



Ο Πόλεμος των Άστρων: Η σχέση του κοινού με το έργο στην εποχή της μαζικής κουλτούρας



γράφει ο ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΜΙΝΩΤΑΚΗΣ*

Στις 15 Δεκεμβρίου 2015 κυκλοφόρησε η 7^η ταινία της σειράς *Ο Πόλεμος των Άστρων* (*Star Wars*) με τίτλο *Η δύναμη ξυπνάει* (*The Force Awakens*) και αποτελεί την αρχή της τρίτης τριλογίας του πολύ επιτυχημένου franchise. Υπάρχει μια σειρά ιδιαιτεροτήτων στην παραγωγή, διανομή και προώθηση αυτής της ταινίας που την καθιστούν ένα ιδιαίτερο παράδειγμα για τη σχέση του κοινού με το έργο στην εποχή της τεράστιας βιομηχανίας μαζικής κουλτούρας και των αντίστοιχων δομών παραγωγής ταινιών.

Εξαρχής, η ταινία χαρακτηρίστηκε από πολλούς ως «Made by fans for fans», δηλαδή ότι δημιουργήθηκε από οπαδούς της σειράς με στόχο να αρέσει σε άλλους οπαδούς της σειράς. Ο 50χρονος σκηνοθέτης Τζ.Τζ. Έιμπραμς (J.J. Abrams), με μακρά διαδρομή στο είδος της επιστημονικής φαντασίας, μέσα από τα πιο γνωστά έργα του, τις σειρές *Lost* και *Fringe* και τη σκηνοθεσία του στην τελευταία ταινία του *Star Trek*, έχει δηλώσει επανειλημμένα πόσο τον έχει επηρεάσει η αρχική τριλογία και πόσο ήθελε να αναδείξει αυτή την επιρροή. Η αλήθεια είναι πως η νέα ταινία είναι άριστα γραμμένη και σκηνοθετημένη ώστε

να ενθουσιάζει εξαρχής το πιστό κοινό της σειράς, αλλά και να ενσωματώσει όσες κριτικές ακούστηκαν για την ενδιάμεση τριλογία, δηλαδή τις ταινίες που κυκλοφόρησαν μεταξύ 1999 και 2005. Οι προσεκτικά προετοιμασμένες στιγμές επανεμφάνισης των πρωταγωνιστών της αρχικής τριλογίας (Χάρισον Φορντ, Κάρι Φίσερ, Μαρκ Χάμιλ), η πληθώρα αναφορών σε περιστατικά των αντίστοιχων ταινιών, ακόμα και η επαναφορά της ίδιας σεναριακής συνθήκης, με έναν εκθρόνου που προσομοιάζει στο Γ' Ράικ και απέναντί του τους αποφασισμένους μαχητές της Δημοκρατίας, αποτελούν στοιχεία που ξυπνάνε τη μνήμη του κοινού και δημιουργούν τις αναγκαίες συσχετίσεις. Οι διάλογοι, τα κοστουμιά και οι ηθοποιοί είναι επιλεγμένοι ώστε να συνδυάσουν τη νοσταλγία με τα ψηφιακά εφέ και τις νέες αισθητικές δυνατότητες, ενώ το σενάριο αποτελεί μείξη της πρώτης ταινίας (*Μια νέα ελπίδα*, 1977) και της τρίτης (*Η επιστροφή των Τζεντάι*, 1983). Ειδικά το τελευταίο μισάωρο αποτελεί μια ιδιαίτερα επιτυχημένη πρόσμειξη όλων των σκηνών κλιμάκωσης από όλες τις προηγούμενες ταινίες.

Με αυτά τα χαρακτηριστικά, ήταν αναμενόμενο η ταινία να διχάσει: αφενός οι κριτικοί κινηματογράφου εστίασαν στην αισθητική αρτιότητα, θεωρώντας ότι αποτελεί μια μέτρια σε γενικές γραμμές



* Υποψήφιος διδάκτορας
Επικοινωνίας στο ΕΚΠΑ



ταινία, αφετέρου το κοινό της διαιρέθηκε (ως είθισται) σε φανατικούς, εκστασιασμένους οπαδούς που είδαν μια αναπαλαίωση της αγαπημένης ταινίας της παιδικής/εφηβικής τους ηλικίας και σε όσους την αμφισβητούν με ακραίο τρόπο. Σε κάθε περίπτωση, η ταινία αποτελεί μια έκφραση της σημερινής αντιφατικής κατάστασης του Χόλιγουντ. Έχει αναπτύξει ισχυρούς δεσμούς με το κοινό του και, αξιοποιώντας και το διαδίκτυο και τη συζήτηση που είχε φουντώσει από το 2012, όταν εμφανίστηκαν οι πρώτες φήμες για νέα ταινία, μπορεί να δώσει μια εικόνα «αλληλεπίδρασης» μαζί του, να επικοινωνήσει σε βάθος με τα αισθητικά κριτήρια που έχει καλλιεργήσει εδώ και δεκαετίες, να δώσει την αίσθηση ότι πρόκειται για κάτι παραπάνω από ένα δεσμό εταιρείας-καταναλωτή. Από την άλλη, τα μεγάλα στούντιο εμφανίζονται δέσμια αυτής της σχέσης, είναι διστακτικά στην ανάπτυξη νέων σιλ και σεναρίων. Έτσι, αναγκάζονται να ανακυκλώνουν τις ίδιες ιστορίες, να αναμασούν το ίδιο υλικό, την ίδια στιγμή που ψάχνουν τρόπους να τονώσουν τη διαφοροποίηση, να του προσδώσουν στοιχεία που θα το καθιστούν «μοναδικό», ούτως ώστε να μπορεί να προωθηθεί ως τέτοιο. Είναι χαρακτηριστικό ότι πλέον οι δύο ισχυροί τίτλοι της επιστημονικής φαντασίας (Ο

Πόλεμος των Άστρων – Star Trek) έχουν πλέον τον ίδιο σκηνοθέτη.

Το ερώτημα που ανακύπτει είναι κατά πόσο αρκεί η τακτική αυτή για την αναπαραγωγή και ανάπτυξη του κοινού τους (fan base). Σε πρώτη φάση, αρκεί να σκεφτούμε ότι η νέα ταινία του *Πολέμου των Άστρων* ξεπέρασε σε έσοδα διεθνώς τα 2 δισ. δολάρια και πλέον έγινε η 3^η πιο επιτυχημένη ταινία στην ιστορία του κινηματογράφου. Σε ένα πρώτο επίπεδο, αυτό ήταν αναμενόμενο καθώς η ταινία συνέδεσε με επιτυχία τρεις γενιές οπαδών της επιστημονικής φαντασίας. Ωστόσο η ουσιαστική αλλαγή σε σχέση με το κοινό του *Πολέμου των Άστρων* (και γενικότερα της επιστημονικής φαντασίας) είναι ποιοτική και αυτή οδήγησε στη διεύρυνση της απήχησης των ταινιών και επέτρεψε στην Disney να προωθήσει την ταινία με την αξίωση να φτάσει σε όλα τα τμήματα του κοινού.

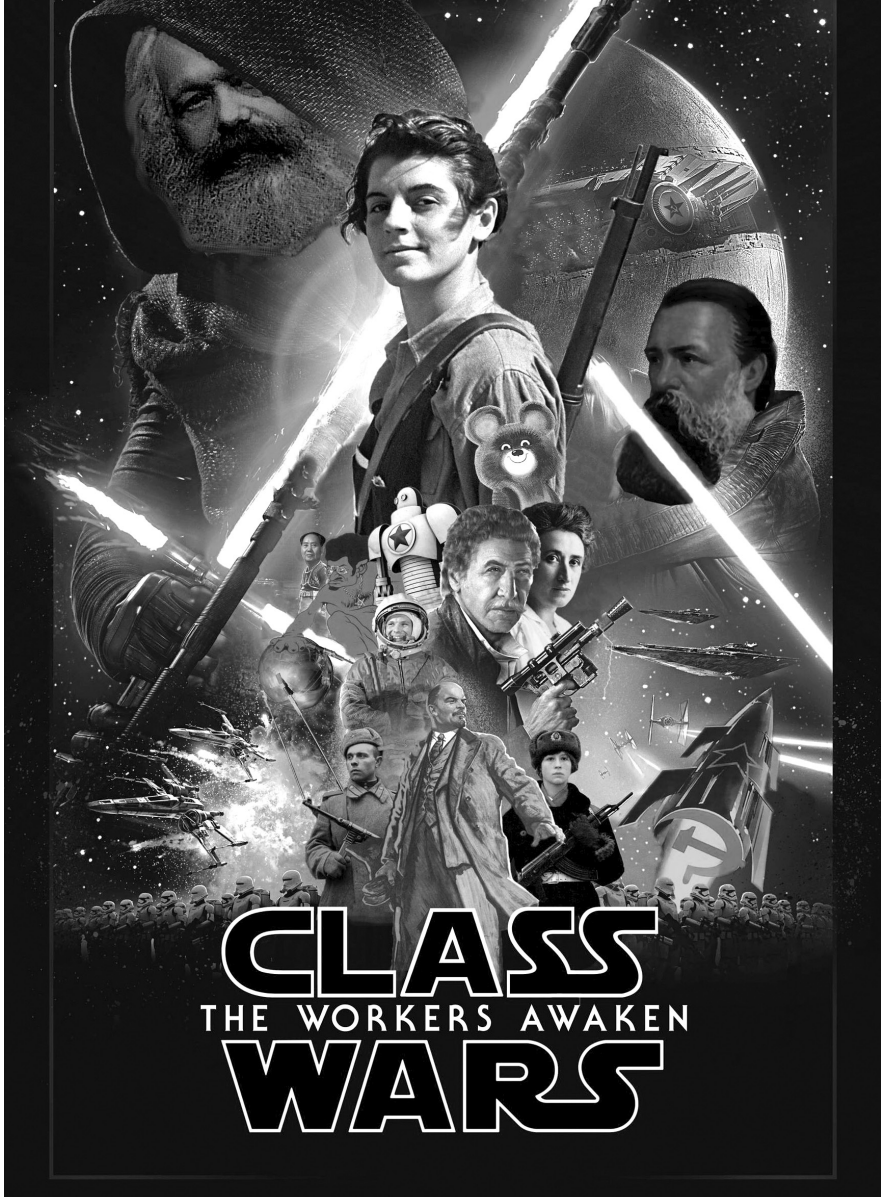
Σε αυτό το σημείο χρειάζεται να κάνουμε μια σύντομη αναδρομή: τη δεκαετία του 1980, με την πρώτη μαζική επιτυχία αυτών των ταινιών, συγκροτήθηκαν με διακριτό τρόπο αντίστοιχες ομαδοποιήσεις του κοινού μέσα στη μαζική κουλτούρα των ΗΠΑ. Ταυτοποιήθηκαν ως nerd/geek και, παρά το γεγονός ότι ήταν κατά κύριο λόγο λευκοί, μέλη των μεσαίων και ανώτερων κοινωνικών

στρωμάτων, γνώρισαν μια ιδιότυπη περιθωριοποίηση ως κοινό ιδιαίτερων προτιμήσεων, περιορισμένων κοινωνικών δεξιοτήτων και μια πολύ στενή σχέση με τα πολιτιστικά προϊόντα που προτιμούσαν. Τις επόμενες δεκαετίες, οι ταινίες του *Πολέμου των Άστρων* έγιναν το σύμβολο αυτής της υποκουλτούρας, ενώ συχνά απεικονίζονται σε σατιρικό πλαίσιο σε ταινίες και σειρές στις ΗΠΑ (με πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα τις σειρές *Freaks and Geeks* και *Big Bang Theory*). Οι αντίστοιχες ταινίες ήταν εμπορικές και επιτυχημένες, αλλά μέσα στο πλαίσιο αυτής της υποκατηγορίας του κοινού. Τι έχει αλλάξει τα τελευταία χρόνια; Η διεύρυνση της επιρροής της nerd culture και η σχετική ένταξη του κοινού και των προϊόντων στην κυρίαρχη (mainstream) κουλτούρα σχετίζονται σε μεγάλο βαθμό με την ανάδειξη των nerd σε νέο πρότυπο ταξικής ανέλιξης, σε αντιστοιχία με την τρίτη τεχνολογική επανάσταση και την αυξημένη ζήτηση για εργασιακό δυναμικό εξοικειωμένο με τα νέα μέσα του ψηφιακού κόσμου. Το κοινό αυτό, σε συνάρτηση με τις γενικές πολιτισμικές προτιμήσεις του και ειδικότερα με την τριβή με την επιστημονική φαντασία, ανέπτυξε στενή σχέση με την (πρωτόγονη τότε) τεχνολογία του ηλεκτρονικού υπολογιστή και στελέχωσε τις αντίστοιχες εταιρείες στις ΗΠΑ στα τέλη της δεκαετίας του 1980 και στις αρχές της δεκαετίας του 1990. Σε ορισμένες περιπτώσεις, διάφοροι geek αποτέλεσαν τη σύγχρονη πρώτη ύλη της κλασικής αμερικανικής αφήγησης για τη «χώρα των ευκαιριών, όπου όλοι μπορούν να πετύχουν αρκεί να δουλέψουν σκληρά». Έτσι, οι Μπιλ Γκέιτς, Στιβ Τζομπς, Λάρι Πέιτζ, και Μαρκ Ζούκερμπεργκ (ιδρυτές της Microsoft, της Apple, της Google και του Facebook αντίστοιχα) ενσάρκωσαν ένα νέο πρότυπο κοινωνικής ανοδικότητας, σύμφωνα με το οποίο η περιορισμένη κοινωνικοποίηση την περίοδο της εφηβείας ανταμείβεται σε επόμενη φάση, μέσα από την επινόηση πρωτοποριακών εφαρμογών νέας τεχνολογίας. Οι τέσσερις γνωστές προσωπικότητες έχουν κοινά χαρακτηριστικά, υπό την έννοια ότι

δεν κληρονόμησαν μεγάλα ποσά, από μικρή ηλικία ασχολήθηκαν με τους υπολογιστές, ορισμένοι αρχικά με αφορμή την ψυχαγωγία τους (σχεδίαση ηλεκτρονικών παιχνιδιών) και σε επόμενο στάδιο για επαγγελματικούς σκοπούς. Η πορεία της ζωής τους (δύο εξ αυτών έχουν ήδη γίνει ταινίες) επιτελεί έναν διπλό ρόλο: αφενός προωθεί το ιδανικό της «σκληρής εργασίας» από νεαρή ηλικία και τη συσχέτιση των ασχολιών του ελεύθερου χρόνου με τη μελλοντική επαγγελματική αποκατάσταση, αφετέρου δίνει ώθηση σε νέους ανθρώπους να κατευθυνθούν μελλοντικά στους σχετικούς κλάδους, όπου υπάρχει, ακόμα και μέσα στην κρίση, σταθερή ζήτηση εργατικού δυναμικού.

Η μακρά διαδικασία «νομιμοποίησης» αυτού του κοινού ως καταναλωτών – εργαζομένων – διακεκριμένων προσωπικοτήτων αντανακλάται και στα πολιτιστικά προϊόντα που το συγκρότησαν με εντυπωσιακό τρόπο. Αυτή η ιδεολογική πλευρά της μαζικής κουλτούρας δεν είναι καθόλου αμελητέα, ιδιαίτερα σε μια περίοδο εντεινόμενου κυνισμού και αποστράτευσης της νέας γενιάς από τις αξίες, την ιδεολογία και τους πολιτικούς φορείς που ενσάρκωναν την προοπτική της κοινωνικής κινητικότητας και της ταξικής συνεργασίας.

Επιστρέφοντας στο θέμα μας, ο *Πόλεμος των Άστρων* έβγαλε το είδος της επιστημονικής φαντασίας από το περιθώριο του κινηματογράφου. Σήμερα, 39 χρόνια αργότερα, αποκτά νέα δυναμική μέσα στη μαζική κουλτούρα χάρη στο κοινό του. Η σχέση αυτή φαίνεται να έχει χαρακτηριστικά αμοιβαιότητας, αλλά είναι δομικά ανισόμετρα. Τα μεγάλα στούντιο της βιομηχανίας της μαζικής κουλτούρας «αφομοίωσαν» τα μηνύματα του κοινού με τον τρόπο και στο χρόνο που αυτά ήθελαν, σε συνάρτηση με τις οικονομικές εξελίξεις στον αντίστοιχο κλάδο, δηλαδή τη δυναμική μονοπωλιακής επέκτασης της Disney, που προχωρά εδώ και χρόνια σε εξαγορά των βασικών αντιπάλων της. Απαιτείται συστηματική εξέταση και κριτική από τις ριζοσπαστικές δυνάμεις για να



αποδείξουν πως ό,τι εμφανίστηκε ως ανάδραση με το κοινό αποτελεί, σε τελευταία ανάλυση, μια νέα, ιδιότυπη εκμετάλλευση εργατικού δυναμικού στον τομέα της διαφήμισης προϊόντων.

Αν και είναι δύσκολο να μετρηθεί με σαφείς όρους, είναι κατανοητό ότι το κοινό, με ποικίλους τρόπους, συνέβαλε στην προώθηση της ταινίας, αξιοποιώντας, μεταξύ άλλων, και τις νέες δυνατότητες παραγωγής περιεχομένου (content) που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η ανισομέρεια της σχέσης κοινού-βιομηχανίας μαζικής κουλτούρας δεν αποτυπώνεται μόνο

στην προφανή ιδιοποίηση των κερδών από την εταιρεία (ενώ το κοινό-διαφημιστές υποτίθεται ότι «ανταμείβεται» με μια ταινία προσαρμοσμένη στο ίδιο), αλλά και στην επιλεκτική αξιοποίηση των συμβουλών/input του κοινού.

Σε αυτό το πλαίσιο, η διαδεδομένη απαίτηση του κοινού για μια ήπια αξιοποίηση του υλικού της σειράς του *Πολέμου των Άστρων* θα θυσιάσει μέσα στα επόμενα, καθώς για πρώτη φορά στην ιστορία του franchise θα ακολουθήσει καταιγισμός ταινιών στην προσπάθεια της Disney να επιταχύνει την απόσβεση της επένδυσής της. **T**