A DISTRUS CAPITALISMUL CULTURA ÎNALTĂ?

Autor: Robert Gabriel Ciobanu | 28 martie 2022



Cu toate că a adus o îmbunătățire substanțială vieții oamenilor din întreaga lume, capitalismul a fost întâmpinat, în ultimii două sute de ani, cu numeroase critici. Dincolo de diferențele fundamentale care îi despart, conservatorii, comunitarienii, socialiștii și ecologiștii se întâlnesc într-un punct: critica adusă capitalismului. Una dintre ideile care țin laolaltă aceste critici este aceea că, departe de a fi un mod neutru de a organiza relațiile de schimb, capitalismul presupune un etos specific, un *spirit* care dezumanizează, erodează comunitățile, încurajează consumul, risipa și competiția, transformă interacțiunile umane în relații tranzacționale și distruge arta și cultura. Capitalismul, conform acestor critici, presupune un cadru mental în care căutarea profitului și încercarea permanentă de a reduce ineficiența sunt forța motrice a acțiunii umane. În goana după înavuțire, oamenii formați în spiritul capitalismului renunță la acele îndatoriri care, departe de a le aduce vreun câștig material, presupun tocmai renunțarea la el. Capitalismul înlocuiește acțiunea gratuită, din datorie, cu acțiunea contractuală, motivată de profit.

Nu doar oamenii sunt tratați instrumental în capitalism, dar și produsele artistice, afirmă criticii. Atât oamenii, cât și tablourile, cărțile și concertele de muzică clasică sunt o marfă care are o valoare de piață exprimată monetar. Chiar dacă uneori acceptă că valoarea de piață este doar un înveliș exterior, ce reflectă numai gusturile și preferințele oamenilor la un anumit moment, conservatorii și comunitarienii susțin deopotrivă că această aparență exprimată monetar ajunge să pervertească felul în care ne raportăm la oameni, artă și cultură. Critica este corectă până într-un punct, în sensul că această „pervertire” a percepției – adică focalizarea atenției pe valoarea financiară, în detrimentul valorii intrinseci – poate eroda felul în care ne *raportăm* la oameni și

creațiile artistice, dar cu siguranță nu le schimbă natura. Ar fi greșit să credem că valoarea intrinsecă a unui om poate fi redusă la valoarea de piață a aptitudinilor sale. Pe de altă parte însă, integritatea sau curajul, adică tocmai acele caracteristici pe care le considerăm dezirabile în ele însele, cresc valoarea de piață a unui om.

Fără a distruge valoarea intrinsecă, capitalismul adaugă un strat care, cu toate că a existat întotdeauna, a ieșit în prim plan odată cu secolele al optsprezecelea și al nouăsprezecelea. Chiar dacă în multe cazuri valoarea exprimată monetar reflectă și valoarea intrinsecă a bunurilor, cele două nu se suprapun mereu. Din contră, uneori lucrurile stau pe dos. De pildă, pentru a oferi un exemplu banal, de multe ori găsim în anticariate cărți excelente la prețuri modice și cărți proaste la prețuri mari. Prețul reflectă – cel puțin teoretic – preferințele consumatorilor; sistemul de prețuri este echivalentul unui sondaj permanent, mereu în mișcare, care se ajustează cu fiecare decizie individuală. De multe ori însă, sistemul de prețuri nu este o reflexie fidelă a preferințelor consumatorilor, căci între preferințe și prețul unui bun intervin alte elemente care distorsionează, în final, prețul.

De ce preferințele consumatorilor arată astăzi în felul acesta? Ce anume le determină? De ce oamenii din societățile occidentale preferă, în majoritatea lor, muzica pop muzicii clasice și arta modernă artei renascentiste? De ce literatura de dezvoltare personală este preferată lui Dante, Shakespeare și Goethe? Explicațiile posibile sunt numeroase: o regresie generalizată a IQ-ului; o scădere a calității învățământului și a timpului *efectiv* dedicat studiului; apariția unor alternative ușoare la ceea ce sociologii numesc „cultură înaltă”; dispariția aristocrației și erodarea clasei de mijloc, care păstra și perpetua modelul omului educat; sau, în fine, o combinație a tuturor acestor elemente, în proporții diferite, în funcție de context. Întrebarea de fond în această situație este: cât de responsabil este capitalismul – definit, *grosso modo*, ca acel sistem economic în care dreptul de proprietate asupra bunurilor poate fi înstrăinat – de apariția sau, mai precis, de acutizarea acestor factori?

Să ne oprim asupra relației dintre capitalism și cultura înaltă. Există un argument care susține că astăzi, mai mult ca oricând, elementele culturii înalte sunt produse și reproduse într-un număr mai mare decât oricând în istorie. Niciodată în istorie, susține acest argument, nu s-a interpretat mai mult Bach și Mozart, nu s-a tipărit mai mult Platon și Kant, nu a fost accesibil un număr atât de mare de opere de artă și cărți. Trăim, cu alte cuvinte, în epoca în care accesul la cultura înaltă – atât datorită cvasi-inexistenței barierelor de intrare, cât și datorită creșterii producției și replicării, făcută posibilă, printre altele, de revoluția digitală – nu a fost niciodată la o asemenea scară. Cu toate acestea, de ce percepția și intuiția noastră susțin contrariul?

Unul dintre posibilele răspunsuri este acela că, chiar dacă producția totală a acestor tipuri de bunuri a crescut, consumul lor relativ a scăzut, raportat la aceeași cohortă. Să

ne gândim la oamenii cu studii superioare, principalii consumatori ai culturii înalte. Producția totală este un trend ascendent care îl urmează pe cel demografic. Creșterea producției acelor elemente care compun cultura înaltă și creșterea populației merg împreună, chiar dacă într-un ritm diferit. Dacă populația Statelor Unite era de aproximativ 5 milioane la începutul lui 1800, astăzi depășește 300 de milioane. Același *pattern* de creștere, cu particularitățile sale, există și în țările europene.

Producția de elemente ale culturii înalte respectă același *pattern* de creștere. La fel și mulțimea persoanelor cu studii superioare. Crește numărul populației, crește numărul persoanelor cu studii superioare și la fel crește și producția elementelor de cultură înaltă. Pentru a vedea însă dacă într-adevăr se consumă mai multă cultură înaltă decât acum 200 de ani, trebuie să vedem cum a evoluat consumul relativ. Trebuie să stabilim, cu alte cuvinte, dacă creșterea mulțimii de persoane cu studii superioare este cumva mai mică sau egală cu creșterea producției elementelor de cultură înaltă. Dacă este mai mică, atunci consumul real de cultură înaltă a crescut. Dacă este egală, a rămas constant. Dacă este însă mai mare, atunci consumul real a scăzut. Desigur, acest răspuns – care, în realitate, este mai mult o ipoteză de cercetare – ar trebui probat empiric. Însă formulată astfel, avem o primă încercare de răspuns care pune într-un context mai general adevărul afirmației că niciodată în istorie nu s-au produs și reprodus mai multe elemente ale culturii înalte și arată că acest lucru, deși necesar, nu este suficient pentru a înțelege relația dintre capitalism și cultura de astăzi. Este necesar, așadar, să înțelegem și evoluția consumului de cultură înaltă.

Dar mai există un răspuns care, cu toate că este mai speculativ, oferă o justificare a percepției și intuției noastre vis-à-vis de relația dintre capitalism și cultura înaltă. Am început prezentarea argumentului folosind termenul „elemente ale culturii înalte”. Poate că producția elementelor culturii înalte a crescut, dar înseamnă aceasta că, într-adevăr, cultura înaltă este perpetuată? Cultura înaltă este un sistem, compus desigur din elemente individuale. O bună parte dintre sociologii, criticii literari și filozofii culturii care s-au apropiat de problema culturii înalte au dezbătut, pe de o parte, criteriile după care anumite opere pot fi încadrate în canonul culturii înalte și, pe de altă parte, care opere se încadrează conform criteriilor respective în acest canon. Odată stabilit care este înțelesul „culturii înalte” și care sunt obiectele ce constituie acest canon, cultura înaltă capătă sens. Dar valoarea ei este dată de întreg, nu de părți. Când crește producția elementelor culturii înalte, fără a crește însă întregul culturii înalte, nu putem vorbi, de fapt, de o creștere reală a consumului culturii înalte.

Cu toate că nu capitalismul este responsabil de diminuarea culturii înalte, trebuie să recunoaștem că tratarea acestor elemente doar ca niște opțiuni printre multe altele pe piață, deposedate, cu alte cuvinte, de caracterul normativ ce până acum deriva din însăși valoarea lor intrinsecă, va încuraja alternativele *light*. Cultura pop este o alternativă *light*; și ea reflectă aceleași aspirații profund umane pe care le reflectă și

cultura înaltă, dar la nivele de sondare incomparabil reduse. Când o bună parte din *business* înseamnă *marketing* și strategii de promovare, destinul culturii înalte va depinde de instituția mecenatului. Iar dacă ne uităm în istorie, observăm că aproape niciodată cultura înaltă – de la vechii greci până la artiștii Renașterii – nu a depins cu totul de mecanismele pieței libere.

Imagine: Dan Crețu; Sursa: My Modern Met