناطق مختلف دنیا مدت زمانی اذهان و عواطف را برانگیزند و محدودیت ها و تردیدهایی نسبت به تجارت زدگی و مکتب اصالت بازار در جهان بینی زیستی انسان کنونی پدید آورند اما حقیقت این است که مادی گرایی در سطحی ترین معنای آن یعنی ثروت باوری بر خاطر و بینش انسان ها سلطه یافته است و فلسفه اصلی زیستن در دنیای جدید چیزی نیست جز سود و سرگرمی. شاید اگر بخواهیم با دیدی منصفانه تر با دنیای جدید برخورد کنیم می بایست ایجاد زمینه های علاقه و فراغت برای دانش را نیز به آن بیافزاییم و جهان نوین را سرزمینی حاصلخیز برای سواد و سود و سرگرمی تلقی کنیم. البته این در صورتی است که از قدرت طلبی و جنگ طلبی و انگیزه های آن در طی قرون اخیر چشم پوشی کنیم.

منظور اصلی از آوردن مطالب فوق این است که انتخاب عنوان «تأثیر هنر بر اقتصاد» سؤ تفاهم و پیش داوری نامناسبی به وجود نیاورد، درست برعکس. اگر در این جا سخن از تأثیر هنر بر اقتصاد به میان آید قصد این است که رابطه ی متقابل را که یک سوی آن شناخته شده و بیشتر مورد اطمینان است از سویه ای دیگر نیز بنگریم. تردیدی نیست که اقتصاد بر هنر - و فرهنگ به طوری کلی - تأثیری تعیین کننده و خدشه ناپذیر دارد که پژوهش ها و نوشته ها [هر چند به لحاظ کمی در مقایسه با دیگر موضوعات چندان قابل توجه نیست] در این زمینه به انجام رسیده است. اما به عنوان رویکردی متفاوت و جالب توجه، شایسته است که تأثیر هنر بر اقتصاد را نیز به ساحت تشریح و تحلیل دعوت کنیم. شاید در نگاه اول انگیزه جستجوی تأثیر هنر بر اقتصاد گزافه آمیز و مبالغه گرایانه به نظر بیاید یا دست کم دامنه آن را آنقدر گسترده و شامل جزئیات قابل توجه ندانیم که شایسته یک مقاله علمی باشد اما حقیقت این است که این نحوه ی نگرش واژگونه نیز به نوبه خود ما را با مسائل و نتایج شگفت آوری رو به رو خواهد کرد. آیا هواداران تحلیل های اقتصاد محور و به ویژه اقتصاددانان می پندارند که از دسترس پنجه زرین و سحرانگیز عالم هنر بسیار دورتر نشسته اند و با اتخاذ چند نظریه و چند فرمول، و حتی با مباحثات و محاسبات بسیار دقیق و نبوغ آمیز می توانند ایالتی خودمختار و ایمن از تصرف هنر برای خود برگزینند؟ این شاید شبیه همان نگاهی باشد که منتقدین عالم هنر نسبت به آثار هنری دارند و می پندارند این آثار فقط و فقط چیزی بیرون ذهن آن ها و تحت سیطره ی بررسی آن ها هستند غافل از این که شاید آن سوتر از این نگاه ساده گرایانه و حداقل نگرانه، پیش از آن که آنان منتقد هنری شوند آثار هنری و دیدگاه های پدیدار شده از دل این آثار، در سرنوشت افکار و نظریات آنان از پیش دست برده است. وقتی در برابر تابلوی مونالیزا قرار می گیرد آیا منتقد هنری می پندارد که این اوست که این تابلو را مورد ارزیابی قرار می دهد و این تابلو از پیش تأثیری در نگاه بنیادین او نسبت به زیستن و نحوه ی نگرستن نداشته است. آیا مجسمه داوود و مجسمه موسی در سرنوشت مطالعات و جریان انتقادی هنرهای تجسمی نقشی نداشته است؟

آیا آثار فردوسی و سعدی در زبان فارسی و آثار شکسپیر و الیوت در زبان انگلیسی در شیوه تلقی و شیوه بیان ما از حقیقت و گزارش دنیای پیرامون بیش از آن چه فکر می کنیم دخیل نبوده است، آیا انسان ها صرفاً خالق و ناظر آثار هنری هستند و یا از برخی جهات، آثار هنری خالق و ناظر انسان هابند. وقتی این ساده نگری ها و تقلیل گرایی ها در عالم هنر شایع است دیگر چگونه می توان از اقتصاد دانان انتظار داشت که تأثیر شگرف هنر بر خود و اندیشه خود و نحوه نگاه خود به جهان را جدی



بگیرند. اکنون اگر قصد بررسی چند جنبه از دخالت هنر در اقتصاد داشته باشیم شاید بتوان ابعاد وسیع نفوذ هنر به عالم اقتصاد را با چنین رویکردهایی نمایان ساخت.

الف: هنر و تبیی

یکی از قدیم ترین و شایع ترین و در عین حال فراموش شونده ترین کارکردهای هنر، توانایی آشکارسازی و توضیح دریافت ها و معنای مندرج در ذهن بشر است. اگر به انسان نخستین برگردیم شاید بتوانیم حدس بزنیم به دلیل استفاده ی بسیار از اندام هایی نظیر دست و عادت های که انسان گونه های نخستین به کاربرد آن داشته اند اولین وسیله ابراز عواطف و خواست های درونی دست بوده است. این روش بسیار دیرینه هنوز در بعضی از رفتارهای ما قابل مشاهده است مثل کشیدن دست به طور مدور روی شکم به علامت خواستن غذا یا لذیذ بودن یا سیر شدن و یا حرکت دست هنگام اظهار عواطف محبت آمیز و یا هنگام اعتراض های فردی و تظاهرات و ... به همراه دست ها احتمالاً از حرکات اندام چهره نیز کمک گرفته می شده است اما سپس ترها، انسان شاید به دلیل تقلیدهایی که هنگام فریب حیوانات به قصد شکار آن ها انجام می داده است و یا حتی کنجکاوی در اصوات مختلف پیرامون خود و سعی در تقلید و گویا حسی درونی یافتن نسبت به این اصوات کم کم حنجره ی خود را تقویت نموده و اصوات مرتعش شده از حنجره را جایگزین حرکت دست ها کرده است. مدت زیادی طول کشیده است تا بشر نخستینه توانسته با فراز و فرود دادن و چینش اصوات در کنار هم به جمله های قابل تعامل بین افراد قبیله دست پیدا کند این تاریخچه ای است که کمابیش برای آغاز زبان می توان در نظر گرفت اما ادعای جالبی وجود دارد که اولین افرادی را که بر اشیاء جهان نام گذاشتند اولین شاعران نوع بشر معرفی می کند. و این البته با حقایقی که از عالم شعر و به قول برخی نیروی درونی تبیین بدوی، در اختیار داریم سازگار است.

نامیدن و ترجمه

شاید بتوان ادعا کرد هر نامیدنی در اصل یک فعالیت شاعرانه و یا دست کم یک فعالیت ادبی محسوب می شود. فرض بگیریم انسان اولیه ای به آبشار می گفته است «اواسا» در این صورت می توان اندیشید که چه کوشش پیچیده و همراه با نبوغ غریزی برای مربوط ساختن آن پدیده بیرونی با این اصوات لازم بوده است. به منظور این که اصواتی تعامل پذیر، به صورتی که بقیه اعضاء گروه نیز رابطه ی آن اصوات را با آبشار، حس کنند، ابداع گردد. از آن زمان تاکنون زبان ها پیشرفت کرده اند و از طرق مختلف مانند کنار هم گذاشتن اجزاء زبان و یا قالب های آوایی مشابه (مانند آن چه در زبان عربی هست) پدیده ها و مفاهیم جدید نام گذاری می شود. اما هنوز هم ساختن یک لفظ برای یک شیء جدید یا نحوه ی تلقی جدید و به تعامل تخصصی یا عمومی رساندن آن به هیچ وجه کار آسانی نیست. نظیر این اتفاق را در ترجمه به خوبی مشاهده می کنیم چه بسا مفاهیمی از زبان انگلیسی با معادل های مختلف به زبان فارسی آمده اند و هنوز هیچ یک از آن ها قبول عام نیافته است چرا که دایره شمول معنایی یا احساس و تداعی که از واژه برمی خیزد نمی تواند با واژه اصلی همخوان باشد و یا دایره شمول لغت زبان ترجمه شونده با معادل آن در زبان میزبان متفاوت است. این اشکال در مورد ترجمه متون فلسفه یونان باستان به انگلیسی و دیگر زبان های اروپایی نیز مطرح است و چه بسا معادل های غلط سوء تفاهم هایی در فهم اندیشه های گذشته به وجود آورده است این رویداد در مورد ترجمه متون اقتصادی از زبان آلمانی به دیگر زبان ها و از زبان های اروپایی به زبان های شرقی نیز جریان دارد. جدا از این مسائل شاید بتوان گفت ما در اصل با دو گونه ترجمه سروکار داریم. هنگامی که یک نظریه پرداز علوم اجتماعی، اقتصادی یا ... در یک بافت مطالعاتی به تفاوت نظرهایی دست پیدا می کند و بر آن می شود تا آن کشف های شناختی جدید را از طریق الفاظ به دیگران بشناساند و بنامد. در این مرحله نیز ما با نحوه ای از ترجمه رو به رو هستیم یعنی



ترجمه مفاهیم نوظهور به زبان خود یا همان زبان مادری. در مرحله بعد مترجمین ظاهر می شوند و بسته به حیطه ی آگاهی خود از بافت و ژرفایی که مفاهیم ابداعی از آن برخاسته اند دست به گزینش و ساختن یا همان نامیدن مجدد می زنند و پیش می آید که یک مفهوم از یک زبان به زبان دوم و حتی سوم برود - مثلاً لغتی آلمانی از متون اقتصادی در انگلیسی معادل بیابد و سپس در فارسی معادلی برای لفظ انگلیسی آن گزینش یا ساخته شود- اما نکته مهم این است که در تمامی این روند و مراحل، یک فعالیت ادبی در جریان است. اگر بپذیریم که پویایی به سمت یک مفهوم یا کشف ابداع آن یک کوشش فلسفی محسوب می شود و به طور کلی هر نوع فعالیت مربوط به ساخت مفهوم، دگرگونی شمول مفهوم، جابه جایی حیطه ی مفهوم و محدود کردن یا وسیع تر کردن دایره ی یک مفهوم فعالیت فلسفی است به همین طریق در قدم بعدی هر نوع فعالیت برای نامیدن ابتدایی و نامیدن مجدد مفاهیم در روند ترجمه را باید کوشش ادبی بدانیم. به بیان بهتر برای ارائه هر مطلب نوین در زمینه های تخصصی علمی سه سطح را می توان در نظر گرفت:

- ۱- کشف یا ابداع یک مطلب علمی [چه در علوم تجربی چه انسانی و گهگاه ریاضی]
- ۲- ساختن مفهوم برای نمایاندن آن ابداع و یا نحوه تلقی جدید. البته در اغلب اوقات ناچار از ساخت یک سری از مفاهیم و یا حتی تشکیل یک بافت نوین زبانی هستیم.
- ۳- انتخاب یک لفظ برای آن مفهوم و یا الفاظی برای آن مفاهیم.

این مرحله سوم بسته به تفسیری که از ادبیات داشته باشیم می تواند یک کوشش ادبی محسوب شود. اگر با این ادعا موافق نباشیم با این حال باید بپذیریم که ترجمه یک فعالیت ادبی است - در هر زمینه یا تخصصی که باشد - و اگر بپذیریم که معادل یابی ثانوی و یا همان ترجمه از یک زبان به زبان دیگر در حیطه ی ادبیات است چگونگی معادل یابی اولیه و برساختن یک لفظ برای مفهومی جدید، یک عمل ادبی نیست؟ مگر آن که از دسته ی آن افراد باشیم که کل روند ترجمه را در حیطه ی کوشش های زبان شناسانه ارزیابی می کنند و دایره ادبیات را محدود به گزارش نوشته های هنری می دانند. با وجود این برساختن اصطلاحاتی مانند: ارزش افزوده، مطلوبیت نسبی، اقتصاد خرد و کلان، اقتصاد بسته و باز، اندوخته ی قانونی، نرخ سود بهره، تحلیل هزینه ی فایده و ... که در زبان فارسی وجود نداشته و طی چند دهه ی اخیر وارد زبان فارسی شده است و موارد مشابه آن در زبان های دیگر بعید است که یک فعالیت ادبی و در آن صورت یک عمل هنری به حساب نیاید. به منظور شفاف تر کردن موضوع اجازه بدهید این گونه بیندیشیم: هر عملی که به نامیدن جهان - چه دنیای درون و چه دنیای بیرون- بیانجامد یک عمل ادبی و هنری است.

اما این سخن به هیچ وجه به این معنی نیست که مترجمین متون اقتصادی یا سیاسی و یا پزشکی هنرمندان بلکه آنان در حال استفاده از امکانات دنیای هنر هستند. همان طور که نواختن سازدهنی برای سرگرم کردن خود و دیگران و یا حتی نواختن مارش های نظامی کسی را بتهوون یا موتزارت نمی کند ترجمه متون علمی و تخصصی از زبان های دیگر به زبان فارسی کسی را به حد حافظ و سعدی نمی رساند. اما به هر حال چه سازدهنی چه مارش نظامی نواختن و چه ترجمه کردن همه این اعمال آراسته به امکاناتی است که عالم هنر در خدمت دیگر عوالم علمی و اجتماعی می گذارد.

۱-۲ تمثیل و تشبیه

شاید از اساس با این ادعا موافق نباشیم که نامیدن و به لفظ درآوردن جهان فقط و فقط در حیطه هنر است و آن را حیطه ای عمومی بین تمام فعالیت های ذهنی بشر در نظر بگیریم اما موضوع از این هم پیش تر می رود و به استفاده ی زبان علمی و از آن چه به طور محض مختص به زبان ادبی است، می انجامد و آن همانا استفاده ی محرز از تمثیل است. در این مورد نیز ادعا



مبنی بر این است که استفاده از تمثیل در اغلب حوزه های شناخت و رشته های علمی کاربرد دارد. از «تمثیل غار» افلاطون در فلسفه یونان باستان گرفته تا رساله ی تمثیلی «حی بن یقظان» منسوب به ابن طفیل [البته در فلسفه اسلامی آثار تمثیلی مانند قصیده عینیه ابن سینا، رسائل سهرودی و ... وجود دارد و در عرفان و تصوف البته بسیار شایع است] از آرمان شهر (یوتوپیا) اثر تامس مور گرفته تا مثال «قصر مصنوعی» نیوتن و نیز این نمونه ها؛ انیشتین و مثال «مسابقه با موج نور»، هاینزبرک و مثال «میکروسکوپ»، پاتنم و مثال «مغز در خمره» سرل و مثال «اتاق چینی» و یا تمثیل «خفاش» از تامس نیکل. آن چه خاطر نشان کردیم برخی از تمثیل های مشهور در فلسفه و رشته های مختلف علمی است. اما جهان تمثیل های علمی به این موارد محدود نمی شود وانگهی کدام کلاس را در کدام یک از رشته های علمی سراغ دارید که استاد هنگام تبیین مطالب خود دست به دامان تمثیل نشود حتی متون درسی نیز سرشار از این گونه موارد است. به نمونه زیر از درسنامه «اقتصاد خرد و کلان» نوشته دکتر جمشید پژویان و دکتر مهدی تقوی. که برای دانشجویان رشته علوم اجتماعی در دانشگاه های پیام نور کشور ایران تدوین شده توجه کنید. کتاب پس از چند سطر و عنوان این گونه آغاز می شود:

«در مثال ساده فصل اول (!) گویا در این جا اختلالی صورت گرفته] که صحبت از رابینسون کروزه و جمعه شد، مسائل اقتصادی مستقیماً قابل حل بود. هر دو آن ها به کمک وقت خود و به کارگیری منابع موجود در جزیره به تولید کالاها و خدماتی مورد نیاز هر دو بود می پرداختند. ممکن بود مهارت رابینسون در تولید پوشش باشد و مهارت جمعه در تولید غذا، یا برعکس می توانستند هر دو به تولید غذا و پوشش بپردازند. امکان داشت که وقت خود را به طور مساوی در تولید این دو کالا تخصیص دهند، یا متفاوت. به هر حال تولیدات خود را می توانستند با یکدیگر مبادله کنند و هر دو به خواسته های خود برسند. هر چند در سیستم اقتصاد دونفره رابینسون و جمعه نیز مبادله صورت می گرفت، ولی نیازی به بازارهای پیچیده برای انجام مبادلات آن ها نبود.»

همان طور که مشاهده می شود برای بازکردن ذهن و ساده تر کردن موضوع از اولین صناعات نگارندگان محترم دست به سوی تمثیل دراز کرده اند و متوسل به داستان رابینسون کروزه اثر دنیل دفو، شده اند.

در این جا قصد نداریم پیش تر برویم و به ژرف کاوی رابطه نگاه شاعرانه و دریافت های علمی از مجرای تشبیه بپردازیم و جستار از وابستگی نهادین تشبیه و ثبت و پردازش هر گونه آگاهی در ذهن را به پیش بکشیم، هم چنین قصد نداریم به این نکته مهم بپردازیم که فرآیند «کلی سازی» و ساخت «مفاهیم کلی» کاملاً وابسته به ابزار تشبیه و توانایی همانندسازی ذهن است. اما دست کم با توجه به نمونه های ذکر شده - و کاربرد اصطلاحاتی از قبیل اقتصاد مرده، اقتصاد زنده، رشد اقتصادی، و ... که نمونه های آشکاری از کاربرد استعاره و انسان انگاری در ساحت زبان اقتصادی ست - و هم چنین نمونه های بسیاری که می شود از متون علمی و اقتصادی به یاد آورد یا بر سر کلاس ها و جلسات بحث شنیده و یا خود هنگام سخن رانی و تدریس به کار برده ایم متمایل به قبول این واقعیت باشیم که تجهیز به ابزارهای بیانی عالم ادبیات برای تبیین مطالب رشته های علمی و از آن جمله علم اقتصاد لازم است.

۳-۱- وی راس و تدوین

حال می توانیم فراتر برویم این ابزارمندی های ادبی را شامل ویراست متن و نحوه چینش جملات و نحوه استفاده از کلمات نیز بدانیم هم چنین رهیافت های مبتنی بر چیدمان و تقدیم و تاخیر که هر اقتصاددانی در جایگاه نویسنده و در مقام سخنور هنگام تدریس و اجرای یک کنفرانس اتخاذ می کند نوعی استفاده از عالم ادبیات ارزیابی کنیم و این مطلب به قدر کافی آشکار به نظر می رسد.



۴-۱ روایت و اتخاذ فرم

ساحت دیگری که در ادعای خود پیرامون چیرگی ادبیت بر اقتصاد فرادید می آوریم تنظیم از روایت و فرم است. ما در این جا با مبحث «کلان روایت ها» و تفسیری که اندیشمندان فلسفه پسامدرن راغب به آن هستند کاری نداریم بلکه قصد، اشاره به سرشت روایت گرایی و کنش های قصه پردازانه ی ذهن است که گویا بدون آن هیچ مطلب انبوه و نظریه ای قابل طرح نیست و شاید تشریح هر موضوع و به قبول رساندن هر ادعایی - چه در اقتصاد و چه در دیگر رشته های علمی - بسته به قصه پردازی ست. فرض کنید شما آقای کارل مارکس هستید که می خواهید نظریات فلسفی پیرامون تاریخ و اقتصاد بیان کنید پیشاپیش باید داستانی از تاریخ بشر فراهم کرده باشید و چپینش و تدوین خود را در آن داستان دخالت داده باشید تا بتوانید زمینه ای مناسب و مشروط، برای اظهار نظریات خود و تأیید آن بیابید. همانند آن چه جان لاک و توماس هابز و دیگر اندیشمندان و تئوری پردازان برای وجه بخشیدن و به کرسی نشاندن نظریات خود انجام داده اند.

پل آنتونی ساموئلسون، آدام اسمیت؛ جان مینارد کینز، فرید من، ایروینگ فیشر هم ناگزیر به همین شیوه رفتار کرده اند. ارائه مدل های مختلف اقتصادی - و حتی گهگاه ارائه فرمول های به ظاهر دقیق محاسباتی - بدون برش ها و چیدمان های تدوین گرانه برای شکل دادن به مفاهیم و اطلاعات تا آن جا که بتوان آن ها را با مدل ادعایی مطابقت داد گریز ناپذیر به نظر می آید. آیا نئولیبرالیسم داستان تدوین شده و پردازش شده - که بر اساس تاثیرگذاری های دلخواه بسیار بخش هایی از آن مهم و بخش هایی از آن بی اهمیت جلوه داده می شوند - به شما ارائه نمی کند تا پس از آن بتواند نظریات اقتصادی خود را با تزئین های ویژه آمار و ارقام نه تنها تبرئه نماید بلکه بر جایگاه داوری منصف بنشاند.

۵-۱ لحن و ژانرهای ادبی

گذشته از همه ی موارد فوق، استفاده از طنز به طرزی بارز و به کار بردن لحن حماسی و تراژی در متون و سخن رانی های مربوط به عالم اقتصاد را نمی توان از نظر دور داشت و باید اذعان کرد کمتر کتاب، مقاله و مصاحبه ی تلویزیونی یا رادیویی از سوی فعالان عالم اقتصاد یافت می شود که تأثیر و نفوذ خود را مدیون استفاده ی به جا از لحن و ژانرهای عالم ادبیات نباشد.

اگر نامیدن و ترجمه، تمثیل و تشبیه، ویراست و تدوین، روایت و اتخاذ فرم و در نهایت استفاده از لحن و پژواک ژانرهای ادبی را فعالیت شاعرانه و مربوط به ذوق ادبیت محور، و در نتیجه فعالیتی هنری محسوب نمی کنیم و عالم اقتصاد را بی نیاز و وارسته از این شائبه ها، ارزیابی می کنیم اما حقایق دیگری هست که به هیچ وجه نمی توان با آن رو به رو نگردید.

اکنون موقعی ست که از مرزهای ادبیات وارد تمامی حیطه هنر شویم و ریشه ها و نشانه های این جنگل اشباح را در میان زیست اجتماعی خود بنگریم. گویا پیشاپیش باید یادآوری کنیم که هر اقتصاددان و فعال اقتصادی قبل از آن که متصدی امور اقتصادی باشد یک انسان است و ما به طرزی مضحک با اقتصادانی که مثلاً سنجاب باشد یا پیچک یا نوعی بخار یا یک برنامه ی رایانه ای، در عالم بیرون مواجه نیستیم. اما همین حقیقت ساده، گهگاه به سادگی فراموش می شود. و یا این که ما ترجیح می دهیم بخش هایی از زندگی یک عضو دنیای اقتصاد را به عنوان یک انسان به یاد نیاوریم - هر اقتصادگری در کودکی داستان هایی از بزرگترهایش شنیده است [اگر نگوئیم در نوزادی آوازهایی و حتی در دوران جنینی آهنگ هایی] و یا برایش خوانده اند. بعدترها با نقاشی های کتاب ها و خود داستان ها سرگرم می شده است. مخاطب و مشتری موسیقی، آواز، انیمیشن و فیلم های سینمایی گردیده است و احتمالاً تا زمان پیری به این کارها علاقه دارد. علاوه بر آن انواع مجسمه ها را در جاهای مختلف شهر و شاید در موزه ها و گالری های هنری دیده است و هم چنین شاید به تئاتر و اپرا رفته باشد و ... و همه این ها در حالی



است که او را فردی عادی گمان می کنیم و مشغولیت دیگر او را در زندگی فعالیت های هنری ندانیم - زیرا آشکار است که یک اقتصاددان می تواند مخاطب جدی آثار هنری و یا حتی یک هنرمند باشد - . آیا می پنداریم همه آن چه از عالم هنر دورتا دور او را گرفته در شخصیت و روند فکری امروز و آینده اش تأثیر کمی به جای گذاشته و می گذارد؟ اگر پرسش را فقط محصور به هنرهایی نماییم که به طور مستقیم بر او تأثیر گذاشته اند باید بررسی کرد که کیفیت و کمیت شایان توجهی از آثار هنری که یک انسان در طول حیات خود با آن مواجه است چه تأثیراتی در جهت گیری های فکری و بعداً تخصصی او به همراه خواهد داشت.

گیریم که اقتصاددان ها با تلاش و استمرار و نوعی زهد تخصصی - و وقف کردن خود به معبد فرمول ها و مدل ها - خود را از امواج تأثیراتی که هنر از کودکی تا به حال بر آن ها داشته است برهانند اما اقتصاددان ها تنها موجوداتی نیستند که در تعاملات و روند پر ازدحام عالم اقتصاد نقش آفرینی می کنند. تئوری ها مسئله ای هستند و اعمال در جریان مسئله ای دیگر. ثروتمندان در نقش سرمایه گذار و پویندگان بازار، متصدیان مقام های مدیریتی و سیاسی در نقش ارائه دهندگان و هدایت کنندگان منابع مالی، چهره های برجسته ی دینی که قدرت جذب موقوفات و اعانه های مالی و سرمایه گذاری آن ها را دارند و ... همه بشر هستند و متأثر از تحریک های آگاه و ناآگاه که از سوی هنر بر آن ها اعمال می شود و خواه ناخواه متأثر از اشعار و حکایت ها و طنزهای مکتوب و نمایشی و انواع و اقسام موسیقی، رقص و فیلم و کارهای گرافیکی که آن ها را احاطه کرده است. حتی اگر این افراد آن چنان غرق در مشاغل و تخصص های خود باشند که تأثیر کمتری از ادبیات بر آن ها باقی بماند با اصناف معمولی جامعه چه می کنیم؟ آیا مردم به عنوان مصرف کنندگان کالاها، به عنوان تولیدکنندگان خرده پا و هم چنین عاملان تولید و ارائه خدمات در کارخانه ها و شرکت ها و هر نوع بنگاه اقتصادی متأثر از پهنه های گوناگون عالم هنر نیستند؟ فرض کنیم که میزان این تأثیرات را اندک بدانیم و یا عامل انگیزش هایی چنان غیرمستقیم تلقی کنیم که شیوه و شدت کارایی آن ها را خارج از نگاه کمیت خواه دانش ارزیابی کنیم. مسئله ی اساسی اینجاست که هنر نه فقط به طور بسیار پنهان از طریق اساطیر متمرکز و منتشر در ناخودآگاه جمعی و نه فقط از طریق لایه های مرموز ایدئولوژی ها و هژمونی های پنهان شده در آثار هنری بلکه به اشکال مشهود و مستقیم نیز در روند تحرکات مالی و سامان مشاغل تأثیر می گذارد.

۲ . نقش هنر در جهت دهی به مظلوبیت های خرداران:

آیا اندیشیده ایم که دکورها و طراحی لباس در تئاتر، اپرا، فیلم های سینمایی و سریال های تلویزیونی، و توصیف های نویسندگان و شاعران از مناظر خانه ها و شهر و نوع پوشش شخصیت های آن ها چه نقشی در ترویج سبک خاصی از زندگی و در نتیجه ایجاد سلیقه خاصی از خرید می شود؟ آیا اندیشیده ایم اسطوره های نوین زاپیده عالم هنر مانند: سوپرمن، بت من، اسپایدر من و مرد آهنی، چه توانایی هایی برای فروش لباس ها و اسباب بازی ها و چه امکاناتی برای تبلیغات به منظور فروش کالاها دارند؟ آیا ستاره های سینمایی مانند بروسلی و جان کلود وان دام، اقبال به سمت ورزش های رزمی و صرف هزینه از سوی مشتریان و در نتیجه کسب سود از سوی ارائه دهندگان خدمات و کالاها را موجب نمی شوند؟

چه شخصیت های برساخته ی عالم هنر و چه حضور واقعی این ستاره ها بیرون از عالم هنر می تواند توانایی های ترویجی و تشویقی زیادی برای فروش محصولات خاص داشته باشند. اگر شخصیت لاکچریت های نینجا می تواند در وهله اول به فروش مجلات مصور و پس از آن ساخت فیلم و فروش بازی های رایانه ای مبتنی بر آن ها بیانجامد در وهله ی دوم نوع پوشش آن ها، ورزش ها و ابزارهایی که استفاده می کنند و سلیقه آن ها در چپینش وسایل محل سکونت و خود معماری محل سکونت شان می تواند در ذهن مخاطب و علاقه مندان به آن ها تأثیر بگذارد. در وهله سوم می توان ساخت انواع اسباب بازی ها را از



روی این شخصیت ها و دشمنان آن ها و ابزارهای آنان و تهیه پوشاک مصور برجسب و پوستر از آن ها را در نظر گرفت، که به خصوص در ایام شهرت این شخصیت ها از فروش نسبتاً بالایی برخوردار است. در وهله چهارم خدمت تبلیغی این شخصیت ها به فروش کالاهای دیگر از قبیل کنسرو، لاستیک ماشین و پودر رخت شویی را باید در نظر داشت. در وهله پنجم افکار و نحوه زیست اجتماعی این شخصیت ها قرار دارد که خواه ناخواه در طرز تفکر مخاطبان تأثیر می گذارد و به طور غیرمحسوس آن ها را به خریدن بعضی از کالاها هدایت می کند. مثلاً در این مورد خاص اندام ماهیچه ای و هنرهای رزمی این شخصیت ها مخاطب را به خرید غذاهای مقوی و سالم دعوت می کند و روحیه مبارزه گرایانه این قهرمانان نسبت به مجرمان و برهم زندگان نظم عمومی، مخاطب را به طور غیرمحسوس به دوری از بزه کاری و شرکت در فعالیت های مثبت اقتصادی تشویق می کند.

البته لاکپشت های نینجا شخصیت های خیالی هستند و رابطه آن ها با گویندگانی که صداهای آن ها را در انیمیشن ها ارائه می دهند و یا بازیگرانی که در زیر نقاب نقش آن ها را در فیلم های سینمایی بازی می کنند چندان استوار نیست. اما هستند مواردی که چه شخصیت آن ها در عالم داستان و فیلم، چه شخصیت آن ها در بیرون از عالم هنر و به عنوان یک انسان عادی می تواند معرف و محرک تولید و فروش و خرید کالا باشد. مثلاً پیرس برسنن بازیگر نقش جیمزباند با نوع پوشش و سلیقه ی خود در زندگی معمولی، بر هواداران خود - که در حقیقت هوادار شخصیت بازی شده توسط او هستند- تأثیر می گذارد.

در این راستا شهرت و محبوبیت آنلود نه تنها الگودهندگی در زندگی واقعی داشت بلکه او را تا جایگاه فرمانداری کالیفرنیا پیش برد. این نوع تأثیر چهره های سینمایی که از هویت اصلی آن ها در زندگی برمی خیزد نمونه های بسیاری در دیگر هنرها و به طور واضح در هنر موسیقی و خوانندگی دارد. عمدتاً لباس ها و نوع آرایشی که توسط نوازندگان و آهنگ سازان مشهور استفاده می شود تأثیر فراوانی در نگاه و سلیقه مخاطبان آن ها دارد. البته در مورد خوانندگان مشهور قضیه از این هم فراتر می رود و به مد کردن یک پوشش و یا آرایش خاص منتهی می شود. مایکل جکسون، ریکی مارتینی، انریکو، مدونا، بریتنی، لویز و ... افرادی هستند که نقش فراگیری در ترویج مدهای مورد استفاده خود، در گستره مناطق مختلف و در جهان داشته اند.

در توانایی هنر برای نفوذ در شکل دهی روند تبادلات بازار جای هیچ گونه شک و تردیدی نیست. همان طور که گفته شد این تأثیر به دو شکل غیرمستقیم و مستقیم انجام می گیرد. در شکل غیرمستقیم با اسطوره های جمعی و جهانی و ایدئولوژی ها و باورهای پنهان شده در لایه های بیانی و القای آثار هنری مواجهیم که تشریح آن البته با دشواری هایی همراه خواهد بود. در شکل مستقیم با نحوه ی محسوس و نامحسوس تبلیغ کالا و اعمال سلیقه ی خرید مواجه هستیم - که برخی از مثال های آن ارائه شد- و گستره نفوذ آن ها شامل کثرت و ژرفای تأثیر می شود گاه کالایی از طریق انواع مختلف هنر مانند تئاتر، فیلم، گرافیک و ... در مناطق مختلفی از یک کشور یا یک قاره یا فراتر از آن تبلیغ می شود. که می توان آن را کثرت گستره ی نفوذ دانست. و گاه یک یا چند فیلم، یک یا چند اثر موسیقی و نقاشی و تئاتر به شکل محدود اما بسیار موثر در تبلیغ کالایی نقش بازی می کنند، این مورد اخیر را می توان ژرفای گستره ی نفوذ، نامید. اما این دو نحوه محسوس و نامحسوس با کثرت و ژرفای گستره ی متفاوت، باز هم به دو شیوه هماهنگ شده و هماهنگ نشده صورت می پذیرد. گاهی در تبلیغ یک کالا طرحی کلی در کار است - که حتی ممکن است تنظیم آن به سیاست گذاری های یک دولت و یا صاحبان قدرت جهانی برگردد - یعنی با قصد و منظور قبلی سعی می شود که به طور محسوس و نامحسوس کالا مورد تبلیغ قرار گیرد اما گاهی اوقات قصد خاصی در میان نیست و برآیند تأثیری که از آثار هنری مختلف توسط مخاطب دریافت می شود او را به سمت تقاضای کالایی خاص هدایت می کند مثلاً گرایش نقاشان به نمایش زیبایی های عالم طبیعت و خانه هایی که در دل باغ ها و زمین سرسبز قرار دارند همراه با توصیفات و القای مثبتی که در داستان ها از این گونه مناطق می شود همراه با تصویرهایی که در ترانه ها و اشعار از طبیعت و خانه های دور از شلوغی شهر می شود و ... دست به دست هم داده و رؤیایی در ذهن مخاطبان نسبت به



خانه های ویلایی تشکیل می دهند که در صورت داشتن یا به دست آوردن قدرت خرید، بازار مسکن را مملو از تقاضا برای خانه های ویلایی می کند و یا دست کم از عدم رونق کسب و کار در این زمینه جلوگیری می نماید.

شاید اعتراض شود آن چه تاکنون گفته ایم در اصل مربوط به مبحث تأثیر اقتصاد بر هنر می شود نه تأثیر هنر بر اقتصاد. چرا که در اکثر موارد خاطرنشان شده، این اقتصاد است که هنر را به عنوان ابزاری برای تبلیغ به خدمت گرفته است در این صورت باید پاسخ داد اول آن که منظور اصلی ما شامل کمترین توجه به آگهی های بازرگانی و نمایش های تصویری تجاری می شود و این ها البته نمونه هایی هستند که ابزار و تولیدات هنری را صرفاً برای اهداف تجاری به خدمت گرفته اند و اغلب هیچ ارزش دیگری ندارند - هر چند گهگاه در همین آگهی ها نیز ایده پردازی های خلاقانه ای در کار است - و دوم این که تاریخ هنر به پیش از تاریخ استفاده از هنر برای تبلیغ کالاها و جهت دادن مطلوبیت مصرف کنندگان برمی گردد. و این فقط در مورد کل دامنه هنر صادق نیست بلکه موارد جزئی و مشخص را نیز دربر می گیرد. برای مثال نه فقط تاریخ داستان سرایی، به انسان عهد باستان برمی گردد بلکه در یک نمونه مشخص مانند داستان های هری پاتر نوشته جی.کی. رولینگ نمی توان به این ادعای مضحک متوسل شد که سری داستان ها و فیلم های ساخته شده بر طبق آن ها فقط به این منظور تهیه گردیده است که پوستر هری پاتر یا چوب دستی او در بازار به فروش برسد. سری مختلف داستان ها و فیلم هایی که در مورد خون آشامان پدید آمده است فقط برای فروش دندان ها و ماسک های ترسناک در مغازه های اسباب بازی فروشی به عرصه پیدایش نیامده است و بلکه رانه ها و هدف گیری های مختلف فرهنگی و اجتماعی در کنار یکدیگر جمع آمده است تا این آثار خلق و منتشر شوند که تنها یکی از جنبه های آن کارکرد تبلیغی محسوس و غیرمحسوس این آثار است.

۳. هنر و قضاوت عمومی

اما تأثیر هنر در اقتصاد به همین جا محدود نمی شود فقط توانایی ترویج و بالا بردن تقاضا برای یک کالا و هدف اقتصادی خاص را دارا نیست بلکه هنر از طریق دیگری نیز در اقتصاد دخالت پایدار داشته است و آن همانا نحوه نگاهی بوده است که آثار هنری به مقوله ثروت و ثروتمند و به لحاظی دیگر به مقوله اقتصاد و فعال اقتصادی داشته اند. این که در داستان و نمایشنامه ها و اشعار ثروتمندان چگونه افرادی توصیف شده اند و خود مقوله ثروت از چه جایگاهی برخوردار شده است رسوخ هنر در پردازش انگیزش ها نسبت به فعالیت های اقتصادی را دربرمی گیرد. مکتب هنر کارگری از یک سو و نگاه رمانتیک از سویی و محدوده ی زمانی بیشتر در طی چند قرن اخیر چهره ای زشت و اهریمنی از ثروتمندان و فعالان پیگیر و خستگی ناپذیر عالم اقتصاد ارائه داده است که این نگرش منفی به نوبه ی خود تأثیری منفی در کوشش و باورمندی مخاطبین آثار هنری این مکاتب برای تملک جایگاه اقتصادی مناسب تر داشته است. و این شامل همان داستان های تلخ تاریخ و بازی های تناقض آمیزی است که حیات اجتماعی بر زندگی بشر روا داشته است، تهی دستان از تهی دستی خود شاک می هستند و به همین دلیل داستان هایی را می نویسند و می خوانند که در آن ثروتمندان موجودات شروری شمرده می شوند حال آن که خود این رهیافت ناتوان در عزم و اراده ی آن ها برای زندگی بهتر خلل وارد می آورد و آن ها را قانع می کند که در فلان زمان و در بهمان تابلو نقاشی و یا این تئاتر و آن فیلم سینمایی و سریال تلویزیونی ثروتمندانی را ببینند که غرق در تباهی و حقارت هستند و به سوی سرنوشتی شوم گام برمی دارند. البته همدلی با ستمدیدگان و سعی در احقاق حق رنج دیدگان وظیفه ای است که هر هنرمند متعهد و بشردوستی برای خود قائل است و فراتر از این هنر می تواند به عنوان گستره ای مستقل ثروت باوری و تجارت محض را مورد داوری و محکومیت قرار دهد اما در نهایت ما باز با تردستی هایی از خیال پردازی های هنرها به واقعیت برمی گردیم. مجبور به تجربه نابسامانی های دنیای واقعی هستیم. قضاوت هنر و مخاطبان آن درباره ی اقتصاد و فعالان آن هر چه باشد منظور اصلی ما توجه دادن و تأکید گذاشتن بر توانایی هنر در اعمال نفوذ بر نحوه فعالیت های بازار و گردش



ثروت است هنر می تواند دیدگاهی مثبت یا منفی نسبت به مقوله ثروت و بازار ایجاد کند و می تواند بر گرد چهره فعالان عرصه اقتصاد هاله های خوش بینانه و بدبینانه رسم کند که البته تاکنون از وسعت امکانات سیاست گذاری اقتصادی و مقدمات هدف گیری تجاری به طور کوتاه مدت و بلندمدت در مناطق مختلف دنیا تأثیر شایان توجهی داشته است. این علاوه بر نقشی که ابزارهای هنری در ارائه شمایی مؤثر از عالم اقتصاد به عهده دارند فقط مسئله ویراست کتاب ها و مجلات اقتصادی نیست فعالان تجاری و نظریه پردازان در یک گفتگو و مناظره تلویزیونی نیاز به صداگذاری، نورپردازی و دکور مناسب دارند. زاویه دوربین و هم چنین حالت.. رنگ و نوری که برای ثبت یک چهره در مصاحبه ای مربوط به مجلات تخصصی و غیرتخصصی، انتخاب می شود پژوهاک ها و تداعی هایی را در ذهن مخاطب پدید می آورد شیوه طراحی مجلات و کتاب های اقتصادی و کارهای گرافیکی که بر روی آن ها انجام می شود همه و همه دست در دست هم می نهد تا در نهایت هنر با عنوان ابزار وجه ای مبالغه شده یا کم تأثیر از تجارت، صنایع، بورس، بانکداری و ... به دیگر مردم ارائه دهد. به بیان دیگر ترمیم و تخریب چهره اقتصاد به صورت ابزار که چه در جایگاه داوری از اختیارات توانایی های عالم هنر است.

هنر و ای جاد مشاغل و اعماد

در پایان و از همه آشکارتر می توانیم به امکاناتی که هنر در ایجاد مشاغل و توسعه تبادلات دارد اشاره کنیم. یک موزه و گالری آثار نقاشی و مجسمه سازی فقط یک موزه و گالری نیست و جو این مکان یعنی فروش بلیت یعنی خریدهای جانبی که بازدیدکنندگان موزه از محصولات ارائه شده ی در داخل موزه و یا مکان های اطراف آن دارند، یعنی استخدام کارمند و راهنما و نگهبان و متخصصین نگهداری و یا ارزش گذاری آثار به همین ترتیب اگر موزه در سطح کشور یا جهان معروفیت پیدا کند این یعنی معروفیت شهری که آن موزه در آن قرار دارد از قیمت ساختمان های نزدیک موزه گرفته تا تمامی شهر ارزش املاک در آن ناحیه بالا می رود. ضمن این که به دلیل شهرت یافتن آن شهر کالا و محصولات دیگر که در آن ناحیه تولید می شوند اقبال آن را می یابند که ذهنیت مثبت مخاطبان و مشتریان نسبت به محل تولید خود برخوردار باشند. در همین راستا باید اشاره کرد فیلم و سریال های تولید شده توسط کشور ژاپن در جلب احترام و اعتمادسازی برای خرید کالاهای آن کشور مؤثر اند همان طور که سریال های کره ای با بسترسازی فرهنگی و جلب اعتماد مخاطب نسبت به کشور کره خرید کالاهای این کشور را نیز موجه می سازد همان طور که صنعت سینمایی بالیوود و پخش فیلم های هندی در اروپا به ایجاد یک نگاه مثبت نسبت به خرید و مصرف کالاهای هندی کمک می کند. و این البته آخرین مرحله ای است که هنر در رونق اقتصادی به عهده می گیرد چرا که هنر در ابتدا هویت هنرمند و سوددهی آثار هنری را رقم می زند در مرحله بعد مشاغل جانبی مربوط با عالم هنر ایجاد می شوند و کسب و کارهای وابسته به آن و در مرحله نهایی اعتبار و شهرت مثبتی است که از رهگذار ارائه محصولات هنر به دیگر مناطق کشور عاید جغرافیایی می گردد که محل خلق و تولید این آثار است.

منظور از این جستار و نوشتار ایجاد زمینه مناسب برای بازنگری و ارزیابی امکانات و صلاحیت های عالم هنر، در تصویب و تنظیم و احیا آشفستگی و نابسامانی روندهای برنامه ریزی شده و رویدادهای پیش بینی نشده در روند بازار و عالم اقتصاد است. آیا باید به این نتیجه رسید که برای کنترل بازار باید کنترل هنر و پیش از آن فرهنگ را به دست گرفت. حتی اگر جستار حاضر و نوشتارهایی از این دست چنین طمعی را در ذهن برخی از افراد ایجاد می کند باید خاطر نشان کرد که این امر سامان ناپذیر است چون همان طور که اشاره شد هنر مانند جنگل اشباح است که شاخه ها و ریشه های نامرئی و مرئی آن در کنه فرهنگ، زیستار و اسطوره هیا بنیادین ذهن بشری که هرگونه شناخت و داوری بر پایه آن ها ممکن می شود، رشد کرده است. این مقاله در حقیقت نگرشی کوتاه و شاید تقلیل گرایانه و ساده انگارانه نسبت به قدرت های آشکار و پنهان هنر به عنوان بخشی از فرهنگ بود. چرا که واکاوی و کنکاش عمیق تر و همه جانبه تر به عهده ذهن های برتر آیندگان است. اما سخن اصلی



این که باید این واقعیت بدیهی را همیشه مدنظر داشته باشیم که ما انسان هستیم زندگی واقعی و معمولی داریم و نه تنها غرق در نوسانات دنیای اقتصادی بلکه محاط در تاریخ فرهنگ و البته هنر.