

Τζέιμς Ίνγκλις: οι βραβεύσεις αποτελούν έναν ακόμη μηχανισμό της πολιτιστικής αγοράς

Από τους κόπινους έως τα Όσκαρ

ΟΤΑΝ ΑΚΟΥΜΕ ΠΩΣ ΚΑΠΟΙΟΣ ΚΕΡΔΙΣΕ ΒΡΑΒΕΙΟ ΓΙΑ ΕΝΑ ΕΡΓΟ ΠΟΥ ΓΝΩΡΙΖΟΥΜΕ (ΜΥΘΙΣΤΟΡΗΜΑ, ΤΑΙΝΙΑ, ΓΛΥΠΤΟ Ή ΔΙΑΤΡΙΒΗ), ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΔΥΟ ΠΙΘΑΝΕΣ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ: Ή ΘΑ ΣΥΜΦΩΝΗΣΟΥΜΕ ΟΤΙ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ ΑΞΙΖΕ ΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ Ή ΘΑ ΥΠΟΘΕΣΟΥΜΕ ΟΤΙ Ο ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΣ ΤΟΥ ΕΙΧΕ «ΜΕΣΟΝ»



Γράφει ο Βασίλης Λαμπρόπουλος

Υπάρχει και μια τρίτη αντίδραση, αλλά δεν μας περνά από τον νου: να δεχθούμε ότι οι βραβεύσεις αποτελούν έναν ακόμη μηχανισμό της πολιτιστικής αγοράς, ο οποίος συμβάλει στην κυκλοφορία των προϊόντων της. Δεν είναι, δηλαδή,

ζήτημα αν όποιος που παίρνει το Νόμπελ το αξίζει ή απλώς διαθέτει ισχυρούς υποστηρικτές. Το κύριο θέμα είναι πως η αγορά προωθεί μια συγκεκριμένη στιγμή ένα προϊόν για το οποίο πιστεύει πως υπάρχει ή θα υπάρξει ζήτηση. Τα βραβεία δεν αναγνωρίζουν αισθητικές επιδόσεις ούτε όμως και υπαγορεύονται από διαπλεκόμενα συμφέροντα: απλώς απονέμουν ανταλλάξιμες αξίες στον χώρο της κουλτούρας.

Στο πολυσυζητημένο περσινό βιβλίο του *Η οικονομία του γούστου*, ο Τζέιμς Ίνγκλις (καθηγητής της Αγγλικής Φιλολογίας στο Πανεπιστήμιο της Πενσυλβάνιας) αναλύει διεξοδικά τη διακίνηση των πολιτιστικών αξιών όπως αυτή επηρεάζεται από τον θεσμό των βραβείων. Αν και η επισκόπηση πηγαίνει πίσω, έως τους αρχαίους ελληνικούς αγώνες, επικεντρώνεται στον εικοστό αιώνα διότι έτσι συναντούμε την άνθηση του θεσμού, αρχίζοντας με το πρώτο Νόμπελ Λογοτεχνίας (1901). Στην εποχή μας είναι γνωστό ότι υπάρχει πλέον ένα βραβείο για κάθε τέχνη, τεχνολογία, θεματική, ταυτότητα, προσέγγιση, ηλικία, αλλά ακόμη και για διαφορές... αποτυχίες όπου αναγνωρίζεται το επίτευγμα της ασημαντότητας. Ιδίως από τη δεκαετία του 1970 οι αριθμοί είναι εντυπωσια-



«Πόλεμος» πρωταθλητών. Δεξιά, ο αρχιτέκτονας Φρανκ Γκρυ, με 130 βραβεία παγκοσμίως, και αριστερά ο σκηνοθέτης Στίβεν Σπίλμπεργκ με 90

κοί. Για κάθε Όσκαρ, Πούλιτζερ, Μπούκερ, Γιουροβίζιον, Χρυσή Άρκτο και Τσαϊκόφσκι υπάρχουν εκατοντάδες άλλα περιφερειακά και περιθωριακά βραβεία, ώστε τελικά όλοι να πάρουν κάτι. Ο συνολικός αριθμός των ανά τον κόσμο βραβείων σε τέχνες και επιστήμες πλησιάζει τις 30.000. Ανάμεσα στους κορυφαίους του αθλήματος, ο πεζογράφος Τζον Απντάκ με 37 βραβεία, ο ποιητής Τζον Άσπερι με 45, ο σκηνοθέτης Στίβεν Σπίλμπεργκ με 90, ο αρχιτέκτονας Φρανκ Γκέρυ με 130 και ο τραγουδιστής Μάικλ Τζάκσον με 240.

Τα βραβεία λειτουργούν με πολλούς τρόπους. Προσφέρουν αναγνώριση σε δημιουργούς. Προτείνουν μέτρα και σταθμά στο κοινό. Διαφημίζουν τους δωρητές. Δίνουν δύναμη στους κριτές. Βοηθούν καλλιτέχνες να συσσωρεύσουν πολιτιστικό κεφάλαιο, όπως άλλοι συσσωρεύουν οικονομικό, κοινωνικό, επαγγελματικό κ.λπ. Κάνουν τον πολιτισμό θέμα δημόσιας συζήτησης και συχνά διαμάχης. Έτσι, γίνονται όλο και πιο περιζήτητα. Σήμερα πλέον οι διαγωνισμοί πλαισιώνονται από μια ολόκληρη βιομηχανία διοργάνωσης. Η τακτική και σωστή διεξαγωγή τους απαιτεί να συμμετέχουν χρηματοδότες, παραγωγοί, μάνατζερ, επιμελητές, κριτικοί, καθηγητές, διαφημιστές, δημοσιογράφοι, τεχνικοί και τόσο άλλοι. Γι' αυτό, μόλις τελειώσει ένας κύκλος κάθε διαγωνισμού αρχίζει ο επόμενος.

Καταρripπει τους μύθους

Όσοι πιστεύουν στην καθαρότητα και γνησιότητα της τέχνης (το μικρό διαμέρισμα του ποιητή, το λερό εργαστήρι του ερευρητή, ο ολιγαρχικής νους τού στοχαστή) θα βρουν τη γνωριμία με αυτό το βιβλίο οδυνηρή, διότι ο Ίνγκλις καταρripπει μεθοδικά και ψυχραίμα δύο μεγάλους μύθους για τη δημόσια λειτουργία του πνεύματος και του ωραίου. Πρώτον, δείχνει πως η βραβείωση δεν επιβραβεύει ένα έργο αλλά το παράγει, το (επανα)συνιστά. Και, δεύτερον, εξηγεί πως

και η μη βραβείωση – πολύ περισσότερο η αντίσταση στη βραβείωση – επίσης παράγει έργο. Οι λόγοι είναι προφανείς. Το έργο που «αδικήθηκε» από την επιτροπή μπορεί να επωφεληθεί από τον σχετικό θόρυβο. Εκείνος που απορριπ-

θηκε το βραβείο απουσιάζει μεν από την τελετή απονομής, αλλά βρίσκεται στους τίτλους των ειδήσεων. Αντί να τα απωθεί, ο θεσμός εμπειριέχει τα συναφή σκάνδαλα. Δεν είναι λοιπόν πειστικό να ισχυρίζεται κάποιος πως λειτουργεί εκτός συστήματος, όταν το σύστημα ξέρει πώς να εναγκαλιέται τους αρνητές του. Η πολιτιστική αγορά περιλαμβάνει και τους πολέμιους της.

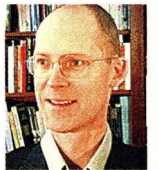
Η δημοκρατία

Μπορεί κανείς να απορripπει τα βραβεία ως σημείο άκρατης εμπορευματοποίησης και πνευματικής παρακμής. Μπορεί όμως και να τα επαινέσει ως φαινόμενο δημοκρατικοποίησης του γούστου όπου η αξιολόγηση δεν επαφίεται σε λίγους και εκλεκτούς αλλά ανοίγεται

στη λαϊκή γνώση και γνώμη. Πάμπολλες οι προτιμήσεις, πλείστα τα βραβεία. Οι διαγωνισμοί απελευθερώθηκαν από τη χειραγώγηση μιας ελίτ. Κανείς πλέον δεν αποκλείεται από την αριστοκρατία των βραβευμένων. Μήπως και ο αρχαίος Έλληνας δεν ζούσε σε ένα καθεστώς πολιταρχίας αγωνιστικότητας (αθλητικής, καλλιτεχνικής, διανοητικής, στρατιωτικής, δικαστικής κ.λπ.) όπου έπρεπε διαρκώς να διεκδικεί νίκες και διακρίσεις; Μια τέτοιου είδους κοινωνιολογική προσέγγιση της κουλτούρας δεν αναλύει μεμονωμένα έργα (πως το *Όλιβερ Τουϊστ* καθρέφριζε την εποχή του) αλλά θεσμούς (πως λειτουργούσε το μυθιστόρημα του Ντίκενς που δημοσιευόταν σε συνέχειες). Η θεσμική ανάλυση των βραβείων μάς πηγαίνει πέρα από προσωποπαγείς (και τελικά συνωμοτικές) αφηγήσεις (ποιοι κανόνισαν να κερδίσει ποιος), προς οικονομικο-κοινωνικές αναλύσεις, θυμίζοντας πως, όπως όλες οι αξίες, έτσι και οι πολιτιστικές έχουν τη δική τους αγορά. Η αγορά αυτή παράγει, διαφημίζει και πουλάει πολιτιστικά προϊόντα. Αυτό δεν την κάνει ούτε καλή ούτε κακή. Την κάνει απλώς μία παράπληξη αγορά. Κι όποιος πικραίνεται από τοούτη τη διαπίστωση, ας θυμηθεί πως κανένα έργο πολιτισμού δεν διατίθεται δωρεάν. Η κουλτούρα κοστίζει.

«Κατανάλωση γούστου»

Ποιος αθλοθετεί βραβεία; Κράτη, επιχειρήσεις, πανεπιστήμια, έντυπα, πολιτιστικοί σύλλογοι, επιστημονικές οργανώσεις, τοπικοί φορείς – οι πάντες! Εδώ όμως αξίζει να προσέξουμε μια ειδοποιητική διαφορά. Όπως μας θυμίζει ο τίτλος του βιβλίου του Ίνγκλις, το νόμισμα που κυριαρχεί στην αγορά του πολιτισμού είναι το γόητρο. Παρακολουθώντας μια συναυλία, επισκεπτόμενοι ένα μουσείο, συλλέγοντας πρώτες εκδόσεις ή χαρίζοντας μια συνδρομή δεν επενδύουμε σε χρήμα ή πράγμα, αλλά σε πολιτιστικό κεφάλαιο.



Ο Τζέιμς Ίνγκλις ερευνά τον ρόλο των βραβείων στην παραγωγή

Έργα και δημιουργοί που βραβεύονται αποκτούν αυξημένο κύρος και με τη σειρά τους θα αυξομειώσουν το κύρος άλλων. Στη συμβολική αυτή οικονομία μετρούν τα σημεία κι όχι η υλική υπόσταση – το όνομα «Πικάσο» κι όχι η φυσική ύπαρξη ενός πίνακα. Μετρούν δηλαδή η κυκλοφορία υπολήψων και η κατανάλωση γούστου, παρά η πρόσληψη έργων και η εγγενής απόλαυσή τους.

Εντυπώσεις

Όροι όπως «παραγωγή» και «κατανάλωση» ακούγονται βλάσφημοι όταν χρησιμοποιούνται για αριστουργήματα εμπνεύσεως και στοχασμού. Κι όμως, διαβάζοντας τις βιογραφίες των κολοσσών της δημιουργίας δεν παύουμε να εντυπωσιαζόμαστε από την οξυτάτη εμπορική αίσθηση που διέκρινε σχεδόν όλους. Αυτό δεν σημαίνει, βεβαίως, ότι πέτυχαν όλους τους οικονομικούς στόχους τους. Σημαίνει όμως πως κανείς τους δεν ήταν τόσο αφελής ώστε να μη δίνει σημασία σε τέτοιους στόχους. Κανείς δεν μπήκε στον κανόνα της τέχνης χωρίς να εφαρμόσει τους κανόνες της πολιτιστικής οικονομίας. Τα βραβεία απλώς κάνουν τους μηχανισμούς κανονικοποίησης πιο ορατούς. Όσοι διαβάσουν το εξαιρετικό αυτό βιβλίο, όχι μόνο θα απολαύσουν τη φοβερή ερευνητική δουλειά του συγγραφέα αλλά θα αρχίσουν να αντιμετωπίζουν τη διακίνηση των πολιτιστικών αγαθών με πολύ πιο σύνθετο τρόπο. Μπορεί ακόμη και να επιχειρήσουν παρόμοιες έρευνες στη δική τους χώρα.

Ο Βασίλης Λαμπρόπουλος κατέχει την Έδρα Νεοελληνικών Σπουδών Κ. Π. Καβάφη στο Πανεπιστήμιο του Μίσιγκαν.



Σούπερ σταρ: Ο «βασιλιάς της ποπ» Μάικλ Τζάκσον έκει τιμηθεί με 240 βραβεία και ο πεζογράφος Τζον Απντάκ με 37