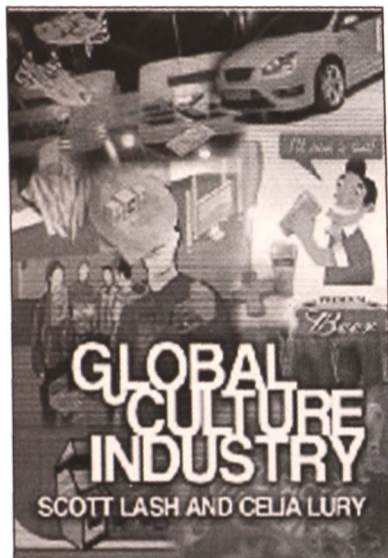


ματεύονται τόσο δύσκολα θεωρητικά κείμενα) και με έγκυρες μεταφράσεις δύσκολων όρων της σύγχρονης θεωρίας (οι οποίοι αναφέρονται εντός παρενθέσεως και στο πρωτότυπο ώστε να μπορούν να υπάρχουν και ενστάσεις). Πρόκειται για το μοναδικό ίσως εισαγωγικό –αλλά όχι απλουστευτικό– εγχειρίδιο που κυκλοφορεί για την θεωρία και την ανάλυση λόγου στα ελληνικά και που καλύπτει τόσο την ρηματική προσέγγιση του Laclau και της Mouffe στην κοινωνική και πολιτική ανάλυση όσο και το ευρύτερο πλαίσιο στο οποίο αυτή αναπτύχθηκε, δίνοντας παράλληλα στον αμήτο αναγνώστη, τον φοιτητή, αλλά και σε κάθε ερευνητή την δυνατότητα να προσανατολιστεί αποτελεσματικά σε ένα σύνθετο αλλά δυναμικό πεδίο του σύγχρονου στοχασμού.



Για το βιβλίο

Scott Lash και Celia Lury, *Global Culture Industry*, Polity Press, Cambridge 2007, 240 σ.

Νίκος Μπουμπάρης

To Adorno and Beyond!

Ο τίτλος του βιβλίου *Παγκόσμια Πολιτιστική Βιομηχανία* μάς προκαλεί εκ πρώτης αρνητικούς συνειρμούς. Ανακαλώντας την εισαγωγή και θεώρηση του όρου «πολιτιστική βιομηχανία» από τους Adorno και Horkheimer, το μυαλό μας δημιουργεί δυστοπικές εικόνες ολικής επικράτησης της αγοράς στη πολιτισμική δημιουργία μέσα από τη διάχυση ομοιογενών πολιτιστικών κατασκευασμάτων που επιβάλλονται σε παγκόσμιο πλέον επίπεδο. Οι συγγραφείς δεν διαφωνούν με την αντορνική ανάλυση των διαδικασιών μετατροπής της

Ο Νίκος Μπουμπάρης διδάσκει στο Τμήμα Πολιτισμικής Πληροφορικής του Πανεπιστημίου Αιγαίου.

κουλτούρας σε μηχανισμό ελέγχου υπό το πνεύμα του εργαλειακού ορθολογισμού της καπιταλιστικής παραγωγής. Το κεντρικό μοτίβο μάλιστα της σκέψης τους για την κυκλοφορία των αντικειμένων μπορεί να ιδωθεί, με μία έννοια, ως αντανάκλαση της προσφιλούς στον Adorno ιδέας της «πραγματοποίησης» (reification), δηλαδή της απόδοσης ανθρωπίνων ιδιοτήτων στα αντικείμενα-εμπορεύματα μέσω των ανταλλακτικών σχέσεων και αντίστροφα της μετατροπής των ανθρώπινων σχέσεων σε ανταλλάξιμα προϊόντα. Αυτό ωστόσο που προβάλλουν, ήδη από την εισαγωγή του βιβλίου, είναι ότι από την εποχή του Adorno μέχρι σήμερα τα πράγματα έχουν αλλάξει σημαντικά.

Σήμερα η κουλτούρα δεν βρίσκεται στην υπερδομή (superstructure) αλλά στις υποδομές (infrastructure) της κοινωνικής οργάνωσης. Συνεπώς η σύγχρονη πολιτιστική βιομηχανία δεν αναπτύσσεται μόνο μέσω της εκβιομηχάνισης της κουλτούρας αλλά και μέσα από την πολιτισμοποίηση της οικονομίας. Καθώς λοιπόν, τα προϊόντα της γενικευμένης πολιτιστικής οικονομίας γίνονται ολοένα και περισσότερο πληροφοριακά, η εργασία στρέφεται στην παραγωγή εμπειριών και γνώσης και η ιδιοκτησία διεκδικείται με όρους πνευματικής πατρότητας, ο τρόπος εμπλοκής μας με τα πράγματα δεν γίνεται μόνο στο επίπεδο της ιδεολογίας και της αναπαράστασης αλλά αναπτύσσεται κυρίως μέσα από τους τρόπους χρήσης και επεξεργασίας των υλικών μορφών τους. Το νόημα δεν ενδημεί μόνο στην ερμηνεία του περιεχομένου αλλά στις επιτελεστικές πρακτικές που αναπτύσσονται κατά την υλοποίησή του, συχνά ως υπερβολή του συμβολικού που εξέρχεται άμεσα και ενίοτε βίαια στην «έρημο του πραγματικού». Έτσι η παραγωγή, η αξία και η κυκλοφορία των πολιτιστικών προϊόντων δεν είναι δομικά προκαθορισμένες αλλά σχεδιασμένες έτσι ώστε να ευνοούν την τυχειότητα. Με άλλα λόγια, η καπιταλιστική ανάπτυξη στη σύγχρονη πολιτιστική βιομηχανία δεν επιτυγχάνεται με τη μαζική αναπαραγωγή ομοιογενών ταυτοτήτων στα πολιτιστικά προϊόντα που τυποποιείται στο στάδιο της παραγωγής και ολοκληρώνεται στο στάδιο της κατανάλωσης. Στην παγκόσμια πολιτιστική βιομηχανία τα πράγματα αποκτούν αξία καθώς μετασχηματίζονται μέσα από τη διαρκή κίνησή τους σε πολλαπλούς χώρους και χρόνους. Στο περιβάλλον αυτό τα πολιτιστικά προϊόντα αποκτούν ιδιότυπες οργανικές μορφές ζωής, αναπτύσσουν μια μορφή φουκωϊκής βιο-δυναμικής μέσω της οποίας αναπαράγεται παραγωγικά και η

εξουσία. Έτσι, η πολιτιστική παραγωγή δεν εδράζεται στην ανταλλακτική αξία των πολιτιστικών εμπορευμάτων αλλά στην αφηρημένη σημειωτική/εννοιολογική αξία των brands τα οποία παράγουν αυτο-τροποποιούμενα και διασυνδέουν μια σειρά από προϊόντα.

Η τάση για οργανική παραγωγή διαφόρων παρά η εγκαθίδρυση της μηχανιστικής αναπαραγωγής ομοιογενών πολιτιστικών εμπορευμάτων αποτελεί την κομβική διάκριση της σύγχρονης παγκόσμιας πολιτιστικής βιομηχανίας από την αντίστοιχη πολιτιστική βιομηχανία της εποχής του Adorno. Η διαφοροποίηση αυτή αποτελεί το βασικό μοτίβο ανάπτυξης των κεφαλαίων του βιβλίου στα οποία παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα μακροχρόνιας έρευνας σε επτά συνολικά παγκοσμιοποιημένα (αν και βρετανοκεντρικά κατά βάση στην επιλογή τους) πολιτισμικά αντικείμενα τα οποία ενσαρκώνουν την εκβιομηχάνιση της κουλτούρας (Wallace & Gromit, Toy Story, Young British Artists, Train-spotting) και την πολιτισμοποίηση της οικονομίας (Nike, Swatch, Euro 1996). Οι συγγραφείς δεν μελετούν την πολιτιστική παραγωγή των παραπάνω αντικειμένων εστιάζοντας σε σταθερές ή κορυφαίες στιγμές του κλασικού μοντέλου «παραγωγή-διανομή-κατανάλωση» ούτε αναλύουν κριτικά δυαδικά σχήματα του τύπου εσωτερικό-εξωτερικό, παγκόσμιο-τοπικό. Αντ' αυτού «ακολουθούν τα αντικείμενα» (following the objects), δηλαδή καταγράφουν τις διαδρομές, τους μετασχηματισμούς και τις σχέσεις των αντικειμένων με το περιβάλλον, παράγοντας όχι μόνο μια πολυ-τοπική εθνογραφία αλλά όπως προτείνουν μια τοπολογία ή χαρτολογία (cartology) κίνησης.

Στο πλαίσιο της παρούσης βιβλιοπαρουσίασης θα εστιάσουμε σε δύο κομβικά ζεύγη διεργασιών που χαρακτηρίζουν την τοπολογία κίνησης των υπό μελέτη αντικειμένων. Το πρώτο αφορά στις οργανωσιακές διεργασίες μετασχηματισμού του προϊόντος μέσα από την κίνησή του με όρους μετάφρασης (translation) και μεταστροφής (transposition). Κατά τη μετάφραση το αντικείμενο μετασχηματίζεται κινούμενο μέσα σε σχετικά σταθερές επικράτειες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η διαδρομή του Trainspotting από μυθιστόρημα σε κινηματογραφική ταινία, αφίσα, soundtrack, διάφορα προϊόντα προώθησης, θεατρικό έργο, κ.ά. Στην περίπτωση αυτή διατηρείται εν πολλοίς η συνοχή στο περιεχόμενο στην αισθητική και στο λόγο του αντικειμένου. Αν στη μετάφραση αναπτύσσεται μια γραμμική

χαρτογραφία (επ)έκτασης, στη μεταστροφή αναδεικνύονται μη-γραμμικά συντεταγμένες έντασης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα εδώ είναι η μεταφορά της «λογικής» του Trainspotting σε μια σειρά αφισών προώθησης όχι μόνο της ομώνυμης ταινίας αλλά και άλλων φορέων όπως εταιρείας αθλητικών παπουτσιών, υπηρεσίας σιδηροδρόμων, αλυσίδας καταστημάτων ρούχων, υπηρεσίας εύρεσης φοιτητικής στέγης, κ.ά. Στις εκδοχές αυτές διασπάται και αλλάζει το ενιαίο ύφος (βλ. ταυτότητα) στο περιεχόμενο στην αισθητική και στο λόγο του αντικειμένου προβάλλοντας, καλλιεργώντας και μετεξελίσσοντας συγκεκριμένες πτυχές του (όπως αυτές της νεότητας, του τρένου ως μέσου μεταφοράς, κ.ά.). Κατά τη μεταστροφή το πολιτισμικό αντικείμενο αναδημιουργείται μεταπλάθοντας πολλαπλά στοιχεία από την κουλτούρα και την κοινωνία τα οποία ενυπάρχουν οργανικά μέσα του και αναπτύσσονται περαιτέρω κατά την επαφή του με το περιβάλλον λειτουργώντας ως διακλαδώσεις που πολλαπλασιάζουν τις διαδρομές του αντικειμένου σε μια ριζωματικού τύπου χαρτογραφία.

Η ανοικτότητα και η πολλαπλότητα του αντικειμένου στη μεταστροφή υλοποιείται μέσα από απρόβλεπτες, καταστασιακού τύπου, τακτικές απο- και επανα-προσανατολισμού της υφιστάμενης πορείας του. Η δημιουργικότητα και επινοητικότητα των πρακτικών αυτών ωστόσο δεν μπορεί να δωθεί απλώς ως «από-τα-κάτω» αντίσταση και προσπάθεια χειραφέτησης από τους άνωθεν προκαθορισμένους σχεδιασμούς συμμόρφωσης αφού κατά τους συγγραφείς, και για τη σύγχρονη κοινωνική θεωρία γενικότερα, στη σύγχρονη πολιτιστική βιομηχανία οι σφαίρες της κουλτούρας και της οικονομίας δεν είναι απόλυτα διακριτές. Στο περιβάλλον αυτό, το κεφάλαιο δεν ξαπλώνεται μόνο μέσα από τη μαζική να παραγωγή ομογενοποιημένων πολιτιστικών προϊόντων αλλά κυρίως αναπτύσσεται μέσα από τις ρωγμές των μετασχηματισμών και των αλλαγών τους. Αν η κλασική πολιτιστική βιομηχανία εκφράζει το βιομηχανικό καπιταλισμό της μαζικής υποποίησης, η σύγχρονη πολιτιστική βιομηχανία επιτείνει την αποδιοργάνωση του κλασικού καπιταλισμού¹ συμβάλλοντας στην ανάπτυξη μιας παγκόσμιας πολιτιστικής οικονομίας όπου η (υπερ)αξία των προϊόντων στηρίζεται στην ιδιότητα τους αλλάζουν.² Με αυτή την έννοια, η μελέτη της κίνησης των πολιτιστικών αντικειμένων, δηλαδή των τρόπων που αλλάζουν σε σχέση με τον εαυτό τους και τα στοιχεία του περιβάλλοντος, αποτελεί σημαίνουσα μεθοδολογία μελέτης της σύγχρονης πολι-

τισμικής παραγωγής. Στο πλαίσιο αυτό, οι συγγραφείς διαπιστώνουν ένα δεύτερο ζεύγος βασικών και συσχετιζόμενων διεργασιών που αναπτύσσεται κατά την κίνηση των υπό μελέτη αντικειμένων.

Η πρώτη διεργασία αφορά στην τάση λειτουργίας των μέσων ως πραγμάτων (thingification of media) και συνδέεται με το φαινόμενο της βιομηχανοποίησης της κουλτούρας. Με ιδιαίτερες αναφορές στις ταινίες animation Toy Story και Wallace & Gromit, οι συγγραφείς παρατηρούν ότι ο τρόπος λειτουργίας των μέσων σήμερα τείνει να γίνεται περισσότερο τελεστικός (operational) και παιγνιώδης παρά αναπαραστατικός και κειμενικός. Τα σύγχρονα μέσα δεν είναι απλώς υποδοχείς και μεταφορείς κωδικοποιημένων μηνυμάτων αλλά εύπλαστες επιφάνειες εξερεύνησης των δυνατοτήτων τους ως πολιτισμικές τεχνολογίες. Έτσι, για παράδειγμα, ο σχεδιασμός ενός χαρακτήρα στα υπό μελέτη animation δεν έπεται του σεναρίου αλλά συνεξελίσσεται και πολλές φορές το διαμορφώνει μέσα από τις παιγνιώδεις επιλογές του χρώματος, των γραμμών, της υφής, της κίνησης της εικονικής κάμερας στο περιβάλλον του υπολογιστή, την ευπλασία του αντικειμένου, κ.ά. Επιπρόσθετα η ταυτότητα του χαρακτήρα δεν πλάθεται μόνο δραματουργικά στην αφήγηση του φιλμ αλλά υλοποιείται και πέραν αυτού. Έτσι στο Toy Story η δημοφιλής φιγούρα δεν είναι ο Σερίφης Woody, ο οποίος ως παιχνίδι συνειδητοποιεί τη φθαρτότητα και την αντικαταστασιμότητά του, αλλά ο Buzz Lightyear, ο οποίος εμμένοντας στο ρόλο του ως παιχνίδι (είναι ο φύλακας του διαστήματος, βρίσκεται σε αποστολή, κ.ά.) παρεμβαίνει στα γεγονότα διεκδικώντας τη δική του ζωή. Αυτή επεκτείνεται και έξω από τον κόσμο του φιλμ μέσα από τη δημιουργία ενός ευρύτερου εμπορευματοποιημένου συστήματος αντικειμένων (υλικά παιχνίδια, μπλούζες και στολές, εικόνες, screensavers, κ.ά.). Με αυτή την έννοια η μεταμοντέρνου τύπου επιφανειακότητα στη λειτουργία των μέσων ως πραγμάτων συνθέτει το χώρο των ανυσματικών κινήσεων του αντικειμένου και γενικότερα των ροών της παγκόσμιας πολιτιστικής βιομηχανίας.

Το κάθε πολιτιστικό αντικείμενο, λοιπόν, δεν μία ενιαία και περιεκτική οντότητα αλλά ένα δυναμικό σύστημα σχέσεων που πραγματοποιείται (actualized) σε ποικίλες μορφές. Κατά τη διεργασία αυτή, τα αντικείμενα αναπτύσσονται ως ζώντες οργανισμοί ανταλλάσσοντας πληροφορίες με άλλα στοιχεία/συστήματα του περιβάλλοντός τους και με όρους δομικής σύζευ-

ξης (structural coupling).³ Κατά τη διαδικασία αυτή, το πολιτιστικό αντικείμενο ως σύστημα σχέσεων δεν ενσωματώνει στοιχεία από άλλα συστήματα ως εάν να επρόκειτο για εξωτερικά στοιχεία αλλά συγχρονίζεται με αυτά δημιουργώντας μια ιστορία αμοιβαίων δομικών μεταβολών. Έτσι, για παράδειγμα, η ιστορία της εταιρείας Nike δεν περιορίζεται στην παραγωγή αθλητικών παπουτσιών αλλά αναπτύσσεται με μια σειρά υλικών και άυλων προϊόντων που είναι πραγματώσεις των διαρκών αλληλεπιδράσεων της εταιρείας με τη γεωπολιτική της εργασίας, τα μέσα, τα αθλητικά γεγονότα, τους αθλητές-σταρ, το κοινωνικό φαντασιακό των καταναλωτών, κ.ά. Ευρισκόμενο σε κατάσταση πολυσχιδούς αυτο-διαφοροποίησης, το πολιτιστικό αντικείμενο/σύστημα παράγει μια σειρά από διαφορετικά προϊόντα τα οποία ενοποιούνται γύρω από ένα μεγάλο αφηρημένο αντικείμενο που είναι το brand, π.χ. το όνομα και το λογότυπο της Nike. Τα τελευταία σηματοδοτούν την κίνηση των εκάστοτε διαφορετικών προϊόντων μέσα από αυτό που οι συγγραφείς ονομάζουν μεσοποίηση των πραγμάτων (mediation of things). Η διαδικασία αυτή δεν αναφέρεται σε μια ερμηνευτικού τύπου αποκωδικοποίηση του κατοχυρωμένου λογότυπου (trademark) αλλά στην ιδιότητά του να προβάλλει και να οργανώνει την κίνηση των προϊόντων σε διεσπαρμένους χωρο-χρόνους και διαφοροποιημένες υλικότητες. Η μεσοποίηση των πραγμάτων, η οποία συνδέεται με το φαινόμενο της πολιτισμοποίησης της οικονομίας, είναι κομβικής σημασίας στο μαζικό χαρακτήρα των αντικειμένων στην παγκόσμια πολιτιστική βιομηχανία. Ο χαρακτήρας αυτός, ωστόσο, δεν εκλαμβάνεται με όρους εξισωτικής ομοιογένειας αλλά ως εύπλαστο πύκνωμα που δημιουργεί πολλαπλές μορφές μέσα από την κίνηση συγκέντρωσης και διάχυσης των στοιχείων του.⁴

Σύμφωνα με τα παραπάνω, τα αντικείμενα ως συστήματα σχέσεων δεν είναι ενιαία, προκαθορισμένα ούτε εξωτερικά επικαθορισμένα αλλά συνιστούν εκδοχές πραγματοποίησης εσωτερικών ιδιοτήτων τους κατά την επαφή με το περιβάλλον στο χρόνο. Με αυτή την έννοια το κατηγορηματικό «παγκόσμιο» (global) στη σύγχρονη πολιτιστική βιομηχανία δεν αναφέρεται στην ολοκληρωτική επικάλυψη ενός δοσμένου χωρο-χρονικά πλαισίου μέσω της επέκτασης της κυκλοφορίας των πολιτιστικών αντικειμένων ως διακριτές μονάδες. Περισσότερο περιγράφει πώς τα αντικείμενα σε επιτεινόμενη κίνηση, λειτουργώντας ως μονάδες α la Leibniz, δημιουργούν

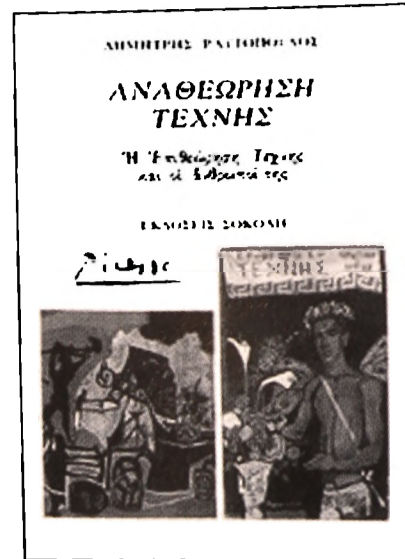
το χώρο και θέτουν σημεία στίξης στο χρόνο μέσα από την πραγματοποίηση των πολλαπλών πιθανών καταστάσεών τους.

Στο βιβλίο *Global Culture Industry* οι συγγραφείς Scott Lash και Celia Lury συνδυάζουν θεωρίες και έννοιες από ένα ευρύτατο φάσμα των κοινωνικών επιστημών (από τη φιλοσοφία, την ανθρωπολογία, κοινωνικές αναλύσεις της οικονομίας, την επικοινωνία, κ.ά.) με μια πληθώρα εμπειρικών δεδομένων η οποία προκύπτει από μακρόχρονη και πολυτοπική έρευνα πεδίου. Ο συνδυασμός «υψηλής» θεωρίας με εμπειρικά τεκμηριωμένη έρευνα επιτρέπει την καλύτερη κατανόηση, αλλά και κριτική στην κατάχρηση, των κατά κανόνα δυσνόητων εννοιολογικών εργαλείων μελέτης της σύγχρονης παραγωγής του πολιτισμικού όπως αυτών της κίνησης, της δυναμικότητας, της πολλαπλότητας και του συμβάντος τα οποία υπερβαίνουν τη μοντερνιστική λογική των καθαρών δομών αλλά και το μεταμοντέρνο εξισωτικό σχετικισμό. Η επιστημολογική αυτή υπέρβαση είναι σύμφυτη με τη διερώτηση της στερεότυπης θέσης και των πρακτικών του κοινωνικού επιστήμονα. Στη μεθοδολογία «ακολουθώντας το αντικείμενο», οι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι σε διάκριση από τον εμπειρισμό και τη φαινομενολογία, οι ερευνητές δεν βρίσκονται σε ένα ουσιωδώς διαφορετικό στάτους από τα εξέταση αντικείμενα αλλά συνθέτουν σχεσιακούς κόσμους. Έτσι οι παραθέσεις των συνεντεύξεων και των φωτογραφιών δεν λειτουργούν ως τεκμήρια καταγραφής μιας ήδη υπάρχουσας κατάστασης αλλά ως στιγμιότυπα των μεταβαλλόμενων θέσεων της ροής των αντικειμένων ενώ η επιλογή διαφορετικών γραμματοσειρών και μορφοποιήσεων κειμένου στο βιβλίο δεν αντιπροσωπεύουν τις διαφορετικές γραφές των συγγραφέων αλλά τις πολλαπλές χρονικότητες που διασταυρώνονται και συγκλίνουν δημιουργώντας τη βιογραφία του αντικειμένου. Επιπρόσθετα, οι συγγραφείς θεωρούν ότι η προτεινόμενη μέθοδος δεν διαχωρίζεται από το ίδιο το φαινόμενο της ανάδυσης της παγκόσμιας πολιτιστικής βιομηχανίας. Αυτό σημαίνει ότι η «κλασική» πολιτιστική βιομηχανία του Adorno δεν έχει εξαφανιστεί. Οι συγγραφείς ανιχνεύουν και ακολουθούν τάσεις και με αυτή την έννοια τα επιλεγμένα πολιτισμικά αντικείμενα δεν αποτελούν αντιπροσωπευτικό δείγμα αυτού που συνήθως θεωρούμε ως παγκόσμια πολιτιστική βιομηχανία αλλά χαρακτηριστικές περιπτώσεις που ενσαρκώνουν καλύτερα τις νέες τάσεις. Εδώ ακριβώς έγκειται η ιδιαίτερη συμβολή του βιβλίου στο κομβικό σήμερα ζήτημα της εντεινό-

μενης αλληλεπίδρασης κουλτούρας, οικονομίας και κοινωνίας. Το βιβλίο αυτό δεν αναπαράγει ποικιλοτρόπως την πολεμική για την αλλοτριωτική ή και χειραφετική λογική της εμπορευματοποιημένης πολιτιστικής παραγωγής ως εάν να βρισκόμαστε ακόμη στην εποχή της ψυχροπολεμικής προβολής της κατανάλωσης ως εμβλήματος προόδου του δυτικού κόσμου. Αντ' αυτού οι συγγραφείς συμβάλλουν εμπειριστικά στην ανίχνευση βασικών αρχών στην εξέλιξη του παγκοσμιοποιημένου καπιταλισμού και των νέων τεχνολογιών της πληροφορίας και της γνώσης όπου κεφάλαιο και εξουσία δεν αναπτύσσονται μόνο με «εξωτερικούς» μηχανισμούς επικυριαρχίας αλλά κυρίως μέσα από «εσωτερικές» διεργασίες αναστοχασμού και δημιουργικότητας.

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

- 1 Βλ. Scott Lash. & John Urry, *The End of Organized Capitalism*, Polity Press, Cambridge 1987.
- 2 Βλ. Arjun Appadurai, *Modernity at Large*, University of Minnesota Press, Minneapolis and London 1996, σ. 27-47.
- 3 Επ' αυτού βλ. Humberto Maturana & Francisco Varela, *Το Δέντρο της Γνώσης: Οι βιολογικές ρίζες της ανθρώπινης νόησης*, Κάτοπτρο, Αθήνα 1992, σ. 98-103.
- 4 Για την εκδοχή αυτή του ορισμού του μαζικού βλ. Robert Cooper, «Interpreting mass: collection/dispersion» στο Nick Lee & Roland Munro, (eds), *The Consumption of Mass*, Blackwell Publishers, Oxford 2001, σ. 16-43. Επίσης βλ. το λήμμα «Masses» στο Raymond Williams, *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*, Oxford University Press, Oxford 1985, σ. 192-197.



Με αφορμή το βιβλίο

Δημήτρης Ραυτόπουλος, *Αναθέωρηση Τέχνης, Η Επιθεώρηση Τέχνης και οι άνθρωποί της*, Εκδόσεις Σοκόλη, Αθήνα 2006, 240 σ.

Αγγελική Κουφού

Κριτική και λόγος τον καιρό των δολοφόνων'

Το βιβλίο του Δημήτρη Ραυτόπουλου αναψηλαφεί την πορεία της *Επιθεώρησης Τέχνης*, ενός ιδιαίτερα σημαντικού για την εποχή καλλιτεχνικού περιοδικού που λειτούργησε καταλυτικά στον χώρο της Αριστεράς, κερδίζοντας παράλληλα ευρύτερη αναγνώριση λόγω της ποιότητας της κριτικής του. Με την ιδιότητα του κριτικού -του σημαντικότερου στο περιοδικό μαζί με τον Κώστα Κουλουφάκο- ο Δ. Ραυτόπουλος διεξέρχεται τα δώδεκα χρόνια κυκλοφορίας της *ΕΤ*, με αφορμή την παρέλευση πενήνταετίας από την έκδοσή της, αποτιμώντας την συνεισφορά της και επιχειρώντας την ανασύσταση του πολιτικού κλίματος της εποχής. Η κυκλοφορία του βιβλίου έρχεται σε μια περίοδο, κατά την οποία το ενδιαφέρον για το εκδοτικό εγχείρημα του περιοδικού έχει αναζωπυρωθεί, καθώς η φυσιογνωμία και η ανανεωτική του συνεισφορά έγινε αντικείμενο αφιερωμάτων περιοδικών, επιστημονικών συμποσίων, συζητήσεων και μελετών.² Στο περιεχόμενο του Α' μέρους του βιβλίου συγκαταλέγονται συμμετοχές του Δ. Ραυτόπουλου στις προαναφερθείσες δραστηριότητες, δημοσιευμένες και αδημοσίευτες συνεντεύξεις, θραύσματα μιας προσπάθειας χαρτογράφησης και ανασυγκρότησης του πεδίου άρθρωσης ενός αντιρρητικού στην κομματική ορθοδοξία λόγου. Στο Β' μέρος του βιβλίου παρουσιάζονται κείμενα του συγγραφέα για τους τρεις εκλιπόντες της συντακτικής ομάδας του περιοδικού.

Η Αγγελική Κουφού είναι ιστορικός.