## Ν. ΜΟΥΖΕΛΗΣ, Τι θέλει η αλεπού στο παζάρι

## (Η διαμάχη για την παραχώρηση του Ηρωδείου στο σχεδιαστή μόδας Κάλβιν Κλάιν και οι προεκτάσεις της)

Στη διαμάχη γύρω από την πρόταση της εταιρείας του Κάλβιν Κλάιν, δεν συζητήθηκε σοβαρά μια διάσταση του προβλήματος που, για μένα, είναι καθοριστικής σημασίας. Αυτή είναι η σχέση που υπάρχει ή που θα έπρεπε να υπάρχει στις σύγχρονες, διαφοροποιημένες κοινωνίες μεταξύ της οικονομικής σφαίρας, από τη μία μεριά, και της πολιτισμικής, από την άλλη.

Ξεκινώντας από τα επιχειρήματα αυτών που δεν βλέπουν κανένα πρόβλημα στη χρήση του Ηρωδείου από την εταιρεία Κλάιν, έχω να παρατηρήσω τα εξής: Συμφωνώ απόλυτα με την άποψη πως αυτό που ο Κλάιν προτίθεται να οργανώσει στο Ηρώδειο δεν είναι απλή επίδειξη μόδας, αλλά σύνθετη μουσικοχορευτική εκδήλωση. Συμφωνώ επίσης με το ότι κατά πάσα πιθανότητα η καλλιτεχνική, αισθητική ποιότητα της εκδήλωσης θα είναι υψηλού επιπέδου ­ ιδίως αν λάβουμε υπόψη μας τους οικονομικούς πόρους που η εταιρεία του Κλάιν θα μπορούσε να κινητοποιήσει για την πρόσληψη χορογράφων, συνθετών και μουσικών διεθνούς φήμης. Επιπλέον, είναι γεγονός ότι πολλές φορές και στην Επίδαυρο και στο Ηρώδειο έχουν εμφανιστεί σκηνοθέτες και χορογράφοι που παράγουν θέαμα χαμηλότερου επιπέδου από αυτό που μπορεί να μας προσφέρει η εταιρεία Κλάιν. Τέλος, δεν υπάρχει κανένας λόγος να υποθέσει κάποιος πως ο Κλάιν δεν θα σεβαστεί απόλυτα τους αυστηρούς όρους για την υλική προστασία του μνημείου που το κράτος θέτει σε αυτούς οι οποίοι κάνουν χρήση του χώρου.

Παρ' όλα αυτά τάσσομαι με αυτούς που είναι αντίθετοι στην πρόταση Κλάιν. Και αυτό όχι λόγω ξενοφοβίας, επαρχιωτισμού ή αρχαιολατρίας (τρία θλιβερά χαρακτηριστικά του νεοελληνικού συντηρητισμού), αλλά για έναν τελείως διαφορετικό λόγο. Πιστεύω πως ζούμε σε μια εποχή κατά την οποία ο καλλιτεχνικός χώρος, ειδικά, και ο πολιτισμικός, πιο γενικά, έχει χάσει την αυτονομία του ­ αφού η ιδιαίτερη λογική και οι αξίες του υποσκάπτονται συστηματικά από τη λογική του χρήματος και της αγοράς. Μιλάω, με άλλα λόγια, για αυτό που ο Χάμπερμας αποκαλεί αποικιοποίηση του «βιοκόσμου» από την κυρίαρχη εργαλειακή λογική του οικονομικού συστήματος. Αυτή η αποικιοποίηση έχει προχωρήσει σε τέτοιο βαθμό στις σύγχρονες μεταβιομηχανικές κοινωνίες που το θεωρούμε αναχρονιστικό, αν όχι αλλόκοτο, όταν κάποιος επιμένει στη μη απόλυτη ταύτιση του «εμπορικού» με το «καλλιτεχνικό»· όταν κάποιος επιμένει, στο πέρασμα από την κυριαρχία του πρώτου πάνω στο δεύτερο, στην ισορροπία μεταξύ των δύο στοιχείων.

Εξηγούμαι: Δεν πιστεύω στην απομόνωση της τέχνης από την αγορά. Αυτό δεν είναι ούτε εφικτό, ούτε και επιθυμητό. Γιατί είναι γεγονός πως κάθε καλλιτεχνική εκδήλωση έχει πάντοτε μια εμπορική / οικονομική διάσταση. Είναι επίσης γεγονός πως πολλές οικονομικές δραστηριότητες ­ από τον σχεδιασμό των αυτοκινήτων ως αυτόν των κοσμημάτων και των ρούχων ­ έχουν μια αισθητική / καλλιτεχνική διάσταση. Το πρόβλημα λοιπόν δεν είναι η απομόνωση / στεγανοποίηση των δύο χώρων, αλλά ο τρόπος συνάρθρωσης του «οικονομικού» και του «καλλιτεχνικού» στοιχείου σε μια κοινωνία που θέλει να εκσυγχρονιστεί όχι κατά μονολογικό / μονοδιάστατο αλλά κατά πολυλογικό / πολυδιάστατο τρόπο. Σε μια κοινωνία δηλαδή όπου η αναπόφευκτη διαφοροποίηση των βασικών θεσμικών χώρων (οικονομικού, πολιτικού, κοινωνικού, πολιτισμικού) δεν οδηγεί στην κυριαρχία του ενός πάνω στους άλλους (κομματικοκρατία, αγοροκρατία), αλλά στην ισορροπία και στον σεβασμό της ιδιαίτερης λογικής του κάθε διαφοροποιημένου χώρου.

**[ΚΕΙΜΕΝΟ 1ο – Απόσπασμα]**

**ΑΝΤ. ΛΙΑΚΟΣ, Η αιχμαλωσία του φαντασιακού**

Το ζήτημα της παραχώρησης του Ηρωδείου στον Calvin Klein είναι ένα ενδιαφέρον τεστ αναφορικά με τις πολιτισμικές στάσεις και την πολιτισμική πολιτική. Από αυτή την άποψη η επιχειρηματολογία του υπουργού Πολιτισμού είναι άψογη: Πειστική κριτική ενός παρωχημένου μοντέλου που επέβαλε τη διάκριση υψηλής και κατώτερης κουλτούρας, κουλτούρας για τις ελίτ και κουλτούρας για τις μάζες, πολιτισμού εξιδανικευμένου και πολιτισμού της αγοράς ή αγοραίου.

Η μόδα, το βιομηχανικό σχέδιο, τα νεανικά συγκροτήματα έχουν διαρρήξει από καιρό τις, πρόθυμα άλλωστε, ανοιχτές πόρτες της υψηλής τέχνης. Στο Μετροπόλιταν της Νέας Υόρκης, τον καιρό της έκθεσης «Η δόξα του Βυζαντίου», είχε οργανωθεί μια έκθεση για τον Ντιόρ και τη μεταπολεμική υψηλή ραπτική. Οι δύο εκθέσεις έστεκαν δίπλα δίπλα και στην πρόσοψη κυμάτιζαν αδελφωμένα τα λάβαρά τους. Στην Ακαντέμια Αλμπερτίνα της Φλωρεντίας η ιεροσυλία υπήρξε ακόμη πιο έκδηλη. Μια έκθεση ιταλικής υψηλής ραπτικής είχε οργανωθεί ακριβώς στον χώρο και ανάμεσα στα αριστουργήματα της γλυπτικής της Αναγέννησης. Κανείς δεν σκανδαλίστηκε. Γιατί; Γιατί εδώ και τρεις δεκαετίες η κριτική που ασκείται είναι ότι ο διαχωρισμός της τέχνης σε υψηλή και κατώτερη είχε σκοπό να αναπαράγει ένα φαντασιακό χώρο κοινωνικής διάκρισης. Ο δυτικός αισθητικός κανόνας, ό,τι δηλαδή αποτελούσε την πεμπτουσία του δυτικού πολιτισμού, αποδομήθηκε και καταγγέλθηκε σε όλους τους τόνους. Γιατί τα γκραφίτι των τοίχων αξίζουν λιγότερη προσοχή από τη ζωγραφική της αναγεννησιακής αριστοκρατίας; Τα μουσεία, οι αίθουσες συναυλιών, οι σχολές καλών τεχνών και λογοτεχνίας, με λίγη ή πολλή γκρίνια, ανοίχτηκαν σε όλες αυτές τις μορφές πολιτισμικής δημιουργίας.

Υπήρξε κάτι γενικότερο που συνέβαλε σε αυτή την αλλαγή του αισθητικού γούστου. Ανάμεσα στα πράγματα και στη φαντασία μας για τα πράγματα χύθηκε ένας κατακλυσμός: ο κόσμος εικόνων. Κάποτε ο κόσμος αυτός ήταν περιορισμένος. Οι εικόνες στις εκκλησίες, οι ελάχιστες εικόνες στα βιβλία, τα μνημεία και τα μουσεία στη μοναξιά τους. Τώρα κυκλοφορούμε ανάμεσα στις γιγαντοαφίσες, το έντυπο αποτελείται κυρίως από εικόνες, ο χρόνος μας κατακλύζεται από τις εικόνες της τηλεόρασης και του Internet. Η εικονική πραγματικότητα. Μέσα σ' αυτόν τον κόσμο των εικόνων που αποικιοποιεί αυτό το κρίσιμο ενδιάμεσο ανάμεσα στο χειροπιαστό και στη φαντασία αναδείχτηκε η πολιτική των ταυτοτήτων, το στυλ, η εικόνα του εαυτού. Ο, τι και όσα υπονοεί ο όρος lifestyle. Αν και όλα αυτά προήλθαν από τη ριζοσπαστική κοινωνική κριτική της δεκαετίας του 1960 και του 1970, έγιναν τροφή για μια νέα βιομηχανία, για ένα νέο δυναμικό χώρο της οικονομίας. Πρόκειται για την παραγωγή κουλτούρας, μορφών χρήσης του ελεύθερου χρόνου και προπαντός για την παραγωγή εικόνων του εαυτού. Η πολιτισμική βιομηχανία και η παραγωγή στυλ αποτελούν τις πανίσχυρες πραγματικότητες της νέας εποχής.

Το πρόβλημα βρίσκεται [λοιπόν] σε αυτόν τον ενδιάμεσο χώρο ανάμεσα στο χειροπιαστό και στη φαντασία. Τα μνημεία είναι μεν χειροπιαστά, αλλά όλοι μας τα βλέπουμε και τα αντιλαμβανόμαστε μέσω της φαντασίας μας. Και αυτή η φαντασία τρέφεται από πολλές πηγές, ανάμεσα στις οποίες είναι βέβαια η εθνική αγωγή και οι συμβολισμοί της, αλλά και η προσωπική εμπειρία και οι αναγνώσεις του καθενός. Η εικόνα του Παρθενώνα μέσα από το «ήχος και φως» δεν μου αρέσει. Αλλά η εικόνα του Σουνίου το ηλιοβασίλεμα είναι δική μου. Η Επίδαυρος στις αφίσες του ΕΟΤ δεν μου αρέσει. Αλλά η πάλλουσα από κόσμο Επίδαυρος λίγα λεπτά πριν από την παράσταση με ενθουσιάζει. Η εικόνα από τη χρήση των μνημείων δεν είναι ακόμη τόσο καταλυτική ώστε να σκεπάζει και να προσδιορίζει την προσωπική εμπειρία.

**[ΚΕΙΜΕΝΟ 2ο – Απόσπασμα]**

**ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

1. Να συγκρίνεις τα δύο κείμενα και να προσδιορίσεις: α)σε ποιο γραμματειακό είδος ανήκει το καθένα (δοκίμιο ή άρθρο) δικαιολογώντας την απάντησή σου και β)τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν το ύφος κάθε κειμένου εστιάζοντας στις γλωσσικές επιλογές του κάθε συγγραφέα.
2. Να παρουσιάσεις με δικά σου λόγια ένα επιχείρημα από το πρώτο κείμενο, σχετικό με τη θέση που υποστηρίζει περί «διαφήμισης και τέχνης» ο συγγραφέας κι ένα επιχείρημα από το δεύτερο κείμενο, που έρχεται να αντικρούσει αντίστοιχα αυτό του πρώτου κειμένου.
3. Με ποιες λέξεις ή φράσεις διασφαλίζεται η συνοχή στην τελευταία παράγραφο του **πρώτου** κειμένου;
4. Να προσδιορίσεις τη δομή της τελευταίας παραγράφου του **δεύτερου** κειμένου.
5. «Πιστεύω πως ζούμε σε μια εποχή κατά την οποία ο καλλιτεχνικός χώρος, ειδικά, και ο πολιτισμικός, πιο γενικά, έχει χάσει την αυτονομία του, αφού η ιδιαίτερη λογική και οι αξίες του υποσκάπτονται συστηματικά από τη λογική του χρήματος και της αγοράς. Μιλάω, με άλλα λόγια, για αυτό που ο Χάμπερμας αποκαλεί αποικιοποίηση του «βιοκόσμου» από την κυρίαρχη εργαλειακή λογική του οικονομικού συστήματος»: να ξαναγράψεις το απόσπασμα απλοποιώντας τις υπογραμμισμένες φράσεις έτσι ώστε να γίνεται ευκολότερα κατανοητό το περιεχόμενό του.
6. Να σχολιάσεις τον τρόπο με τον οποίο αποτυπώνεται ο συμβολισμός της σχέσης διαφήμισης και τέχνης στη φωτογραφία του προϊόντος που ακολουθεί:

****

1. Ποια είναι η προσωπική σου άποψη – με αφορμή τα δοθέντα κείμενα – για τη σχέση της διαφήμισης με την τέχνη;