



Η τέχνη ως εμπόρευμα: Κριτική παράδοση και κριτική της κριτικής



γράφει ο ΓΙΩΡΓΟΣ ΣΑΓΚΡΙΩΤΗΣ*

Το θέμα της εμπορευματοποίησης της τέχνης αποτελεί κεντρικό ζήτημα της κοινωνικής και αισθητικής θεωρίας τουλάχιστον από τα τέλη του 19ου αιώνα μέχρι σήμερα. Οι όροι της ανάδυσής του είναι πρωτίτως κοινωνικοί. Πρόκειται, από τη μια, για τη σταδιακή υποταγή όλων των πεδίων παραγωγής στο κυρίαρχο καπιταλιστικό μοντέλο και, από την άλλη, για τη διαμόρφωση ενός ειδικού ύστερου τύπου του καπιταλισμού ως μαζικής κοινωνίας. Η σημασία της εμπορευματοποίησης για την ίδια την τέχνη είναι πάντως διφορούμενη. Την ίδια στιγμή που η τέχνη μοιάζει να χάνει την αυτονομία της, υποτασσόμενη στην οικονομική αναγκαιότητα, από την οποία, κατά τα άλλα, τα προϊόντα της εξαιρούνται, ο φετιχιστικός χαρακτήρας τον οποίο προσλαμβάνει ως εμπόρευμα συνιστά ήδη γνώρισμα της καλλιτεχνικής αυτονομίας. Στον κόμβο αυτό διασταυρώνονται και συγκρούονται τα επιχειρήματα των κριτικών της πολιτιστικής βιομηχανίας, κυρίως στην παράδοση της σχολής της Φρανκφούρτης και των κριτικών αυτών των κριτικών, οι οποίοι είναι πρόθυμοι να αναγνωρίσουν στην εν λόγω εμπορευματοποίηση ένα δυναμικό απελευθέρωσης. Το κείμενο παρουσιάζει τους όρους, τις διαστάσεις και τις προοπτικές αυτής της διένεξης.

Η τέχνη ως αξία και η μαζική κουλτούρα

Σε ένα από τα γνωστότερα του δοκίμια, ο Ουμπέρτο Έκο (Umberto Eco) αναλαμβάνει να υπερασπιστεί τη μαζική κουλτούρα έναντι των επικριτών της. Δεν ισχυρίζεται μόνον ότι η υποταγή των πολιτιστικών προϊόντων στο μηχανισμό της προσφοράς και της ζήτησης αποτελεί εγγενώς θετική εξέλιξη, θεωρεί όμως ότι η μαζική βιομηχανική πολιτιστική παραγωγή δεν συνιστά καταστροφή, όπως πολλοί από τους κριτικούς της μαζικής κουλτούρας είχαν υποστηρίξει στο παρελθόν. Τέτοιου είδους κριτικοί υιοθετούν, σύμφωνα με τον Έκο, μια φανερή ή κρυφή αριστοκρατική στάση. Η περιφρόνησή τους «στρέφεται μόνο φαινομενικά εναντίον της μαζικής κουλτούρας, αλλά στην πραγματικότητα εναντίον της μάζας» (Eco, 1986: 39). Εν προκειμένω, η κριτική του μαζικού πολιτισμού εμφανίζεται ως κριτική της δημοκρατίας. Καθόλου τυχαία ο Έκο ανατρέχει σε συγγραφείς όπως ο Φρίντριχ Νίτσε (Friedrich Nietzsche) ή ο Ορτέγκα y Γκασσέτ (Ortega y Gasset).¹ Σπεύδει μάλιστα να διευκρινίσει ότι η κατηγορία περί αριστοκρατισμού δεν αφορά κριτικούς όπως ο Τέοντορ Β. Αντόρνο (Theodor W. Adorno), «του οποίου η επιχειρηματολογία είναι πολύ γνωστή και δεν χρειάζεται να αναφερθεί» (Eco, 1986: 39-40). Ερχόμενος ωστόσο στη συνέχεια του ίδιου κειμένου να αντιπροτείνει μια πολιτικά ορθότερη και ρεαλιστικότερη στάση, σε αντίθεση με τις αδιαφοροποίητες κατηγορίες που εκσφενδονίζονται με αποκαλυπτικό τόνο στον μαζικό πολιτισμό, ο Έκο θα στραφεί έναντι εκείνων που θεωρούν ότι η παρούσα τάξη πραγμάτων είναι τόσο ασφυκτική, που δεν αφήνει περιθώριο να ελπίζει κανείς ότι η πολιτιστική βιομηχανία θα μπορούσε να μετατραπεί σε φορέα αξιολογής τέχνης και πολιτισμού. Με τον τρόπο αυτό εξομοιώνει άμεσα

την κριτική της σχολής της Φρανκφούρτης με εκείνη των αντιδημοκρατών κριτικών, καθώς η θέση ότι πολιτιστική βιομηχανία συνιστά αναγκαίο φαινόμενο στο πλαίσιο της γενικότερης «τύφλωσης» στη «διοικουμένη» και «ολοκληρωτικά κοινωνικοποιημένη κοινωνία» αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο της ανάλυσης του Αντόρνο. Για τον Έκο, ένας τέτοιος πεσιμισμός είναι «ψευδομαρξιστικός» (Eco, 1986: 49). Προτιμότερη της ψευδοεπαναστατικής παραίτησης είναι η προσπάθεια άσκησης επιρροής στους μηχανισμούς της πολιτιστικής βιομηχανίας, έτσι ώστε αυτή να απελευθερωθεί σταδιακά από την κυριαρχία οικονομικών ομάδων που απλώς επιδιώκουν το κέρδος.

Με μια έννοια, η κριτική του Έκο στην «κριτική κριτική της μαζικής κουλτούρας»² είναι ειδικά μια κριτική της εμπορευματοποίησης του πολιτισμού και της τέχνης και άρα πολύ πιο συγκεκριμένη από αυτήν όσων επιτίθενται στον καπιταλισμό μόνο και μόνο για να υπονομεύσουν τη δημοκρατία. Πού στηρίζεται όμως η αισιοδοξία του ότι ένας τέτοιος πολιτιστικός «ρεφορμισμός» (Eco, 1986: 50) εναντίον της απλής «ενσωμάτωσης», αλλά και χωρίς «αποκαλυπτικό» μένος, είναι εφικτός. Το κρίσιμο επιχείρημά του αναπτύσσεται σε ένα κάπως εκτενέστερο απόσπασμα: «Η παραγωγή ενός βιβλίου έχει γίνει ένα βιομηχανικό γεγονός, έχει υποταχθεί στους κανόνες της παραγωγής, της διακίνησης και της κατανάλωσης. Αποτέλεσμα είναι η παραγωγή κατόπιν διαταγής, η τεχνητή έγερση ή πυροδότηση της κατανάλωσης, μια αγορά που τρέφεται και ρυθμίζεται με όρους πλάνης, υποβολής και προπαγάνδας. Η εκδοτική βιομηχανία διακρίνεται ωστόσο από τη βιομηχανία οδοντόπαστας στο ακόλουθο σημείο. Ο πρώτος της στόχος δεν είναι (στις καλύτερες περιπτώσεις) η παραγωγή ενός ευπώλητου βιβλίου, αλλά η παραγωγή αξιών για τη διάδοση των οποίων το βι-

1. Για τη σχέση μεταξύ αντιδημοκρατισμού και πολιτιστικής κριτικής στο έργο του Γκασσέτ βλ. Hecken, 2012: 27-34.

2. Αναργώνιστη είναι η αναφορά του τίτλου του βιβλίου του Έκο (Eco, 1986) στο έργο του Μαρξ και του Ενγκελς: «Η αγία οικογένεια ή κριτική της κριτικής κριτικής» (Marx & Engels, 1976: 3 κ.ε.)

βλίο εμφανίζεται ως το κατάλληλο μέσο. Τούτο σημαίνει ότι εδώ, εκτός από τους “παραγωγούς αντικειμένων πολιτιστικής κατανάλωσης” δρουν και “πολιτιστικοί παραγωγοί”, οι οποίοι χρησιμοποιούν το σύστημα της βιομηχανίας του βιβλίου για σκοπούς οι οποίοι υπερβαίνουν το εν λόγω σύστημα» (Eco, 1986: 48-49).

Ο πολιτισμός γενικά εξαιρείται, επομένως, του ολοκληρωτισμού της εμπορευματικής κοινωνίας, διότι τα προϊόντα του είναι κάτι παραπάνω από εμπορεύματα. Αν αυτή είναι η θέση του Έκο, είναι προφανέστατα εξαιρετικά αδύναμη. Το ότι ένα προϊόν εξυπηρετεί σκοπούς που υπερβαίνουν το σύστημα της παραγωγής του και την άντληση κέρδους αληθεύει όχι μόνο για τα βιβλία ή τα έργα τέχνης, αλλά εξίσου για την οδοντοπάστα, η οποία υπηρετεί την όχι μόνο οικονομική αξία της στοματικής υγείας ή του αστραφτερού χαμόγελου. Σε τελική ανάλυση, κάθε αξία χρήσης υπερβαίνει την ανταλλακτική αξία ενός εμπορεύματος, αλλά αυτό δεν αίρει τον εμπορευματικό χαρακτήρα του προϊόντος. Εκείνο που φαίνεται να εννοεί ο Έκο είναι ωστόσο ότι οι εν λόγω πολιτιστικές αξίες δεν έχουν χρηστικό χαρακτήρα, ότι είναι αξίες με μια ανώτερη, πνευματική έννοια, η οποία έχει τη δύναμη να επιβληθεί στον υλισμό της πολιτικής οικονομίας. Σε κανένα σημείο η ανάλυση του Έκο δεν βρίσκεται σε μεγαλύτερη αντίθεση με εκείνη της παράδοσης της κριτικής θεωρίας. «Ο επαναστατικός αγώνας», έγραφε ο Βάλτερ Μπένγιαμιν, μιλώντας για τον συγγραφέα ως παραγωγό,³ «δεν διεξάγεται ανάμεσα στον καπιταλισμό και το πνεύμα αλλά ανάμεσα στον καπιταλισμό και το προλεταριάτο» (Benjamin, 1970: 670). Εξίσου λίγο μπορεί να διεξάγεται από τη μη «ψευδομαρξιστική» σκοπιά, που ο Έκο αξιώνει για τον εαυτό του μεταξύ κυδαιών οικονομικών συμφερόντων και λεπτοφιών αξιών. Η κριτική του αριστοκρατισμού προσλαμβάνει εδώ η ίδια κρυπτοαριστοκρατικό χαρακτήρα.

Τέχνη και αλήθεια στη φιλοσοφία του Χέγκελ

Η φιλοσοφική παράδοση την οποία ακολουθεί η κριτική θεωρία της πολιτιστικής βιομηχανίας στο έργο του Αντόρνο και άλλων δεν εκκινεί από τη θεώρηση του πολιτισμού γενικά ή της τέχνης πιο συγκεκριμένα (η οποία αποτελεί άλλωστε το ειδικό αντικείμενο του παρόντος κειμένου) ως πνευματικής «αξίας», αλλά ως οργάνου της αλήθειας. Η τέχνη δεν αναφέρεται σε μια αξία που υπερβαίνει τις βάνουσες αναγκαιότητες αυτού του κόσμου, ή της βιομηχανικής κοινωνίας συγκεκριμένα, αλλά έχει ως στόχο να εκφέρει αληθή ετυμγορία για τον κόσμο αυτό· είναι δε αυτή της, ακριβώς, η ικανότητα που πλήττεται σοβαρότερα από την ένταξή της στο σύστημα του εμπορεύματος, σύμφωνα τουλάχιστον με τον Αντόρνο, όπως θα δούμε στη συνέχεια.

Φυσικά, αυτού του τύπου η θανάτωση της τέχνης δεν είναι εκείνη που είχε κατά νου ο φιλόσοφος από τον οποίο κατεξοχήν αντλεί τα θεωρητικά της εργαλεία η κριτική θεωρία. Ως γνωστόν, ο Χέγκελ (Hegel), για τον οποίο φυσικά γίνεται εν προκειμένω λόγος, θεωρούσε το θάνατο της τέχνης ως εννοιολογικά προσδιορισμένη ιστορική εξέλιξη, οφειλόμενη στην καταστατική ανεπάρκεια του αισθητού μέσου να αποδώσει την ανώτερη έκφανση του πνεύματος που επιστρέφει στον εαυτό του. Η εν λόγω ανεπάρκεια, στην οποία θα αναφερθούμε και στη συνέχεια, δεν εμποδίζει ωστόσο τον Χέγκελ, να απορρίψει τις πιθανές ενστάσεις έναντι της θεώρησης της τέχνης ως ουσιώδους φιλοσοφικού αντικειμένου. Στην «Εισαγωγή» των παραδόσεων του για τη *Φιλοσοφία της τέχνης* ο Χέγκελ εξετάζει, συγκεκριμένα, τρεις λόγους για τους οποίους θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς ότι η τέχνη δεν αφορά την επιστημονική, δηλαδή τη φιλοσοφική, σκέψη (Hegel, 2003: 1-7). Ο πρώτος είναι ότι η τέχνη, ως προϊόν της φαντασίας, στερείται αναγκαιότητας· ο δεύτερος ότι λόγω του ψυχαγω-

3. Για το κείμενο του Μπένγιαμιν «Ο συγγραφέας ως παραγωγός» βλ. Σαγκριώτης, 2016: 139-167.

γικού της χαρακτήρα δεν αφορά τη σοβαρή πλευρά της ζωής και ο τρίτος, που συνοψίζει σε μεγάλο βαθμό τους δύο προηγούμενους, ότι το μέσο της τέχνης είναι η ψευδαίσθηση, το «φαίνεσθαι», και άρα είναι για αυτήν αδύνατο να υπηρετήσει την αλήθεια. Και οι τρεις αυτές κατηγορίες, που εν προκειμένω αναφέρονται στην τέχνη εν γένει, θα μπορούσαν ασφαλώς να απευθυνθούν στη μαζική εμπορευματική τέχνη, από την οποία ωστόσο ο Χέγκελ διακρίνει την περίπτωση της τέχνης που παρουσιάζει φιλοσοφικό ενδιαφέρον, την αυτόνομη ή «ελεύθερη» τέχνη (Hegel, 2003: 4). Σε αυτήν, η κατηγορία του «φαίνεσθαι» δεν βρίσκει πλέον εφαρμογή ή μάλλον δεν συνιστά πλέον κατηγορία, και τούτο για δύο αλληλένδετους λόγους. Πρώτον, η τέχνη χρησιμοποιεί βεβαίως ως μέσο την ψευδαίσθηση και κατά τούτο «το φαίνεσθαι είναι [...] ο τρόπος της εξωτερικότητας της τέχνης». Ωστόσο, συνεχίζει ο Χέγκελ, «όσον αφορά το τι είναι το φαίνεσθαι, ποια σχέση έχει με την ουσία, θα πρέπει να πούμε ότι κάθε ουσία, κάθε αλήθεια πρέπει να εμφανίζεται (erscheinen) για να μην είναι κενή αφαίρεση». Επομένως, «το φαίνεσθαι δεν είναι επουσιώδης αλλά ουσιώδης διάσταση της ουσίας» (Hegel, 2003: 2). Στο σημείο αυτό ο Χέγκελ παραπέμπει στη «λογική της αντανάκλασης» (Reflexionslogik) από την *Επιστήμη της Λογικής*, σύμφωνα με την οποία «το φαίνεσθαι δεν είναι κάτι το εξωτερικό, κάτι άλλο από την ουσία, αλλά το ίδιο της το φαίνεσθαι» (Hegel, 1978: 244). «*Η ουσία*», γράφει στο ίδιο έργο ο Χέγκελ, όχι μόνο μπορεί, αλλά «*πρέπει να εμφανίζεται*» (Hegel, 1978: 323), διότι «το εμφανίζεσθαι είναι ο προσδιορισμός μέσω του οποίου η ουσία δεν είναι Είναι, αλλά ουσία» (Hegel, 1992: 157).

Αυτό σημαίνει αφενός ότι το «φαίνεσθαι», που χαρακτηρίζει την τέχνη, δεν αντιδιαστέλλεται στην αλήθεια. Αντιθέτως, η τέχνη, αν και αισθητό φαίνεσθαι, συνιστά μέσο έκφρασης του αληθούς (Hegel, 2003: 4)· αφετέρου η τέχνη αποτελεί ασφαλώς, συγκρινόμενη με την πραγματικότητα, ψευδαίσθηση. Όμως,

ο ψευδαισθητικός της χαρακτήρας είναι εκείνος που της δίνει την ικανότητα να παραπέμπει πέρα από την αδιαμεσολάβητη εξωτερική πραγματική, στην κατεύθυνση μιας πραγματικότητας αληθούς. Αυτό δεν ισχύει για την άμεση αίσθηση, η οποία, σύμφωνα με τον Χέγκελ, «δεν παραπέμπει στο στοχασμό, αλλά τον μολύνει και τον κρύβει» (Hegel, 2003: 3).

Ο Χέγκελ αναγορεύει, λοιπόν, την τέχνη σε φορέα της αλήθειας από δύο διακριτές απόψεις, τόσο, δηλαδή, λόγω της αισθητής της εμφάνισης όσο και λόγω της απόστασής της από την άμεση αισθητότητα, η οποία καθιστά εφικτή την ιδεαλιστική έξαρση. Θα συνιστούσε ασφαλώς ετεροχρονισμό να διαβάσει κανείς στην ιδεαλιστική αισθητική του μια κριτική της εμπορευματοποίησης της τέχνης. Οι συγγραφείς της εποχής του είχαν ωστόσο πλήρη συναίσθηση της εξέλιξης η οποία, στη γεωμετρική εποχή, τείνει να υποκαταστήσει την καλαισθησία με τις εφήμερες τάσεις της μόδας.⁴ Στην εγγεληνική αισθητική η συζήτηση αυτή, που αποτελεί απόηχο της Querelle des Anciens et des Modernes του 18ου αιώνα, λαμβάνει χώρα με όρους αντικειμενικότητας και υποκειμενικότητας, αναγκαιότητας και τυχαιότητας. Η τέχνη που χρησιμοποιείται ως «φευγαλέο παιχνίδι» και «εξωτερικός διάκοσμος των συνθηκών ζωής» (Hegel, 2003: 4) δεν είναι άξια του αντικειμενικού πνευματικού σκοπού της.

Μολονότι η συζήτηση περί αισθητικής αντικειμενικότητας και μόδας προϋποθέτει ήδη, πλην της αναφοράς στην παράδοση του κλασικισμού, τη λειτουργία του μηχανισμού μιας καλλιτεχνικής αγοράς, η εμπορευματοποίηση της τέχνης δεν συνιστά ισοδύναμο φαινόμενο. Την ειδική διαφορά φέρνει στο φως η ανάλυση του Μαρξ στην περίφημη ενότητα περί του φετιχιστικού χαρακτήρα του εμπορεύματος στο *Κεφάλαιο*. Οι βασικές θέσεις μπορούν να θεωρηθούν εδώ δεδομένες. Από την άποψη του ενδιαφέροντος του παρόντος κειμένου, θεμελιώδους σημα-

4. Βλ. για παράδειγμα, Schlegel, 1989: 294-206.

σίας είναι η διάγνωση ότι εμπορευματική παραγωγή οδηγεί στην ψευδαισθητική εμφάνιση των ανθρώπινων κοινωνικών σχέσεων ως σχέσεων μεταξύ πραγμάτων και αντιστρόφως την εμφάνιση των νεκρών αντικειμένων ως ζωντανών όντων. «Μέσω αυτού του *quid pro quo* τα προϊόντα της εργασίας γίνονται εμπορεύματα, αισθητά υπεραισθητά ή κοινωνικά πράγματα» (Marx, 1987: 103).

Ανεξάρτητα από την ειδική σημασία αυτής της θεώρησης στο ευρύτερο έργο του Marx, μια σύγκριση με τη φιλοσοφία της τέχνης του Χέγκελ, όπως αυτή σκιαγραφήθηκε παραπάνω, είναι διαφωτιστική ως προς την απόσταση που έχει εν προκειμένω διανυθεί. Αν τα έργα τέχνης αποτελούν, σύμφωνα με τον Χέγκελ, αισθητή εμφάνιση του αληθούς που υπερβαίνει το άμεσα αισθητό και παραπέμπει στο υπεραισθητό, τότε τα εμπορεύματα, όπως τα συλλαμβάνει ο Marx, προσλαμβάνουν, ως παρομοίως «αισθητά υπεραισθητά» πράγματα, αισθητικά χαρακτηριστικά. Ο φετιχισμός του εμπορεύματος προβάλλει, λοιπόν, ως το εγγενές ποιητικό στοιχείο του πεζού κόσμου της καπιταλιστικής οικονομίας. Αυτό σημαίνει, ωστόσο, ότι η κατά τον Χέγκελ ζητούμενη από την τέχνη ιδεαλιστική έξαρση συντελείται τρόπον τινά ήδη στο επίπεδο της πραγματικότητας από την οποία η ιδεαλιστική τέχνη ανεξαρτητοποιείται. Από τη σκοπιά αυτή το πρόβλημα έχει ως εξής. Έναντι της κοινωνικής πραγματικότητας, όπου τα αντικείμενα παρουσιάζονται ως απλά μέσα για σκοπούς, το αυτόνομο έργο τέχνης περιβάλλεται με τη γοητεία ενός φετίχ. Σύμφωνα με τον Χέγκελ, η τέχνη εξακολουθεί να είναι ουσιώδους κοινωνικής σημασίας μόνο καθόσον η σχέση μας έναντι των καλλιτεχνικών αντικειμένων είναι ακόμη λατρευτική (Hegel, 2003: 6). Σε μια κοινωνία, ωστόσο, όπου όλα τα προϊόντα της εργασίας αποκτούν ως εμπορεύματα φετιχιστικό χαρακτήρα ο ρόλος της τέχνης καθίσταται αινιγματικός. Ακόμη δε αινιγματικότερη καθίσταται η σημασία της ένταξης των αντικειμένων της τέχνης στο μηχανισμό της εμπορευματικής παραγωγής.

Μπορούν να εξακολουθήσουν να επιτελούν μια ανάλογη λειτουργία με εκείνη του αυτόνομου έργου τέχνης, στο οποίο αναφέρεται η κλασική αισθητική φιλοσοφία, ή μήπως απορροφούνται πλήρως στον οικονομικού τύπου κοινωνικό συσχετισμό; Συνεπάγεται αυτή η απορρόφηση την απαλοιφή του φετιχιστικού χαρακτήρα της τέχνης ή αντιθέτως τον αναδιπλασιασμό του;

Ανάμεσα στο πλήθος των θέσεων που έχουν εκφραστεί στο πλαίσιο της συζήτησης για την πολιτιστική βιομηχανία, στο κείμενο αυτό θα εξεταστούν απαντήσεις στα παραπάνω ερωτήματα από στοχαστές που αξιούνουν από τους εαυτούς τους να αποτελούν συνεχιστές της εγελιανής παράδοσης στην αισθητική φιλοσοφία. Εν προκειμένω δεσπόζουν δύο διαφορετικές κατευθύνσεις. Από τη μια, οι μαρξιστικών καταβολών αναλύσεις περί πολιτιστικής βιομηχανίας και καλλιτεχνικής αυτονομίας στο πλαίσιο της κριτικής θεωρίας της λεγόμενης πρώιμης σχολής της Φρανκφούρτης και, από την άλλη, η μετανεωτερικής κατεύθυνσης τοποθετήσεις περί υπέρβασης του μοντερνιστικού παραδείγματος. Αντιστοίχως θα εξεταστούν εδώ, με την αναγκαία συντομία, οι περιπτώσεις του Τέοντορ Β. Αντόρνο (Theodor W. Adorno) και του Άρθουρ Κ. Ντάντο (Arthur C. Danto).

Κριτική θεωρία της πολιτιστικής βιομηχανίας

Προϋπόθεση για τη διατύπωση των παραπάνω ερωτημάτων αποτέλεσε το έργο του Λούκατς (Lukács) στις αρχές του 20ού αιώνα, για δύο κυρίως λόγους. Πρώτον, υπό την ταυτόχρονη επιρροή του νεοκαντιανισμού, ο νεαρός Λούκατς μετασχημάτισε, μέσω της έννοιας της πραγματοποίησης, τη μαρξική θεωρία του φετιχισμού του εμπορεύματος σε γενική θεωρία της καπιταλιστικής κοινωνίας και των μορφών συνείδησης που της αντιστοιχούν. Δεύτερον, με αφετηρία την εγελιανή φιλοσοφική σύλληψη

της ιστορίας, αναγόρευσε την τέχνη σε δείκτη του βαθμού ανάπτυξης της φιλοσοφικοϊστορικής διαλεκτικής. Παρά τις σημαντικές θεωρητικές και κυρίως πολιτικές διαφωνίες με τους εκπροσώπους της σχολής της Φραγκφούρτης, κοινή παραμένει η προσπάθεια αξιοποίησης της αισθητικής φιλοσοφίας ως κριτικής θεωρίας της κοινωνίας.

Με το απόσπασμα «Η πολιτιστική βιομηχανία ως εξαπάτηση των μαζών» (Horkheimer & Adorno, 1988: κ.ε.) στην από κοινού με τον Μαξ Χορκχάιμερ γραμμένη *Διαλεκτική του Διαφωτισμού*, όπως επίσης με μια σειρά άρθρων σχετικά με την προβληματική της πολιτιστικής βιομηχανίας, αλλά και με το ημιτελές μεγαλεπήβολο έργο *Αισθητική θεωρία*, ο Αντόρνο επηρέασε πιθανότατα όσο κανείς άλλο τη σχετική συζήτηση στο δεύτερο μισό του 20ού αιώνα, εξετάζοντας τα ζητήματα της πραγματοποιημένης συνείδησης και της φιλοσοφικοϊστορικής σημασίας της τέχνης ως δύο όψεις ενός ενιαίου προβλήματος. Οι απόψεις του στο πεδίο αυτό αναπτύχθηκαν σε μεγάλο βαθμό στη βάση της ιδιαίτερης ενασχόλησής του με τη μουσική και τη θεωρία της, αλλά και με αφορμή το διάλογό του με τον Βάλτερ Μπένγιαμιν. Στο γνωστό του δοκίμιο για το «Έργο τέχνης στην εποχή της τεχνικής του αναπαραγωγιμότητας», ο Μπένγιαμιν εγκωμιάζει τις επαναστατικές δυνατότητες που προσφέρει η μαζική αναπαραγωγή των έργων τέχνης στη σύγχρονη εποχή, καθώς με αυτό τον τρόπο η λατρευτική αξία που αποδιδόταν παλιότερα στο μοναδικό και αναντικατάστατο έργο τέχνης δίνει τη θέση της στην εκθετική αξία, η οποία ευνοεί την κριτική στάση του κοινού, αποφευκτικοποιώντας το καλλιτεχνικό αντικείμενο. Σε μια από τις πολυάριθμες εκδοχές του δοκιμίου του, ο Μπένγιαμιν κατονομάζει μάλιστα τον Χέγκελ ως πρόδρομο αυτής της αντίληψης, παραπέμποντας στο χωρίο που παρατέθηκε πιο πάνω (Benjamin, 1991: 357).

Για τον Αντόρνο, η διαδικασία την οποία περιέγραφε ο Μπένγιαμιν ως παρακμή της ιερατικής αύρας, που περιβάλλει τα παραδοσιακά έργα τέχνης,

δεν συνιστά σε καμιά περίπτωση εγγύηση της εξαίρεσης των τεχνικά αναπαραγώγιμων έργων από την αναγόρευσή τους σε φετίχ. Αντίθετα, όπως ο ίδιος θα υποστηρίξει πολλά χρόνια μετά στην *Αισθητική θεωρία* του, «η “εκθεσιακή αξία” που υποτίθεται ότι αντικαθιστά τη αυρατική “λατρευτική αξία” είναι μια *imago* της διαδικασίας της ανταλλαγής» (Adorno, 1970: 73). Το σκεπτικό του Αντόρνο είναι εν προκειμένω το ακόλουθο. Αν η λατρευτική σημασία του έργου τέχνης οφείλεται στην αποσύνδεσή του από κοινωνικούς ή άλλους σκοπούς, τότε η πλήρης απαλοιφή της αύρας συνεπάγεται την υποταγή τους στον κοινωνικά κυρίαρχο ορθολογισμό του σκοπού. Τα έργα τέχνης, και κατ'επέκταση τα πολιτιστικά προϊόντα εν γένει, υποτίθεται όμως ότι είναι ελεύθερα από τον καταναγκασμό της σκοπιμότητας, καθώς στερούνται συγκεκριμένης αξίας χρήσης. Η συνάντηση της φαντασμαγορίας της τέχνης με εκείνη του εμπορεύματος, το κατεξοχήν διακριτικό γνώρισμα της πολιτιστικής βιομηχανίας κατά τον Αντόρνο, επιτρέπει έναν και μόνο συνδυασμό των δύο διαφορετικών απαιτήσεων. Ως κατά φιλοδοξία έργα τέχνης τα προϊόντα της πολιτιστικής βιομηχανίας διεκδικούν την αποτίμησή τους με μέτρα πέραν της σχετικότητας των οικονομικών αξιών· καθώς παράγονται, ωστόσο, για την αγορά παραμένουν δέσμια του ορθολογισμού τους. Η καλλιτεχνική αξίωση του απολύτου αφενός δεν μπορεί να ικανοποιηθεί στον κόσμο του εμπορεύματος, αφετέρου δεν έχει πού αλλού να αναζητήσει την πλήρωσή της. Η υπέρβαση του ορθολογισμού του σκοπού καθίσταται έτσι δυνατή μόνο μέσω του ανορθολογικού στοιχείου που ενδημεί στην οικονομία. Αυτό όμως δεν είναι άλλο από το φετιχισμό του εμπορεύματος, την αρχή της ανταλλακτικής αξίας καθώς αυτή αυτονομείται από τη συγκεκριμένη χρηστική ποιότητα.

Επομένως, το κοινό της πολιτιστικής βιομηχανίας επιδεικνύει απέναντι στα προϊόντα της την ίδια καταναλωτική στάση όπως απέναντι και σε κάθε άλλο εμπορευματικό προϊόν. Την ίδια όμως στιγμή

το αντικείμενο της κατανάλωσης δεν είναι το ίδιο το προϊόν, το εκάστοτε έργο, αλλά η αφηρημένη του αξία, ο φετιχιστικός του χαρακτήρας ως εμπορεύματος. Η τροφή που προσφέρεται δεν είναι η συνθησιμένη, αλλά το νέκταρ που αναβλύζει από τις «θεολογικές παραξενιές και τις μεταφυσικές λεπτότητες». Σύμφωνα με τον Αντόρνο, η παραγωγή και κατανάλωση αξιών δεν είναι, όπως π.χ. για τον Έκο, η παραγνωρισμένη δυνατότητα της πολιτιστικής βιομηχανίας, αλλά το σήμα κατατεθέν του φετιχισμού του εμπορεύματος, όπως αυτός εκφράζεται με ιδιαίτερο τρόπο στη σφαίρα της τέχνης και του πολιτισμού. Εκείνο που καθιστά ψευδή, «φαινομενική» την αισθητική εμπειρία εν όψει των βιομηχανικών πολιτιστικών προϊόντων δεν είναι μόνο η διαμεσολάβησή τους από το μηχανισμό της αγοράς και τα πανίσχυρα οικονομικά συμφέροντα, αλλά το «φαινέσθαι» της αμεσότητας (Adorno, 1973: 25), η αμφίβολη γοητεία του μαζικού έργου τέχνης που υποτίθεται ότι μιλά κατευθείαν στην ψυχή. Είναι ειδικά τότε που η αφηρημένη ανταλλακτική αξία επιβάλλεται σε τέτοιο βαθμό στην αισθητική εμπειρία ώστε έρχεται να καταλάβει τη θέση της αξίας χρήσης (Adorno, 1973: 25).

Σε πλήρη συμφωνία ως προς το συγκεκριμένο με τον Μαρξ, ο Αντόρνο θεωρεί ότι ο φετιχιστικός χαρακτήρας δεν είναι ψυχολογικής τάξης φαινόμενο (Adorno, 1973: 24), δεν έλκει την καταγωγή του από τη σφαίρα της κυκλοφορίας και της κατανάλωσης αλλά από εκείνη της παραγωγής.⁵ Καθώς, σύμφωνα με τον Αντόρνο, στη σφαίρα του πολιτισμού η ανταλλακτική αξία επέχει θέση αξίας χρήσης, η αρχή της ανταλλαγής πλήττει τα έργα όχι μόνο από την άποψη της εμπειρίας τους, αλλά και από εκείνη της αντικειμενικής τους διαμόρφωσης. Τα προϊόντα τέχνης υπό καθεστώς πλήρους καπιταλιστικής ανάπτυξης μεσολαβού-

νται από την αγορά εξωτερικά, πρωτίστως όμως εσωτερικά. Υπό αυτό το πρίσμα η θέση του Αντόρνο ότι ο θεατής της συναυλίας δεν λατρεύει τόσο αυτό που ακούει, αλλά τα χρήματα που ξόδεψε για το εισιτήριο (Adorno, 1973: 24-25) δεν θα πρέπει να ληφθεί με τη στενή έννοια, ως εάν μια δωρεάν συναυλία ή η παραγωγή ενός αυτοδιαχειριζόμενου καλλιτεχνικού σχήματος βρίσκονταν εξορισμού πέραν της σφαίρας της πολιτιστικής βιομηχανίας. Η δύναμη της διαφήμισης να εξασφαλίζει την επιτυχία των προϊόντων με μόνο επιχείρημα το ότι είναι επιτυχημένα θίγει τα έργα στον πιο σκληρό πυρήνα τους. Πολύ πριν φτάσουν να αποτελέσουν αντικείμενο διαχείρισης, προώθησης και προβολής από τους μηχανισμούς του εμπορίου, τα προϊόντα της πολιτιστικής βιομηχανίας είναι τέτοια, και μάλιστα σχετικώς ανεξάρτητα από τον κατά γράμμα βιομηχανικό τρόπο παραγωγής τους, επειδή διαφημίζουν τον εαυτό τους (Adorno, 1973: 24). Δεν οφείλουν τη δημοφιλία τους σε μια σειρά από ποιοτικά χαρακτηριστικά, τα οποία τάχα έλκουν το ευρύ κοινό, τον μέσο άνθρωπο κ.ο.κ., όπως δεν κουράζονται να επαναλαμβάνουν οι διακινητές τους, αλλά στο φαινέσθαι της δημοφιλίας ως ποιοτικού χαρακτηριστικού, που προηγείται της ατομικής πρόσληψης και την καθορίζει. Είναι με αυτήν ακριβώς την έννοια που ο Αντόρνο υποστηρίζει, σε μια πρόταση που συμπυκνώνει τη τρόπον τινά την κριτική θεωρία της πολιτιστικής βιομηχανίας, ότι εν προκειμένω «η ανταλλακτική αξία αναλαμβάνει με απατηλό τρόπο τη λειτουργία της αξίας χρήσης» (Adorno, 1973: 25). Οι κριτικοί της κριτικής της πολιτιστικής βιομηχανίας αντιπροβάλλουν κατά κανόνα το επιχείρημα, όπως πιο πάνω ο Έκο, ότι ο μαζικός χαρακτήρας της παραγωγής ή των μέσων δεν προδιαγράφει την αισθητική ποιότητα των έργων, ή, όπως άλλοι, ότι ακόμη και στο πλαίσιο του γενικού βιομηχανικού ελέγχου του πολιτισμού είναι δυνατή η επιβίωση και η αντίσταση μέσω του χειροποίητου. Κανένα από τα δύο επιχειρήματα δεν αγγίζει τον πυρήνα της

5. Το ζήτημα της συγγένειας ανάμεσα στη θεωρία του Μαρξ και του Αντόρνο για το φετιχισμό του εμπορεύματος συζητά ειδικότερα στο κείμενο «Αυτοσυναυρούμενη αυτονομία» (Σαγκριώτης, 2016: 99-135)

προβληματικής του Αντόρνο. Βιομηχανικά εξορθολογισμένη στα προϊόντα της πολιτιστικής βιομηχανίας δεν είναι μόνο η παραγωγή και διακίνησή τους, αλλά η μορφή με την οποία είναι προγραμματισμένα να ενθουσιάζουν, όπου αντικείμενο του ενθουσιασμού είναι ο ίδιος ο προγραμματισμός. Κάθε προϊόν της πολιτιστικής βιομηχανίας φωνάζει στον καταναλωτή που θέλει να προσελκύσει: «αγόρασέ με, είμαι αγοραίο». Ο αγοραστής το ερωτεύεται μέσω μέθεξης στην πορνεία. «Μπροστά στις θεολογικές παρεξενιές των εμπορευμάτων», στο χώρο της τέχνης και του πολιτισμού, «οι καταναλωτές μετατρέπονται σε ιερόδουλες» (Adorno, 1973: 26). Ίσως αυτό εξηγεί το θρησκευτικής τάξης δέος της πολιτιστικής βιομηχανίας μπροστά το κοινό της.

Ο Αντόρνο θεωρεί, λοιπόν, ότι η βιομηχανία του πολιτισμού κάθε άλλο παρά εξαφανίζει το καλλιτεχνικό φαίνεσθαι, αλλά το επαυξάνει ή τουλάχιστον το μεταλλάσσει ποιοτικά, έτσι ώστε είναι δυνατό, και μάλιστα απολύτως σκόπιμο, να διακρίνει κανείς ανάμεσα σε δύο είδη του φαίνεσθαι, εκείνου που συνοδεύει την τέχνη ως τέχνη και εκείνου που καταλαμβάνει τα έργα τέχνης υπό το καθεστώς της πολιτιστικής βιομηχανίας, έλκει δε την καταγωγή του από τον φετιχισμό του εμπορεύματος. Πράγματι, αν δεν υφίστατο διαφορά ανάμεσα στον φετιχισμό που πλήττει κάθε έργο τέχνης ως έργο τέχνης, στο βαθμό που αίρεται ως κάτι το ιερότερο, πολυτιμότερο, πραγματικότερο της κοινωνικής ολότητας, και σε εκείνον του εμπορεύματος στο πεδίο της βιομηχανικής πολιτιστικής παραγωγής, η κριτική της τελευταίας θα ήταν περιττή. Συνεπώς, ο Αντόρνο θεωρεί ότι εν όψει της ιστορικής εξέλιξης της τέχνης, η εμπορευματική τέχνη είναι αναχρονιστική, καθώς συνιστά «παλινδρόμηση στον αρχαϊκό φετιχισμό των απαρχών της τέχνης» (Adorno, 1970: 33). Από την άλλη, ο εν λόγω «αρχαϊκός φετιχισμός», το λατρευτικό υπόλοιπο με το οποίο είναι χρωμένη η τέχνη από καταβολής, δεν μπορεί να είναι το ίδιο με ό,τι παλινδρομεί σε αυτόν: «Αντα μαγικά φετίχ αποτελούν μια από τις ιστορικές

ρίζες της τέχνης, τότε στα έργα τέχνης παραμένει ως συστατικό κάτι το φετιχιστικό, το οποίο ξεχωρίζει από το φετιχισμό του εμπορεύματος» (Adorno, 1979: 338). Ως αποτέλεσμα παλινδρόμησης, η λατρευτική σχέση με τα προϊόντα της πολιτιστικής βιομηχανίας δεν είναι τελικά παρά μια «παρωδία του καλλιτεχνικού φαίνεσθαι» (Adorno, 1970: 33), όχι η κατανάλωση υπό όρους φετιχισμού, αλλά η κατανάλωση του ίδιου του φετιχισμού. Ο Αντόρνο επιθυμεί συνεπώς να δείξει δύο πράγματα: αφενός ότι το καλλιτεχνικό φαίνεσθαι ως τέτοιο δεν μπορεί να κατηγορηθεί για την ίδια εξαπάτηση την οποία η πολιτιστική βιομηχανία επιτελεί, σύμφωνα με τη διάγνωση της *Διαλεκτικής του Διαφωτισμού*, σε μαζική κλίμακα· αφετέρου ότι καθοριστικής σημασίας είναι η σχέση που υιοθετείται έναντι του καλλιτεχνικού φετιχισμού, ο οποίος, για να ευσταθεί η διάκριση μεταξύ αυτόνομης και εμπορευματικής τέχνης, δεν θα πρέπει να αθωωθεί ως κάτι φυσικό και δεδομένο.

Τα δύο επιχειρήματα δεν μπορούν να εκτεθούν χωριστά το ένα από το άλλο. Σύμφωνα με τον Αντόρνο, ο φετιχισμός ενυπάρχει στο παράδοξο καθεστώς της τέχνης ως τέχνης· «Κάτι το κατασκευασμένο οφείλει να είναι χάριν του εαυτού του» (Adorno, 1970: 41). Με την αυτοαπολυτοποίησή του, που είναι συνώνυμη της «αισθητικής της αντικειμενοποίησης» (Adorno, 1970: 44), το έργο τέχνης διεκδικεί αυτονομία έναντι της περιβάλλουσας κοινωνίας· για κοινωνικο-ιστορικούς ωστόσο λόγους, η ψευδής αυτόνομη μετατρέπεται σε μέσον της αλήθειας. Όσο πυκνότερα ο φετιχισμός του εμπορεύματος πλέκει το δίκτυο που απλώνεται πάνω σε όλες τις κοινωνικές σχέσεις, τόσο η έξοδος από τον κοινωνικό συσχετισμό απελευθερώνει τις κοινωνικές σχέσεις από την εξουσία της πραγματοποίησης. Η «αύρα» του μοναδικού και ανεπανάληπτου είναι ιδεολογική, όμως «η αρχή του είναι διά άλλο, φαινομενικά το αντίθετο του φετιχισμού, είναι εκείνη της ανταλλαγής και αυτή είναι η μάσκα της κυριαρχίας. Εκπρόσωπος του πέραν της κυριαρχίας είναι μόνο ό,τι δεν υπα-

κούει στην αρχή αυτή· της δε μαραζωμένης αξίας χρήσης εκπρόσωπος είναι το άχρηστο» (Adorno, 1970: 337).

Κατ' αντιστοιχία με τον Χέγκελ, ο Αντόρνο αναγορεύει το «φαίνεσθαι» σε διακριτικό γνώρισμα της τέχνης έναντι της απλής εμπειρικής πραγματικότητας, ενώ κάθε προσπάθεια απαλοιφής του θα κατέληγε στο θρίαμβο του υπάρχοντος ως υπάρχοντος (Adorno, 1970: 158-159). Μόνο μέσω της πνευματικής του διαφοροποίησης διαφεύγει το έργο τέχνης από την «κατάρτα της αρχής της πραγματικότητας», που κατατρέπει τον πολιτισμό, και στο φαίνεσθαι του πνευματικού χρωστά την όποια ποιότητά του (Adorno, 1970: 506). Η ψυχαναλυτική-κοινωνικο-οντολογική τοποθέτηση έχει όμως ταυτόχρονα κοινωνιολογικό πρόσημο: «Η εμφαντική διάσταση του φαίνεσθαι στα έργα τέχνης είναι ως διορθωτικό το όργανο της αλήθειας» (Adorno, 1970: 338).⁶ Αν τα προϊόντα της πολιτιστικής βιομηχανίας επαναμαγατεύουν τον εξορθολογισμένο κόσμο μέσω του τεχνικού τους ορθολογισμού, για τα έργα τέχνης που μπορούν να ονομαστούν αυθεντικά ο Αντόρνο θεωρεί ότι «η μαγεία του συριστά απομάγευση» (Adorno, 1970).

Ωστόσο, εξακολουθεί να πρόκειται για μια μορφή μαγείας. Ο μεταρσιωμένος χαρακτήρας των έργων, χάρη στον οποίο και μόνο η τέχνη μετέχει στην αλήθεια, που παραμένει συσκοτισμένη λόγω της γενικευμένης κοινωνικής τύφλωσης, δεν παύει να είναι ιδεολογικός, καθώς τα έργα «θέτουν κάτι το a priori πνευματικό ως ανεξάρτητο από τους όρους της υλικής τους παραγωγής και γι' αυτό ως ανώτερου είδους, εξαπατώντας σε σχέση με την πανάρχαια ενοχή του χωρισμού σωματικής και πνευματικής εργασίας» (Adorno, 1970: 337). Από την ενοχή αυτή δεν διαφεύγει όμως κανένα έργο, και όσο περισσότερα προσπαθεί, τόσο βαθύτερα εμπλέκεται. Το περιεχόμενο αλήθειας που αναγνωρίζεται από τον Αντόρνο στα μεγάλα έργα τέχνης είναι γι' αυτό το λόγο, όπως



ο ίδιος υποστηρίζει, το στοιχείο μέσα στο οποίο βυθίζονται μέχρι εξαφάνισης (Adorno, 1970: 199)· αυθεντικά είναι μόνο στο βαθμό που αποκαλύπτουν την αναυθεντικότητά τους, την ίδια στιγμή που τα προϊόντα της πολιτιστικής βιομηχανίας σκηνοθετούν την απαρμειωτή τους αυθεντικότητα. Ενώ για τον Χέγκελ, η τέχνη φτάνει κάποτε ιστορικά στο τέλος της λόγω της πρόσδεσής στο ανεπαρκές αισθητό μέσο, για τον Αντόρνο το τέλος αυτό είναι ο κανόνας συμπεριφοράς κάθε επιτυχημένου έργου τέχνης, καθώς αυτό εγγράφεται στο πλαίσιο της ιστορικής αντικειμενικότητας. «Η αντινομία αλήθειας και αναλήθειας της τέχνης» βρίσκεται επομένως πίσω από την εγγελιανή πρόβλεψη του τέλους (Adorno, 1970: 252), η οποία γι' αυτόν ακριβώς το λόγο διαψεύδεται.

Η εμπορευματοποίηση ως λυτρωτικό τέλος της τέχνης

Η τοποθέτηση του Αντόρνο έναντι του εγγελιανού θεωρήματος περί τέλους της τέχνης έχει κρίσιμη σημασία, διότι σε αυτό τον κόμβο αρθρώνεται ένα επιχει-

6. Για τη σχέση τέχνης και αλήθειας βλ. επίσης Adorno, 1970: 419.

ρημα δικαίωσης της εμπορευματικής τέχνης πολύ διαφορετικό και πολύ πιο καταλυτικό σε σχέση με εκείνο του Έκο. Στην κλασική του πλέον εκδοχή απαντά στα γραπτά του Άρθουρ Ντάντο, ο οποίος, μολοντί δεν συνομιλεί ευθέως με τον Αντόρνο, επιχειρηματολογεί με τρόπο που ματαιώνει την κριτική στην πολιτιστική βιομηχανία, εκκινώντας και εκείνος από το έδαφος της φιλοσοφίας του Χέγκελ.

Αποφασιστικό βήμα στη συλλογιστική του Αντόρνο είναι, όπως είδαμε παραπάνω, ότι ο ειδικός φετιχισμός της πολιτιστικής βιομηχανίας έγκειται στην αποξένωση της αποδιδόμενης αξίας από τις συγκεκριμένες ποιότητες του έργου και στη μονοπώλησή της από την ανταλλαξιμότητα. Η πρώτη από τις βασικές θέσεις του Ντάντο αμφισβητεί εμμέσως τη νομιμότητα μιας παρόμοιας διάκρισης. Δεν υπάρχει τίποτε στην αισθητή μορφή του έργου, υποστηρίζει, το οποίο να μας κάνει να διακρίνουμε κατά πόσο πρόκειται για έργο τέχνης ή όχι. Αν όμως οι ποιότητες του καλλιτεχνικού έργου ως αντικειμένου –τρόπον τινά η αισθητική του αξία χρήσης– είναι αδιάφορες, τότε προφανώς δεν έχει ιδιαίτερο νόημα να μιλά κανείς για υποκατάστασή τους από την ανταλλακτική αξία, και το όριο μεταξύ αυθεντικού αισθητικού φαίνεσθαι και παρωδίας καταρρέει.

Ασφαλώς, η θέση ότι «τα έργα τέχνης δεν αποτελούν φυσικό είδος» (Danto, 1993: 199) δεν σημαίνει ότι κάθε διάκριση, εντός ενός συγκεκριμένου ιστορικού πλαισίου, παύει. Για τον Ντάντο, ωστόσο, η εν λόγω επίγνωση συνιστά προϊόν της ιστορίας της τέχνης και συγκεκριμένα των εξελίξεων που έλαβαν χώρα στο πεδίο των εικαστικών τεχνών από τη δεκαετία του 1960 και μετά, και ακόμη πιο συγκεκριμένα προϊόν του οντολογικού ερωτήματος για την τέχνη που προέκυψε από την πρακτική του Άντυ Ουόρχολ και άλλων να εκθέτουν ως έργα τέχνης καθημερινά και μάλιστα εμπορικά αντικείμενα.⁷ Σύμφωνα με τον Ντάντο, έργα

όπως το *Κουτί Brillo* εγκαίνιασαν μια νέα πολιτιστική περίοδο, κατά την οποία η διαφορά ανάμεσα στις καλλιτεχνικές εφαρμογές, τη διαφήμιση, τον κόσμο των συνηθισμένων αντικειμένων, από τη μία, και τη λεγόμενη υψηλή τέχνη, από την άλλη, χάνει κάθε σημασία (Danto, 1996: 184). Η ίδια η αυτονομία της τέχνης συνιστά, σύμφωνα με τον Ντάντο, υπόλοιπο της προσπάθειας της φιλοσοφίας, ως αισθητικής, να θέσει την τέχνη υπό τον έλεγχο της και να την καταστήσει ακίνδυνη. Παραδείγματα αποτελούν η πλατωνική θεωρία της «μίμησης μιμήσεως» αλλά και η καντιανή αισθητική της «ευαρέσκειας χωρίς διαφέρον». Ήδη από την εποχή του μοντερνισμού, προπάντων όμως με την ποπ αρτ, η τέχνη εισέρχεται σε ένα στάδιο όπου παραιτείται από τις μεταφυσικές αξιώσεις της και κατά αυτόν τον τρόπο φτάνει στο ιστορικό της τέλος, όπως περίπου που είχε προβλέψει ο Χέγκελ ενάμιση αιώνα πριν. Το γνωσιακό καθήκον που είχε επωμιστεί μπορεί πλέον να αναληφθεί από τη φιλοσοφία της τέχνης, της οποίας η τέχνη υπήρξε ο ιστορικός φορέας (Danto, 1993: 141).

Η θέση του Ντάντο, ανεξάρτητα από το βαθμό της συγγενείας της με το εγγελιανό θεώρημα περί του τέλους της τέχνης, είναι διφορούμενη.⁸ Από τη μια, υποστηρίζει, ότι η τέχνη έπαιξε στην πορεία της στο χρόνο πράγματι ένα φιλοσοφικοϊστορικό ρόλο εξελικτικού τύπου. Από την άλλη, θεωρεί, ότι η αποστολή αυτή έλαβε τέλος και ότι με αυτό τον τρόπο η τέχνη απαλλάσσεται από ένα καθήκον το οποίο της ήταν, σε τελική ανάλυση, ξένο. Η εποχή της μεταϊστορίας της είναι μια εποχή όπου τα πάντα επιτρέπονται και η τέχνη δεν χρει-

θεί μονομέρεια της θεωρίας του. Ωστόσο, δεν είναι δύσκολο να διαπιστώσει κανείς ανάλογες εξελίξεις και σε άλλες μορφές τέχνης, όπως π.χ. στη μουσική, όπου το αργότερο στη μετα-σειριακή εποχή δεσπόζει ένας αντίστοιχος πλουραλισμός, όπως επίσης ένας παρόμοιος προβληματισμός όσον αφορά το κανονιστικό ερώτημα του τι μπορεί ακόμη να θεωρείται μουσική. Το γνωστότερο παράδειγμα είναι ασφαλώς το έργο 4' 33" (1952) του Τζον Κέιτζ (John Cage).

8. Πρβλ. Forsey, 2001.

7. Η προνομιακή θέση που επιφυλάσσει ο Ντάντο στις εικαστικές τέχνες θα μπορούσε να θεωρη-

άζεται πλέον να θέτει κανόνες στους οποίους θα υπακούει. Ο λυτρωτικός αυτός πλουραλισμός φέρει για τον Ντάντο τα χαρακτηριστικά μιας ουτοπίας, που είναι συγκρίσιμη με την παράσταση του νεαρού Μαρξ για τον κομμουνισμό (Danto, 1993: 142).⁹

Σε αντίθεση μάλλον με τον Χέγκελ, ο Ντάντο διακρίνει ανάμεσα σε δύο σημασίες του φαινομενικού: από τη μια, εκείνη της φαινόμενης παρουσίας και, από την άλλη, εκείνη του μιμητικού φαινοεθαι (Danto, 1984: 42 κ.ε.). Απελευθερωνόμενη από το βάρος της πλατωνικής κληρονομιάς που τη θέλει οντολογικά κατώτερη της πραγματικότητας, η τέχνη αποδεσμεύεται ταυτόχρονα από την απαίτηση εμφάνισης κάποιας ουσίας. Μετά το τέλος της εξακολουθεί να υπάρχει, αλλά προορισμένη για ανάγκες των οποίων τη φιλοσοφική σημασία ο Χέγκελ αμφισβητούσε, το διάκοσμο, τον εξωραϊσμό, την επιπόλαιη διασκέδαση (Danto, 1993: 143). Η φιλοσοφική ιστορία της τέχνης ολοκληρώνεται με την παραίτηση της τέχνης από τη φιλοσοφικοϊστορική της αποστολή. Πλέον δεν είναι δυνατόν να επικρίνει κανείς έργα «λόγω της αναντιστοιχίας τους με την ιστορία» (Danto, 1996: 23), διότι αγνοώντας την ιστορική κανονιστικότητα είναι συνεπή με το (μετα)ιστορικό στάδιο στο οποίο έχουμε φτάσει, και μάλιστα ανεπιστρεπτί.

Ο Ντάντο, στο διάσημο δοκίμιό του για το «Τέλος της τέχνης» αφήνει τον ίδιο τον αναγνώστη να κρίνει κατά πόσο η εν λόγω αυτοκαταστροφή της αυτόνομης τέχνης συνιστά αισιόδοξη ή απαισιόδοξη εξέλιξη (Danto, 1993: 144). Για τον ίδιο ισχύει προφανώς το πρώτο-το τέλος της τέχνης σηματοδοτεί το θρίμβο της μεταμοντέρνας ανοικτότητας. Ο καλλιτέχνης δικαιούται να δημιουργεί ό,τι του αρέσει, χωρίς να υφίσταται κανονιστικό κριτήριο το οποίο να κηδεμονεύει την ελευθερία του. Ο εμπορευματικός ή όχι χαρακτήρας της παραγωγικής του δραστηριότητας είναι ως προς τούτο αδιάφορος, αν όχι μάλιστα

ενισχυτικός. Η δυνατότητα αναγωγής του καθημερινού σε έργο τέχνης πραγματώνεται πληρέστερα όταν το ίδιο το έργο τέχνης υφίσταται ως εμπόρευμα. Διόλου τυχαία, τα εκθέματα του Ουόρχολ που εντυπωσιάζουν και καθοδηγούν τον Ντάντο είναι βιομηχανικά εμπορευματικά προϊόντα.

Η αισιοδοξία του Ντάντο φαίνεται να βασίζεται στο ακόλουθο σκεπτικό. Ο φετιχισμός της λεγόμενης υψηλής τέχνης, που στην πραγματικότητα δεν ήταν παρά το καθεστώς της ανελευθερίας της, βρίσκεται στον κόσμο του εμπορεύματος και στον φετιχισμό του το ιστορικό του όριο. Το ερώτημα που τίθεται ήδη με τα ready-mades του Ντισάν (Duchamp) είναι αρκετό για να γκρεμίσει την αυτόνομη τέχνη από τον απατηλό θρόνο της αυταρέσκειάς της. Με την κατάρρευση του καλλιτεχνικού Υπερεγώ, ένας θαυμαστός καινούργιος κόσμος αθωότητας ανατέλλει, όπου η μεταρσίωση είναι πλέον περιττή και δεν επιτελεί το έργο καμιάς ιερής ιστορικής αναγκαιότητας.

Αν η τέχνη διανύει την μεταϊστορική της περίοδο, έχει ήδη χάσει φυσικά τον κριτικό κοινωνικό ρόλο που της απέδιδε ο Αντόρνο. Η θέση του Ντάντο δεν θίγεται πάντως από ένα τέτοιο επιχείρημα, καθώς η θεωρία του το προβλέπει. Η απόσπαση της τέχνης από την ιστορική αναγκαιότητα συνεπάγεται αυτονομία και την απόσυρσή της από την άμεση ή και έμμεση κριτική της ιστορικής πραγματικότητας. Η ιδεολογική ουδετερότητα προβάλλει έτσι ως ευτυχές τίμημα της ελευθερίας. Πρόκειται όμως πράγματι για ουδετερότητα; Ο Ντάντο υποθέτει πως ναι, διότι ο όποιος ιστορικός ρόλος της τέχνης αποτελούσε συνάρτηση της φετιχιστικής της εξύψωσης. Ως προς τούτο, οι θεωρίες του Αντόρνο και του Ντάντο δεν διαφέρουν ουσιωδώς μεταξύ τους. Αποφασιστική είναι η διαφορά ως προς τη διάγνωση του αν όντως το παρόν καθεστώς της τέχνης υπό τη μορφή του εμπορεύματος σημαίνει υπέρβαση του φετιχισμού. Μια κατάσταση παραδείσιας αθωότητας, πέραν της ιστορίας, όπως αυτή που σκια-

9. Βλ. Marx & Engels, 1978: 33.

γραφεί ο Ντάντο, θα ήταν προφανώς και επέκεινα της ιδεολογίας, κατά συνέπεια δε και πέραν του φετιχισμού. Δεν ισχύει το ίδιο όμως για την επίκληση μιας τέτοιας κατάστασης ως συντελεσμένης. Καθώς η τέχνη αναδιπλασιάζει τον κόσμο του εμπορεύματος χωρίς φόβο και πάθος, ντύνει το εμπόρευμα με τον ιερό μανδύα που η ίδια αποτινάσσει. Ο φετιχιστικός χαρακτήρας από τον οποίο παραιτείται μεταβιβάζεται με αυτό τον τρόπο στην κοινωνική πραγματικότητα, η στάση έναντι της οποίας σταματά αυτομάτως να είναι ουδέτερη. «Τα πάντα επιτρέπονται» είναι η άλλη όψη της συνείδησης ότι δεν επιτρέπεται τίποτα. Εκείνο που κάνει τη διαφήμιση ισχυρότερη της κριτικής, λέει ο Μπένγιαμιν, δεν είναι αυτό που γράφει η φωτεινή επιγραφή, αλλά η πύρινη λίμνη που σχηματίζει με την αντανάκλασή της στην άσφαλτο (Benjamin, 1972: 132).¹⁰

10. Πρβλ. Müller-Doohm, x.x.: 36 κ.ε.

Το ότι το έργο τέχνης δεν είναι κάτι παραπάνω από αυτό που είναι σημαίνει ότι η υπάρχουσα πραγματικότητα ακτινοβολεί μαγικά πέραν και απλώς και μόνο δυνάμει της πραγματικότητάς της. Υπάρχει, και αυτό την κάνει ιερή. Ενδεχομένως μάλιστα, η τέχνη που την ιεροποιεί μέσω της τήρησης των αποστάσεων, να μοιράζεται εντέλει κάτι από τη λάμψη της. Γίνεται αντικείμενο μιας λατρείας την οποία κανείς δεν παίρνει πλέον στα σοβαρά, αλλά δεν παύει να μετέχει σε αυτήν ως πιστό ποίμνιο ή ως ιερατείο. Είναι οι θαμώνες των εκθέσεων, οι εραστές των «μετά-», οι οικουμενικοί γευσιγνώστες. Είναι οι ίδιοι που υιοθετούν τον αποκαλυπτικό τόνο για τον οποίο μιλά ο Έκο και την ίδια στιγμή αυτοί που αναγορεύουν τον άλλο πόλο της κατηγοριοποίησής του, την «εσωμάτωση» (Eco, 1986: 1) σε περιεχόμενο της «αποκάλυψης». Το ότι γιορτάζει κανείς το τέλος αφήνει όμως ζωντανή την ελπίδα ότι αυτό δεν έχει έρθει ακόμη. **T**

b

- Adorno, T. W.** (1970), *Gesammelte Schriften*, τ. 7, Suhrkamp, Frankfurt a.M., Suhrkamp.
- Adorno, T.W.** (1973), *Gesammelte Schriften*, τ. 11, Frankfurt a.M., Suhrkamp.
- Benjamin, W.** (1970), *Gesammelte Schriften*, τ. 2, Frankfurt a.M., Suhrkamp.
- Benjamin, W.** (1972), *Gesammelte Schriften*, τ. 4, Frankfurt a.M., Suhrkamp.
- Danto, A. C.** (1984), *Die Verklärung des Gewöhnlichen. Eine Philosophie der Kunst*, Frankfurt a.M., Suhrkamp.
- Danto, A. C.** (1993), *Die philosophische Entmündigung der Kunst*, München, Fink.
- Danto, A. C.** (1996), *Kunst nach dem Ende der Kunst*, München, Fink.
- Eco, U.** (1986), *Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur*, Frankfurt a.M., Fischer.
- Forsey, J.** (2001), «Philosophical Disenfranchisement in Danto's "The End of Art"», *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 54(9), pp. 403-409.
- Gethmann-Siefert, A.** (2013), «Danto und Hegel zum Ende der Kunst – Ein Wettstreit um die Modernität von Kunst und Kunsttheorie», in Nagl-Docekal, Herta et al. (eds), *Hegels Ästhetik als Theorie der Moderne*, Berlin, De Gruyter, pp. 17-37.
- Hecken, Th.** (2012), *Theorien der Populärkultur*, Bielefeld, transcript.
- Hegel, G. W. F.** (1978), *Gesammelte Werke*, τ. 11, Hamburg, Meiner.
- Hegel, G. W. F.** (1992), *Gesammelte Werke*, τ. 20, Hamburg, Meiner.
- Hegel, G. W. F.** (2003), *Vorlesungen über die Philosophie der Kunst*, Hamburg, Meiner.
- Horkheimer, M., Adorno, Th. W.** (1988), *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Frankfurt a.M., Fischer.
- Jaeschke, W.** (2014), «Die gedoppelte» Schönheit», in Arndt, A. et al. (eds), *Hegels Ästhetik. Kontexte und Rezeptionen*, Berlin, De Gruyter, pp. 17-29.
- Marx, K., Engels, F.** (1976), *Werke (MEW)*, τ. 2, Berlin, Dietz.
- Marx, K., Engels, F.** (1978), *Werke (MEW)*, τ. 3, Berlin, Dietz.
- Marx, K., Engels, F.** (1987), *Gesamtausgabe (MEGA)*, τ. II, 6, Berlin, Dietz.
- Müller-Doohm (x.x.)**, «Die Macht des Banalen. Analyse der Kulturindustrie», in Niederauer, M. et al. (eds.), «*Kulturindustrie*». *Theoretische und empirische Annäherungen an einen populären Begriff*, Frankfurt a.M., Springer, pp. 29-50.
- Σαγκριώτης, Γ.** (2016), *Αυτονομία και στράτευση. Προβλήματα αισθητικής και πολιτικής φιλοσοφίας στην κριτική θεωρία*, Αθήνα, Νήσος.
- Schlegel, A. W.** (x.x.), *Vorlesungen über Ästhetik I*, Paderborn, Schöningh.