

1: בתשובה לשאלה זו אתייחס למאמר של פייר בורדייה The production of belief: contribution to an economy of symbolic goods ולמאמרו של פול דימאג'ו יזמות תרבותית בבוסטון של המאה התשע עשרה. אצל שני ההוגים יש התייחסות להיררכיות בתרבות, אלא שכל אחד מהם מטפל בסוגיה מנקודת מבט שונה, כפי שאראה להלן. המאמר של בורדייה עוסק בתפקידים של סוכני האמנות למיניהם ביצירת ערכה של אמנות זו, ובשדה ייצורה, על רקע ההכחשה המקובלת של יישומם של עקרונות כלכליים על התרבות והאמנות, כי זה לא מתאים. הכחשה זו נובעת משיפוט ערכי של אמנות לעומת כסף, דהיינו היא ביטוי של ההיררכיה התרבותית בין היצירה לבין ההון. לדעתו של בורדייה, הצבירה של הון סימבולי-תרבותי על ידי אלה שמצליחים לממש אותו גם מבחינה כלכלית היא תנאי הכרחי להישרדותה של האמנות. בורדייה מטפל בתפיסות ההיררכיות של יוצר האמנות כנעלה ומקודש לעומת הסוכן או הנציג הפשוט- מי שאמור למכור את האמנות לקהל היעד שלה ולעסוק לכאורה בעבודה מלוכלכת. הוא מציג שאלה חתרנית שמערערת היררכיות אלה והיא: מי הוא באמת היוצר של יצירת אמנות? האם רק הסופר, הצייר, הפסל והמלחין או האמרגן, הסוכן והמוציא לאור? זו היא למעשה שאלת המחקר של המאמר הזה. בתשובה לשאלה זו בורדייה שובר את ההיררכיה המסורתית וטוען כי מי שמביא את האמנות לקהל אינו רק סוכן תרבות אלא הוא שמקנה ליצירה את ערכה ומשמש מעין בנקאי של ההון הסימבולי-תרבותי שטמון בה, כי הוא משקיע בה ומאמין בה. גם טענה זו מכילה היררכיה תרבותית שכן אותו סוכן תרבות שיש לו כריזמה נחשב לפי בורדייה למיוחד ואיכותי בגלל הכוח שיש לו לשווק את האמן וגם לתמוך בו ברגעים קשים מבחינה כלכלית. כלומר יש כל מיני סוגי סוכנים, המשחקים בשדה הייצור, שהסיווג ההיררכי שלהם מוליד גם את הסיווג ההיררכי של האמנות אותה הם מייצגים. המוניטין התרבותי לפי בורדייה אינו אלא מדד להצלחה השיווקית של האמנות, ואין הוא קשור בהכרח לאיכותה. כך נוצרת היררכיה כלכלית על פיה התרבות היא עסק לכל דבר ומי שמנהל אותו לפי עקרונות עסקיים- הוא זה שיצליח לגרום לכך שהאמן אותו מייצג יזכר כאמן גדול. דהיינו נוצרת על כן תלות של סיבה ותוצאה בין ההון לבין האמנות, וההיררכיה התרבותית היא תוצאה של תלות זו.

לפיכך, סוכני האמנות למיניהם הם בעלי הכוח בשדה הייצור התרבותי והם מכוננים את הסיווג ההיררכי של האמנות- נשגב ונחות, מה קלאסי ומה פופולרי, ויוצרים סימביוזה הכרחית בין האמנות לבין ההון, שד בבד עם נחיצותה היא מוכחשת כאמור. הכרח זה מביא לכך שמוסדות המייצרים תרבות כמו תיאטראות, בתי אופרה וחברות המפיקות סרטי קולנוע בנויים לפי תבנית עסקית תרבותית שמוכתבת על ידי הצרכים של קהל היעד. הרפרטואר, תמחור הכרטיסים והמשאבים המושקעים בהפקות נבנים כך שיימכרו היטב ככל האפשר. לכן, ההיררכיה המעמדית שעומדת למעשה ביסודן של התיאוריות של בורדייה, משחקת תפקיד חשוב גם בנושא התפקוד הרפרטוארי-עסקי של מוסדות אלה. כך נוצרים מוסדות תרבות המיועדים לסטודנטים צעירים מחד וכאלה המיועדים לקהל בורגני מבוסס מאידך, והנוף של מוסדות אלה תואם בעצם את הנוף החברתי של הקהילה אותה הם משרתים ואת המעמדות השונים בה- דהיינו זוהי עוד צורה של היררכיה תרבותית. כתוצאה מכך, נוצרת גם היררכיה בין תרבות שוליים חדשנית, אוונגרדית, ובין תרבות מסורתית קלאסית לכאורה, בה אין לגעת. קלסיפיקציה נוספת של התרבות נוצרת על ידי הביקורת בתקשורת הכתובה והדיגיטלית, וגם כאן יש היררכיות שלעיתים סותרות את ההיררכיות המקוריות, כאשר קורה שהאוונגרד ההיפסטרי הופך להיות נחשב יותר מהבורגני המסורתי הקלאסי. כך נוצר שדה ייצור תרבותי, בו היוצר שהביא לעולם את היצירה הולך לאיבוד מבחינה מסוימת בערפל של השיווק, המכירה, הביקורת והמסורת, אלא שיתכן שאלמלא ערפל זה, שדה הייצור התרבותי, כולל את היוצר עצמו, היצירה הייתה נותרת בתהום הנשייה. כל הגורמים שנמצאים מסביב הם בעלי הכוח לשכנע את קהל היעד ובכך להפוך את יצירת האמנות לנצחית. ההשקה בין האמנות לבין הביזנס, על פי בורדייה היא שדה ייצור היררכי לכל דבר. השבירה של ההיררכיה המסורתית בין אמנות גבוהה לבין הון נמוך היא שעומדת בבסיס מאמרו של בורדייה.

פול דימאג'ו מציג מקרה בוחן של תהליך תרבותי שהוא היררכי מטבע ברייתו בהיותו נשען על המבנה המעמדי של הקהילה: רצון של אליטות חברתיות ליצור אמנות גבוהה לפי טעמן ולבדל אותה מכל אמנות אחרת, באופן אקטיבי, ובכך לשמור על עליונותם המעמדית באמצעות פרספקטיבת הפקה. יזמים שלא הסתפקו בהיותם קהל יעד פסיבי בדיעבד לאמנות גבוהה ביקשו והצליחו לארגן ולנהל אותה על פי תפיסותיהם המעמדיות מראש. דימאג'ו טוען שהאליטות החברתיות בארצות הברית, ובבוסטון הברהמינים של בוסטון,¹ שאפו ליצור ממסד תרבותי עליון, על ידי הקמת מוסדות מודרניים שיענו לדרישותיהם. דימאג'ו מכנה אותם קפיטליסטים תרבותיים מאחר שהשקיעו מהונם, אותו צברו בעסקים בארצות הברית של ראשית המאה העשרים, בהקמת מוסדות תרבות של אמנות גבוהה דוגמת

¹ כת הברהמינים (הכהנים) היא קאסטה אליטיסטית בהודו, שהשייכות אליה היא מלידה.