

7
DOR
1203
3517
KNJIŽNICA HRVATSKIH STUDIJA

7.067.6(091)

DORFL

kič

1203

3517



ISBN 953-6168-39-1



9 789536 168392

KIČ

GILLO DORFLES



GILLO DORFLES



ANTOLOGIJA
LOŠEG UKUSA

GOLDEN MARKETING

Gillo Dorfles
KIČ

Copyright © 1997, Golden marketing, Zagreb

Nakladnik
Golden marketing
Šenoina 28, Zagreb

Za nakladnika
Franjo Maletić, dipl. prav.

Naslov izvornika
Gillo Dorfles
IL KITSCH
antologia del cattivo gusto
© 1990 Nuove edizioni Gabriele Mazzotta
Foro Buonaparte 52 - 20121 Milano
Prima edizione 1968, Quinta edizione 1990.

GILLO DORFLES

KIČ

ANTOLOGIJA LOŠEG UKUSA

Prilozi

John McHale, Karl Pawek, Ludwig Giesz, Lotte H. Eisner,
Ugo Volli, Vittorio Gregotti, Aleksa Čelebonović

Ogledi

Hermann Broch i Clement Greenberg

Prevela

Markita Franulić

Golden marketing
Zagreb, 1997.

Sadržaj

PREDGOVOR PETOM IZDANJU	7
UVOD	21
KIČ	25
MIT I KIČ	50
Bilješke o problemu kiča - <i>Hermann Broch</i>	59
Kič i «umjetnost s porukom» - <i>Hermann Broch</i>	78
Reakcionarna tehnika «efekta»	80
Kič i romantizam	82
Zamjena konačnoga s beskonačnim	83
Prikazivanje zla	85
SPOMENICI	87
Prijenos iz medija u medij	93
Zaručnici & Co.	94
Leonardo & Indija u Los Angelesu	99
Plastični Partenon - <i>John McHale</i>	101
POLITIKA	114
Avangarda i kič - <i>Clement Greenberg</i>	117
ROĐENJE I OBITELJ.	130
SMRT	135
RELIGIJSKI KIČ	140
Kršćanski kič - <i>Karl Pawek</i>	143

TURIZAM I PRIRODA	153
Kič čovjek kao turist - <i>Ludwig Giesz</i>	159
REKLAME	175
FILM	195
Kič na filmu - <i>Lotte H. Eisner</i>	197
MORALI I PORNOKIČ	219
Pornokič	220
Pornografija i pornokič - <i>Ugo Volli</i>	222
STYLING I ARHITEKTURA	253
Kič i arhitektura - <i>Vittorio Gregotti</i>	256
TRADICIONALNI KIČ	279
Bilješka o tradicionalnom kiču - <i>Aleksa Čelebonović</i>	282
ZAKLJUČAK	293
Autorova bilješka	305
Bibliografska bilješka	307
Kazalo ilustracija	309
Kazalo imena	313
GILLO DORFLES - <i>Zvonko Maković</i>	321

PREDGOVOR PETOM IZDANJU

Dvadeset godina kratko je razdoblje, ali dovoljno da bi se preobrazio neki pojam, srušila neka tendencija, promijenio ukus.

Upravo se s tom pretpostavkom spremam, nakon pune dvadeset i dvije godine, na ponovno predstavljanje ove antologijske knjige, koja je svojom pojavom označila (što tvrdim bez ikakva umišljanja) popularizaciju jednog pojma koji je bio u uporabi samo u zemljama njemačkog govornog područja, dok je do tada u Italiji bio gotovo nepoznat. Dugo sam razmišljao je li shodno da u tom novom izdanju izvršim neke promjene u strukturi ili ikonografskom aparatu ili ne, te sam na kraju, zajedno s Gabrieleom Mazzottom koji se, kao i u prijašnjim izdanjima, bavio izborom ilustracija, odlučio djelomično obnoviti ikonografski aparat, a izvorne tekstove ostaviti nepromijenjenima, ukoliko još mogu biti temeljem onoga što je bila prva autentična definicija kiča. U ovom kratkom uvodnom dijelu samo ću precizirati promjene koje su se oko njega u međuvremenu isplele: riječ je o bitnim promjenama koje se ne mogu zanemariti, ali koje ipak ne umanjuju vrijednost početne impostacije problema, kako sam ga svojedobno koncipirao.

Sam termin kič, u doba kada se ova knjiga prvi put pojavila, neupitno je odgovarao pojmu «loš ukus», te je kao takav obuhvaćao sve one oblike «neumjetnosti», «subumjetnosti» i «pseudoumjetnosti», koji su bili estetskom (štoviše antiestetskom) hranom «trijumfirajuće buržoazije». (Poznato je, kao što sam još onda rekao, da je pravi kič nastao sredinom 19. stolje-

ća, kada dolazi do prodora industrijalizacije i pojave brojnog građanskog staleža u Europi. To je posve suprotno mišljenju onih koji smatraju da se može uočiti postojanje određene «kič konstante» u svim razdobljima, čak i u vrlo dalekoj prošlosti.)

No, u te dvadeset i dvije godine mnogo se toga promijenilo i sigurno je beskorisno ponovno ponuditi, kao što je nedavno napravljeno, svete tekstove jednoga Brocha (onima koji ih još ne poznaju) ili Molesove, koji su manje sveti, ali prije mogu poslužiti kao udžbenici koji su i sami već određeni vremenom, da bi se već prevladano značenje tog termina učinilo vjerodostojnim.

Danas, ipak, smatram da se ogleđi iz ove knjige mogu ponovno ponuditi za točno sređivanje glavnih pitanja i glavnih «tipologija» kiča, koje smo u ono doba uzeli u razmatranje (arhitektonski, posmrtni, mitski, turistički, filmski kič, itd.), ali samo ako se dovoljno pozornosti posveti ponajprije jednoj činjenici, a to je unosenje kič elementa u samu srž današnjeg umjetničkog stvaralaštva.

Hoću reći da su mnogi, čak pretjerano mnogi elementi, kojima bismo nekad pripisali oznaku «lošeg ukusa», proteklih desetljeća postali dijelom umjetničkih djela i umjetnosti (one koja se «službeno» smatra takvom), zbog čega je distinkcija između dviju suprotstavljenih kategorija: «umjetnosti» i «neumjetnosti» postala mnogo problematičnijom, a često i naprosto nemogućom.

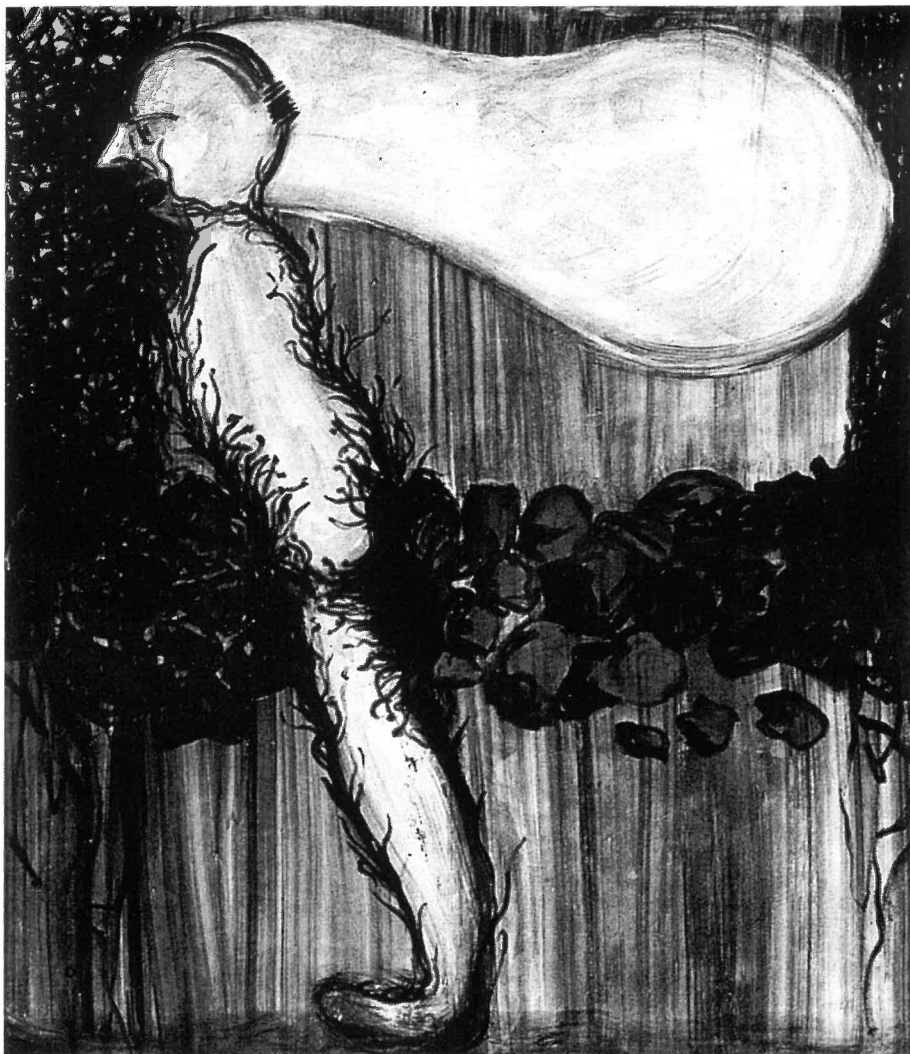
Već sam na stranicama ove knjige naznačio taj fenomen, kada sam, na primjer, spominjao i reproducirao neka djela, poput Bajevih (*Dolazak ultratijela*) koja su rabila već prije oslikane podloge loših komercijalnih slikara, otkrivajući da se umjetnik služio elementima posuđenim od kiča, da bi na taj način istaknuo svoju kompoziciju, čiji je cilj namjerno oskvrnjivanje. Ali uvijek je bila riječ o graničnim slučajevima u kojima se «K» element koristio tako da ostane jasno odvojen i odijeljen od pravog «umjetničkog». Nasuprot tome, u posljednje vrijeme stvari su postale složenijima: iako je pojava konceptualne umjetnosti, na primjer, naizgled «očistila» umjetnički ambijent od pretjeranog trpljenja, s druge je strane poništila ili posve smanjila težinu «estetskog predmeta» kao takvog. Bilo je očito, zatim, da struje poput *pop-arta*, a potom i *arte povera*, predmetu vraćaju vrijednost, te se više ne uzima u obzir njegova estetska vrijednost. Zbog toga su, kao što smo mogli zapaziti, limenke Coca-Cole ili konzervirane rajčice (koje su koristili umjetnici *pop-arta*), svežnjevi pruća, komadići ugljena, trake tkanine, cementni blokovi koje su rabili «poveristi», postajali sastavnim dije-



I-II. Prvo izdanje ove knjige 1968. godine, iste su godine slijedili: američko izdanje (Univers Book), englesko (Studio Vista), njemačko (Wasmuth), te odmah zatim španjolsko (Lumen), belgijsko i druga. U novije se vrijeme pojam kiča regionalizirao, što je vidljivo iz dviju publikacija koje ovdje donosimo: uistinu izvrsnu knjigu o grčkom kiču iz 1989., te osrednju o španjolskom kiču iz 1988. godine.

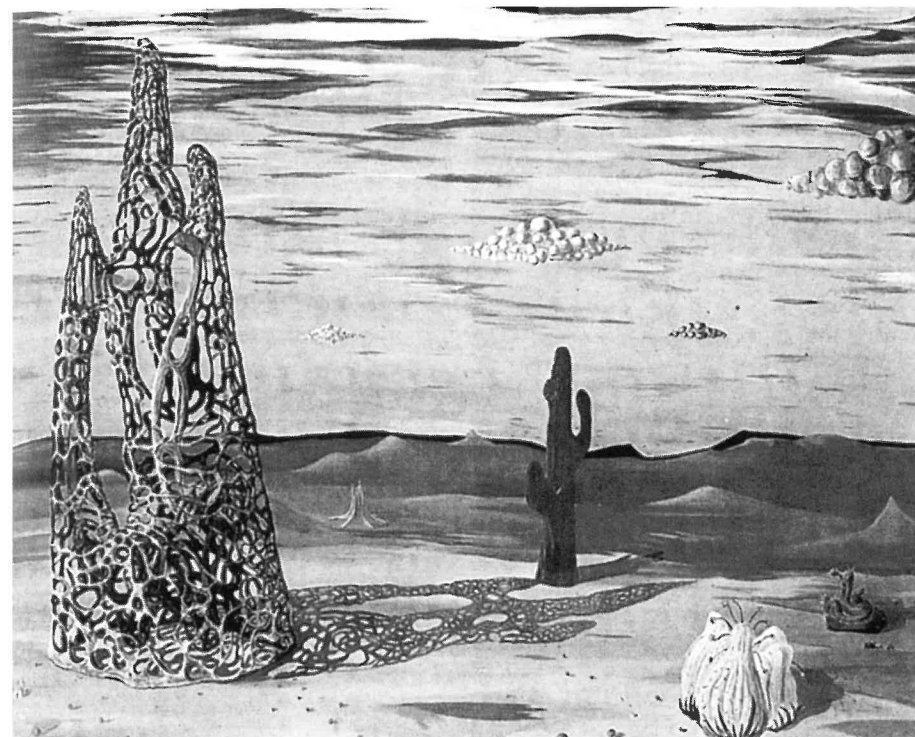
lom pojedinih radova, bez obzira posjeduju li obilježja uravnoteženosti, dopadljivosti, skladnosti itd., koja su nekad bila temeljem svakog «estetskog predmeta». Tako se razlikovanje između umjetničkog djela i onoga koje to nije, više uopće nije moglo zasnivati na uporabi određenog materijala ili određenih kompozicija koje pokazuju manje-više «dobar ukus» prema standardima nekog vremena.

Uostalom, u svojoj knjizi *Pohvala disharmoniji* (Garzanti, 1986.), već sam odredio kako su, u razdoblju koje upravo proživljavamo, neki principi, poput skladnosti, uravnoteženosti i dopadljivosti već zastarjeli, te je nužno prihvatiti takve oblike umjetnosti koji se udaljavaju od nekadašnjih «ideala» ljepote: «Drugim riječima, moramo priznati kako se danas daje veliki prostor... koji i ne mora biti na umjetničkoj razini, ali koji sudjeluje u područjima obično određenim za umjetnost. Stoga čitavo zdanje današnje estetike mora prihvatiti činjenicu da su se na njezin teritorij uključili i meta-umjetnički, paraumjetnički ili upravo antiumjetnički elementi (koje obično definiramo kao kič)... Smatram da je, uslijed prodora masovnih sred-



III. Anselm Stadler, *Bez naziva*, 1984. Neoekspresionizam sveden na grozote, vrlo često završava najgorom vrstom lošeg ukusa.

stava komunikacije i razvitka novih informativnih i komunikacijskih činilaca općenito, cjelokupni svijet umjetnosti doživio nevjerojatnu preobrazbu i neku vrstu obrata, te dekonstrukcije ili destrukuiranja». Zatim: «Mnogi znanstvenici griješe jer ne znaju razlučiti između onoga što je pozitivno u nekim paraumjetničkim formama koje su nepravedno prezrene, i onoga što je negativno u nekim drugim formama koje se uzdižu kao 'spon-



IV. Steven Pollack, *Spaghetti Western*, 1984. Primjer revivala nadrealizma tipičan za sjevernoamerički loš ukus.

tane', 'narodne', dok je riječ samo o krajnjem epigonstvu vezanom za prošlost.»

Znači li to možda da umjetnost poistovjećujemo s kičem? Da umjetnost sve više prekoračuje diktate ukusa, hedonizma, sklada? Naravno da ne. To, međutim, znači širenje pojma umjetnosti i njegovo odcjepljenje od konstanti *Genussa*, «kušanja», koje su nekad vladale svim oblicima estetske konzumacije.

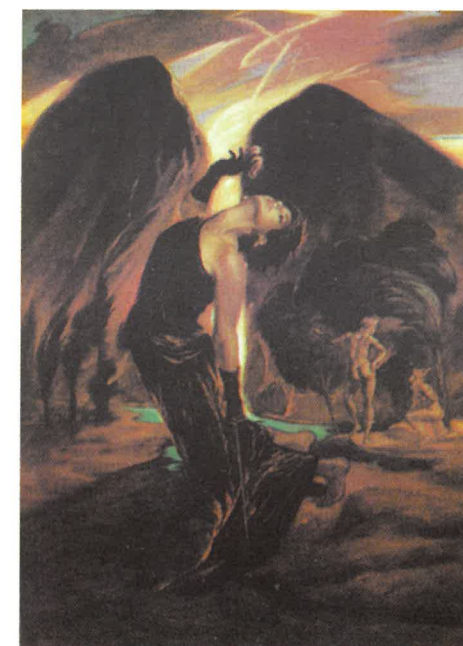
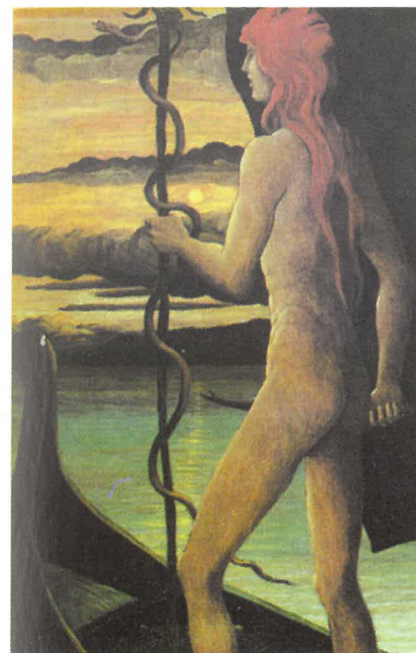
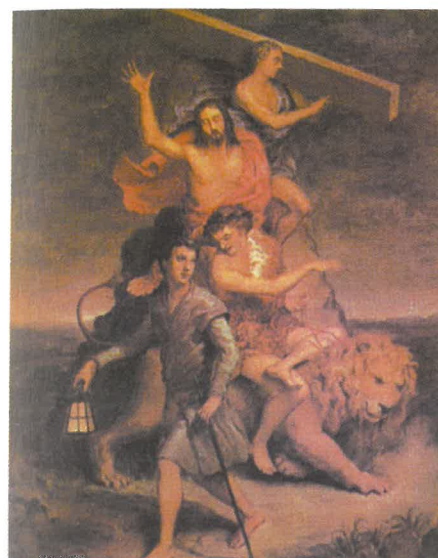
Iako sam tvrdio da se pravo građanstva može dati mnogim kič elementima koji su postali sastavnim dijelom današnje umjetnosti (a to ne vrijedi samo za vizualne umjetnosti, nego i za književnost i glazbu), moram, ipak, upozoriti na bezuvjetno prihvaćanje stanovitih recentnih pseudoumjetničkih izričaja koji koriste neaktualne stileme predstavljajući ih autentičnima, i čije revivalističko djelovanje ne možemo tolerirati, dok bi ih - da, upravo tako - valjalo smatrati primjerima najtradicionalnijeg kiča.



V.-VI. Carlo Maria Mariani i Franco Piruca - prvi s istančanim tehnikom, a drugi s većim interesom za bajkovito - pripadaju citatno-anakronističkoj struji koju, bez sumnje, možemo svrstati u kič, iako je tehnička izvedba djela na najvišoj razini.

Takav je slučaj mnogih takozvanih «citatnih» ili «anakronističkih» tendencija koje su bile uvjerene da svojim djelima vraćaju «akademska» figurativna obilježja pod maskom oživljene već potrošene klasičnosti. U tim slučajevima, a nije potrebno pobliže određivanje, suočeni s tipičnim primjerom «starinskog» kiča, blizak kiču «pompiers» umjetnika iz prošloga stoljeća (o čemu u knjizi vrlo precizno govori esej A. Čelebonovića).

Iako je na polju figurativnih umjetnosti stanje mnogo određenije od onoga o čemu sam govorio, možda su se upravo na području arhitekture i dizajna dogodili najslženiji i najdublji obrati estetskih vrijednosti. Ovo nije prigoda za ponovni pregled složenih zbivanja postmoderne koja je bila temeljem arhitektonskog razvoja posljednjih godina, ali je činjenica da, kad se arhitektura u čitavom svijetu - koja je nekoliko desetljeća bila uniformirana razboritim diktatima modernističkog pokreta i vjerovala u podudaranje «funkcionalnog» i «lijepog» - probudila iz tog idiličnog sna, bilo je očito da iz toga mora proizaći velika ideološka zbrka.



VII.-X. Još četvero protagonista umjetnosti s revivalističkim tendencijama, koji su, kao takvi, lak plijen kiča: odozgo slijeva, djela Stefana Di Stasia, Paole Gandolfi, Alberta Abatea i Omara Gallianija.

Došlo je do obnove dekorativizma koji je predugo bio suzbijan. To je, s jedne strane, dovelo do preuzimanja često maštovitog i živahnog ornamenta, no ponekad i do pretjerivanja prema pleonastičkim i hirovitim formama, s opasnim povratkom na revivalističke stileme, kao što se dogodilo u brojnim, već čuvenim slučajevima od *Piazza Italia* Charlesa Moora do *Strade Novissime* na XXXIX. Venecijanskom bijenalu, do nekih Bofillovih visokoparnih građevina.

Iako je na području dizajna bez sumnje bilo zanimljivo i često dopadljivo pokazivanje istodobnog interesa za «banalni predmet» (što je nagovijestio Mendini) i za neke nove oblike prognane iz vladajućeg funkcionalizma (Memphis, Alchymia, dizajneri poput Sottsass, Deganello, itd.), vrlo često takvo je držanje dovelo do opasnog opadanja ukusa, koje također, moramo smatrati elementima nove verzije kiča.

Drugim riječima, sama činjenica da neka djela «postmoderne» arhitekture i dizajna definiramo kao kič, pokazuje kako se danas u nekim slučajevima može prihvatiti svjesna i namjerna nazočnost takvih elemenata, iako bi ih - prema dosadašnjim standardima - valjalo smjestiti u okvire «lošeg ukusa».

Nakon ovog kratkog i naravno nedovoljnog određivanja tog problema, može li se ustvrditi da je kič pustolovina došla do zastoja i relativne stabilizacije? Možemo li smatrati da je izravno sadržana u cjelokupnoj umjetnosti današnjice, pa čak i sutrašnjice?

Vjerujem da problem kiča ne možemo nikada smatrati posve riješenim, zaglađenim, steriliziranim, upravo zbog razloga koje sam nastojao odrediti. Sam pojam umjetnosti doživio je, barem za naše vrijeme, duboke i nepovratne preobražaje. Očito je da je njegovim sve jasnijim odvajanjem od obrednih, sakralnih i duhovnih korijena, te s neizbježnim i sve upornijim uplitanjem gospodarskih, trgovačkih i reklamnih aspekata, došlo do osmoze elemenata koji su u velikoj mjeri potrošački i utilitarni, i nekada najuzvišenih estetskih ideala.

Negativna strana svega toga očituje se u širokim pseudoumjetničkim područjima koja su postala plijenom gospodarsko-financijskog svijeta: od «potrošačke» glazbe do stripa, od televizijskog spota do rocka itd., ali ima i svoju pozitivnu stranu upravo u činjenici da se umjetnički jezik, pa makar i izopačen, putem mas-medija širi čitavim planetom i ne ostaje zatvoren u okvirima vrlo male i aseptične elite. Dakle, iako umjetnost današnjice i sutrašnjice mora i u svakom će trenutku morati računati s nazočnošću kiča, te mora prihvatiti oscilaciju prema nižoj razini ukusa, to ne znači da



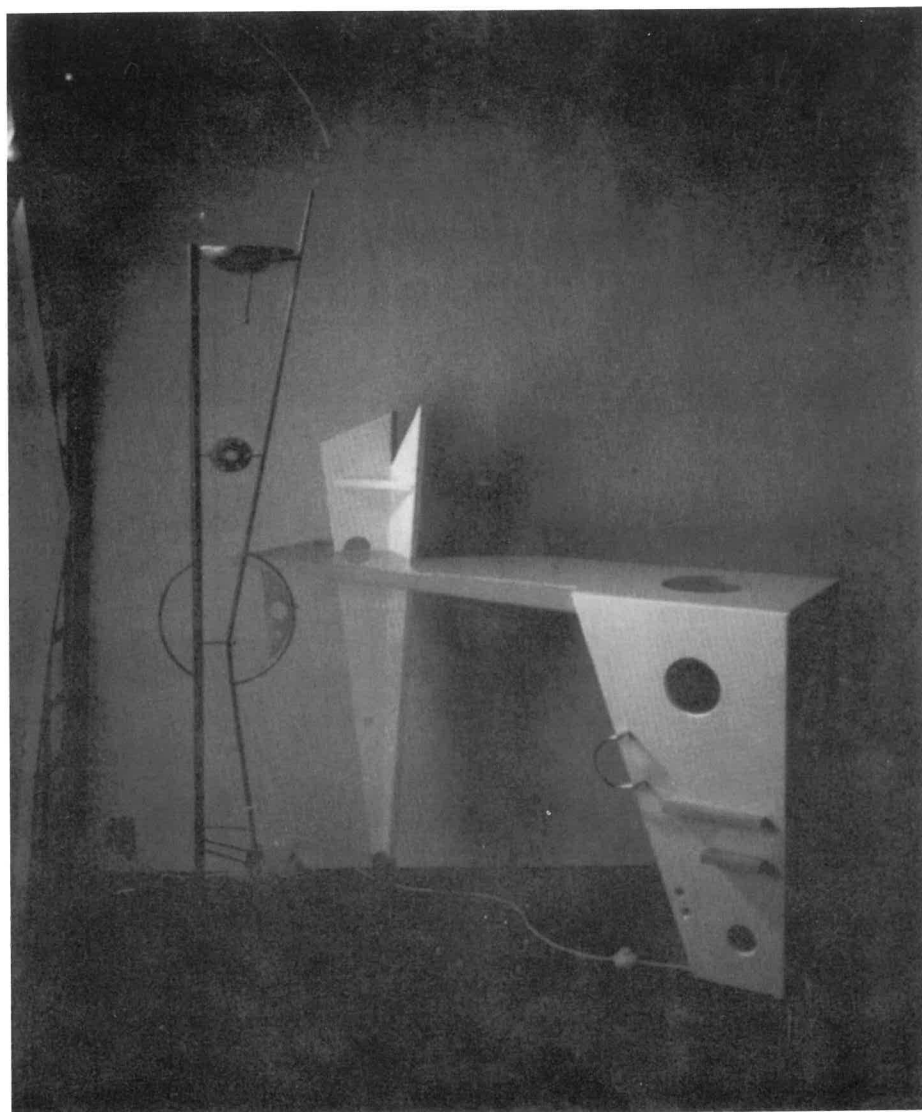
XI. *Piazza d'Italia*, Charlesa Moorea, primjer je kako u SAD-u stilemi izvedeni iz klasične antike mogu izazvati opće zanimanje (što je u Europi nezamislivo).



XII. *Pretposljednja večera*, Borisa Podrecca: dva drvena stola postavljena jedan na drugog, s mramornim središnjim dijelom koji ih spaja. Autor se ovdje poigrao asocijacijom na preokretanje stolova prilikom čišćenja u gostionicama. Primjer kiča figurativne i konceptualne naravi.

XIII. Studio Alchymia, jedan od pokretača obnove ukusa u unutarnjem uređenju, ponekad je pretjerao u traženju izrazito provokativnih efekata. ▶





XIV. *Srce kuće*, Giuseppea D'Amorea. Pomama za ornamentacijom i napuštanje veze forma-funkcija, vode dvoznačnim rezultatima, kako s praktične, tako i s estetske točke gledišta.



XV. Tipični primjer stapanja stilova: Fornasettijeva stolica dekorirana prikazom lika s turbanom.

upravo iz tog uvođenja elemenata koji su «došli odozdo» ne mogu nastati nove kreativne forme koje će jednom dovesti do njezine sublimacije i ponovno će je uvesti u najčišće tokove stvaralaštva.

Rujan 1990.

Gillo Dorfles

Vrt na padini bio je bogato ukrašen patuljcima, gljivama i svakovrsnim životinjama od terakote, koje su savršeno nalikovale pravima. Na postolju se nalazila kugla od obojanog stakla koja je na vrlo komičan način iskrivljavala lica što su se u njoj ogledala, a bila je tu i jedna Eolova harfa, nekoliko pećina i jedna fontana čiji su se mlazovi vode elegantno ispreplitali dok su u njezinom bazenu plivale srebrnaste ribice...

Iznad staklenih ulaznih vrata bila je smještena malena duhovita naprava, koja je zbog zračnog tlaka, u trenutku kada bi se vrata zatvarala, svirala prve taktove lijepe pjesme: Freut euch des Lebens!

Thomas Mann
Ispovijesti varalice Felixa Krulla

UVOD

Kič je umjetnost koja slijedi utvrđena pravila, upravo u onom razdoblju u kojemu su umjetnici doveli u sumnju sva umjetnička pravila.

Harold Rosenberg
Tradicija novog

Čak i ako se složimo s Humeom da «ljepota nije obilježje stvari po sebi: nego postoji samo u umu onoga koji je promatra»,¹ svejedno ćemo biti iznenađeni koliko se to «viđenje ljepote» tijekom vremena duboko promijenilo, a osobito tijekom posljednja dva ili tri stoljeća.

Dakako, kada govorimo o drevnoj prošlosti, naša se razmišljanja temelje isključivo na pretpostavkama i izvođenju zaključaka, dok se, kada govorimo o nama bližoj prošlosti, poput Grčke i Rima, oslanjamo na pisane dokumente, no zbog teškoća u tumačenju, njihovu vjerodostojnost valja smatrati ograničenom. Osim toga, oni su bili rezervirani za vrlo uski sloj onodobne elite. Ipak, smatram da mogu ustvrditi da se u tim vremenima, kao i u svim vremenima koja prethode našem, ne može govoriti o «pravom lo-

1

David Hume, *Of the Standard of Taste* u *Essays Moral, Political and Literary*, Oxford University Press, 1963., str. 234: «Beauty is no quality in things themselves: it exists merely in the mind which contemplates them», te nastavlja: «each mind perceives a different beauty. One person may even perceive deformity where another is sensible of beauty.» Očito je da u svome prosvjetljenom skepticizmu, Hume nije ipak uzeo u obzir da su u razdobljima drukčijim od našeg (i njegovog) mogle postojati «apsolutne vrijednosti», povezane upravo sa specifičnim karakteristikama tog perioda.

šem ukusu» (tj. kiču).² Razlog tome uvijek mi se činio očitim: u razdobljima različitim od našeg, osobito u antičkim i drevnim, umjetnost je imala posve drukčiju «funkciju» od one koju ima danas; bila je povezana s vjerskim, inicijacijskim, moralno-političkim motivima koji su je, na stanovit način, činili «apsolutnom», nepromjenjivom, vječnom (podrazumijeva se, uvijek unutar određenog kulturnog kruga). Danas su se stvari promijenile; ne zato što ih mi vidimo na drugi način, nego zato što su potrebe našeg društva drukčije. Zato ćemo, kada budemo govorili o umjetničkom izražavanju u prošlosti, moći - i morati - primijeniti posve različita mjerila od današnjih; stoga bi bilo apsurdno pozivati se na «loš ukus» kada je riječ o umjetničkim formama, kod kojih problem ukusa nikada nije ni postojao.

Dakle: naša *pretpostavka* da u nekim djelima iz prošlosti možemo uočiti loš ukus (zbog same činjenice da nam nisu srodna po duhu, bliska) posve se razlikuje od utvrđivanja *autentičnog* kič aspekta u djelima današnjice ili neposredne prošlosti, koja ne samo da su u suprotnosti s našim - pretpostavljenim - «dobrim ukusom», nego, zapravo, otkrivaju krivo tumačenje formalnih konstanti nekog razdoblja; gotovo uvijek zbog razloga koji nisu samo estetski i etički, nego i politički, tehnički, itd.

Činjenica da danas prevladava tendencija da se po svaku cijenu izbjegne primjena atributa «lijepo» na neko umjetničko djelo ili, bolje rečeno, na «artefakt», ne znači da je lako razlikovati dva «artefakta» na osnovi *pokazatelja sviđanja* koji će tim djelima dati stanovit broj stručnjaka; vjerujemo da je jedini način da se ponudi valjani sud o nekom umjetničkom djelu (ili čak čisto tehnološkom djelu) da ono odgovori određenim zahtjevima za skladnošću, ograničenošću, uravnoteženošću i konačno, za «dopadljivošću».

Iako ne postoje nepobitne norme koje bi nam omogućile da odlučimo, jednom zauvijek, što jest, a što nije norma ukusa («standard ukusa»), svejedno postoje «oscilacije ukusa»³ koje nas uče kako se, ovisno o razdoblju i povijesnim prilikama, mijenjaju ukusi i vrednovanje umjetničkih djela.

2

Riječ *Kitsch* etimološki može potjecati od engleske riječi *sketch*, dok prema nekima ona dolazi od njemačkog glagola *etwas verkitschen* = *etwas billig losschlagen*, prema *Knaursche-Konversations Lexiconu*: «*Kitsch*, schein künstlerische Gestaltung ersetzt mangelnde Formkraft durch inhaltliche (erotische, politische, religiöse, sentimentale) Phantasieerize.» Prema Gieszu (Ludwig Giesz, *Phänomenologie des Kitsches*, ein Beitrag zur anthropologischen Aesthetik, Rothe Verl, Heidelberg, 1960.) što je svakako najcjelovitije djelo na tu temu, riječ *Kitsch* može se smatrati vrlo prikladnom za imenovanje «umjetničkog smeća».

3

Usp. moj ogleđ *Le oscillazioni del gusto* (*Oscilacije ukusa*).

Postoji, međutim, barem u naše doba, ponešto stabilan element u koji se možemo pouzdati, kojeg već jasno možemo definirati kao kič i koji je predodređen da takvim i ostane, ukoliko se ne «podrazumijeva» elementom umjetničke sofisticiranosti koji je, kao takav, uključen u iduća djela; ali ipak nepotpuno, privremeno i paradoksalno.

Upravo tim se elementom želim baviti u ovoj knjizi, nastojeći, u različitim poglavljima, povezati sve činioce i situacije koji ulaze u to područje.

Moja je namjera da u ovoj antologiji kiča ponudim neku vrstu «obrazloženog kataloga» vladajućeg lošeg ukusa, ali imajući u vidu da će biti riječ o povijesti (ili kronici) koja će biti ponajprije sinkronijska, a samo djelomično dijakronijska. To je stoga što se, samo polazeći od našeg vremena, upravo od našeg povijesnog trenutka, možemo usuditi pokušati sistematizirati tako osjetljivu i neodređenu građu, koja je poput vrućeg kestena koji peče za ruke i ostavlja neizlječive «estetske ožiljke». Ne samo zbog njih, ali upravo zbog oscilacija koje sam spomenuo, čitatelj će lako shvatiti da se naš izbor temelji na takvoj točki gledišta, na takvom kulturnom polazištu, takvom sociološkom stajalištu koji su posve subjektivni i osobni. Još jedno upozorenje: naša antologija obuhvaća, osim dvaju Brochovih ogleđa iz 1933. i 1950/51. i jednog Greenbergova iz 1939., niz eseja koje su upravo za ovu knjigu napisali autori koje smo odabrali kao najkvalificiranije za tu temu na raznim područjima. Velik izbor ilustracija najvećim se dijelom odnosi na suvremene ili recentne primjere i to zbog točno određena razloga: za razliku od brojnih suprotnih stavova, o kiču ne bi valjalo raspravljati izvan našeg vremena; ili barem ne prije baroknog perioda. Prije toga razdoblja bilo je primjera «osrednje» umjetnosti, djela manje poznatih umjetnika, epigona ili sljedbenika majstora, djela koja očito nisu bila remek-djela, ali koja su ipak pripadala velikim tokovima autentične umjetnosti. I onda je, logično je, postojala hijerarhija umjetničkih vrijednosti, ali nije bilo kategorije koja se - u tom smislu - može smatrati umjetnošću suprotnog predznaka: nečeg s vanjskim obilježjima umjetnosti, ali što je, zapravo, njezina krivotvorina.

Zbog toga u našoj antologiji neće biti primjera kiča iz davnih vremena (iako često našim modernim očima neka umjetnička djela iz prošlosti mogu izgledati kao kič).



KIČ



2. Njemački keramički vrč iz druge polovice 19. stoljeća. Mogao ga je proizvesti samo narod koji je izmislio pojam kič.

Danas, općenito prevladava mišljenje da je o «ukusu» bolje ne raspravljati, da ukus više nije zasebna kategorija o kojoj estetika valja voditi računa. Ipak, kao što je poznato, u posljednje su se vrijeme ponovno pojavile studije o ukusu.¹ Pri tome ne mislim ni na knjige, niti studije koje su se bavile problemom ukusa, prema poznatoj distinkciji različitih umjetničkih «razina»: *low-brow*, *middle-brow*, *high-brow*, ili, prema McDonaldovoj terminologiji koja je bila izuzetno prihvaćena u SAD-u i drugdje, *mid-cultom*, što označava onu vrstu kulture srednjeg puta, mediokriteta, koja je najraširenija i koja velikoj većini znači estetsku hranu.²

1

U Italiji je važnu studiju o tom problemu napisao Galvano della Volpe, *La Critica del Gusto*, Feltrinelli, 1967. (63).

2

Vidjeti, prije svega, vrlo poznatu antologiju Bernarda Rosenberga i Davida Manninga Whitea, *Mass Culture*, The Press, 1957., usp. Dwight McDonald, *Against the American Grain*, Random House, New York, 1962., a osobito poglavlje *Masscult and Midcult*. O problemu umjetnosti elite i umjetnosti mase, vidjeti također: Umberto Eco, *Apocalittici e Integrati*, Bompiani, Milano, 1964., u kojoj je jedno poglavlje posvećeno i problemima kiča, *La struttura del cattivo gusto*, gdje se osobito bavi kičem u književnosti, pozivajući se najviše na radove Brocha, Giesza i McDonalda.

1

"Arhetipska" slika, koju obično povezujemo s riječju kič: vrtni patuljci koje ovdje zastupaju figure Patka Paška, Venera, lanad, lavovi, lažni zdenci, putti i, dolje desno, patuljčići.

I riječ kič koja se nekad koristila samo u Njemačkoj (možda zato što je tamo taj problem bio osobito izražen) proširila se i rabi se u anglosaksonskim zemljama, kao i u Italiji.

Osim toga, dok se o kiču obično raspravlja kada je riječ o određenim umjetničkim djelima, u posljednje se vrijeme - posebice nakon izvrsnih studija koje su na tu temu napisali najprije Hermann Broch, a potom i Ludwig Giesz - veoma raširio i termin *Kitsch-Mensch*,³ «kič-čovjek» koji označava «korisnika lošeg ukusa» ili način na koji čovjek lošeg ukusa shvaća, doživljava ili se odnosi prema umjetničkom djelu (bilo da je dobro ili loše).

Koliki bi dio današnjeg čovječanstva mogli ubrojiti u kič-ljude? Zasigurno, velik, ali možda manji nego što mislimo. Objasniti ću to: vrlo često nerazumijevanje ili relativno razumijevanje djela moderne umjetnosti, «teških», nejasnih, hermetičnih djela (kakva su uostalom mnoga novija djela u pjesništvu, glazbi, slikarstvu) nije rezultat njihove nespojivosti s publikom, nego jednostavno nepripremljenosti publike. Mnogo je puta dokazano (ali to bismo znali i bez znanstvenih dokaza) da prosječan čovjek općenito i čovjek bez predrasuda, koji nije zaražen «klicom» *mid-culta*, a osobito ako ga sistematično, redovito i strpljivo suočavamo s umjetničkim djelima, na kraju ne samo da ta djela shvati, nego ih i zavoli. Više ne brojimo primjere jednostavnih pojedinaca, elektrotehničara, obrtnika, električara, osoba koje se bave nekom od novih tehnologija, koje su postale zaneseni pristalice elektronskih glazbenika, umjetnika koji se bave kinetičkom ili programiranom umjetnošću, itd. nakon što su ih upoznali: gotovo bi svaki moderni umjetnik to mogao potvrditi vlastitim primjerom. To nedvojbeno pokazuje da dobar dio nerazumijevanja moderne umjetnosti možemo pripisati nedostatku obrazovanja i navike.

Posve drukčiji je primjer kič-čovjeka;⁴ i općenito onog dijela publike čiji je odnos prema umjetnosti potpuno i nepopravljivo pogrešan. Obično je riječ o tuposti koja se odnosi samo na modernu umjetnost ili na «tešku» umjetnost prošlosti (t.j. onu najozbiljniju). Riječ je o pojedincima koji vjeruju

³ Pojam *Kitsch-Mensch*, kojeg je uvelike prihvatio Giesz, prvi je odredio Hermann Broch, *Ei-nige Bemerkungen zum problem des Kitsches*, u *Dichten und Erkennen* sv. 1, str. 295, Zürich, 1955. (talij. prijevod: Lericci).

⁴ To je ono što Giesz (str. 28, 55, op. cit.) definira kao «Verkitschung von Kunstwerken», ili «kičizacijom remek-djela», što se, prema tom njemačkom autoru, može dogoditi «objektiv durch die Reproduktion, subjektiv durch die kitschige Aneignung», ili osobitom korisnikovom sklonošću lošem ukusu.

da u umjetnosti valja tražiti samo ugodne, dopadljive, slatkaste dojmove, ili da umjetnost, zapravo, služi kao «začin», «zvučna kulisa», ukras, statusni simbol, ili barem kao sredstvo kojim se ostavlja dojam u društvu, a nikako ne kao nešto ozbiljno, kao naporna vježba, angažirana i kritička djelatnost...

Zbog toga će ta publika iskazati svoje nerazumijevanje ili svoje krivo tumačenje umjetničkoga djela, ne samo onda kada stoji pred modernim djelom, nego i onda kada se nalazi pred velikim djelom iz prošlosti, za koje «smatra» da ga shvaća: prosuđivat će Raffaela kao da je riječ o slikaru razglednica za služavke, Wagnera ili Verdija, više zbog romantičnog ili mračnog «sadržaja» libreta nego zbog kvalitete melodije; cijenit će Antonella da Messina ili Morandija, prije zbog «lijepog» i «dekorativnog» izgleda njihovih slika, nego zbog njihova autentičnog slikarskog aspekta. Zanimljivi će joj biti najzbrkaniji i najnevjerojatniji povijesni romani (zbog njihova romantičnog ugođaja), itd.

Taj aspekt koji se više odnosi na «receptiju» umjetnosti nego na kreaciju, prilično je tipičan za naše razdoblje, ali postoji još jedan, koji mi se čini isto tako ograničen na naše doba, a kojega prije nije nikada bilo: okruženi smo stanovitom količinom djela koja se, ili mogu smatrati autentično «umjetničkim», ili pak jednostavno pripadaju modi i običajima određenog razdoblja, a podložna su čudnim, nepredvidljivim i, rekao bih, izmjeničnim promjenama vrednovanja «ukusa». Svi znamo koliki je kreativni žar posjedovalo razdoblje koje danas nazivamo Art Nouveau⁵, na svim poljima unutarnjeg uređenja, dekoracije, keramike, stakla, arhitekture, a poznato nam je također kako je nakon kratka vremena većina tih djela bila gotovo posve odbačena i ocrnjena, da bi ih se prije desetak godina ponovno počelo uzdižati i hvaliti.

Primjer Art Nouveaua, Libertya, ponovio se s takozvanim «pokućstvom naših djedova» i «pradjedova» i često se ponavlja, varirajući iz godine u godinu, ovisno o tome koliko su različiti stilovi moderni u pojedinim zemljama i razdobljima. (Tako se u određenom trenutku afirmirao «empire» kojeg je potom slijedio «Louis XVI.», da bi uskoro prepustili mjesto baroku, a čak i 17. stoljeću...).

⁵ U vezi s revalorizacijom Art Nouveaua vidjeti pogl. *L'esempio del Liberty* (Primjer Libertya) u mojoj već navedenoj knjizi *Oscilacije ukusa*, te tekstove Friedricha Ahlersa-Hestermana, *Stilwende*, Berlin, 1941., Dolfa Sternbergera, *Jugendstil*, Hamburg, 1956. i Stephana Tschuddi Madsena, *Sources of Art Nouveau*, Oslo, 1956. (talij. prijevod: Il Saggiatore, 1967.).

Kako gledati na te pojave? Smatram da na to ne bi trebalo biti teško odgovoriti u slučaju manje-više jasno izražene «mode» određenih stilova koji su već postali «klasični», odnosno katalogizirani, inventirani i priznati kao «umjetnički», jer riječ je ponajprije o fenomenu nastalom zbog tržišnih ili reklamnih razloga ili zbog srodnosti različitih stilova. (Orijentalna moda s početka stoljeća (sl. 3); razni *revivali* u prošlom stoljeću (sl. 4, 5), engleska gotika (sl. 6, 7), američka kolonijalna itd...).

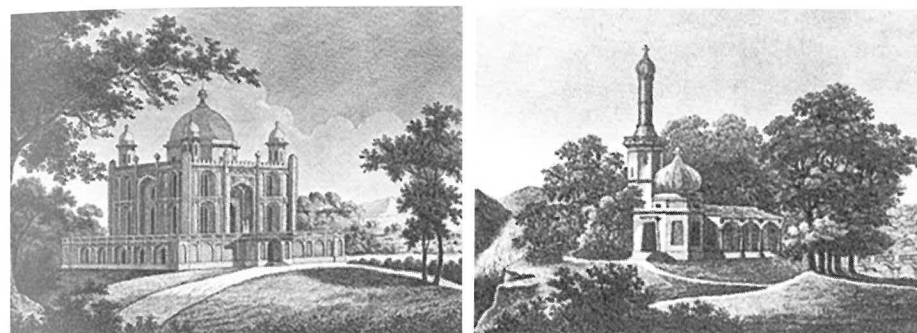


3. Salon jednog londonskog stana na Gloucester Square, uređen kao "orijentalni budoir". Slika objavljena u prvom svesku (br. 6) časopisa *The Studio* 1893.

Odgovor je teži kada je riječ o predmetima i djelima koji se ubrajaju u umjetnička samo zbog zadovoljavanja nekog osobitog zahtjeva trenutka, da bi ubrzo, čim se raspoloženje promijeni, bili odbačeni, zaboravljeni ili čak prezreni. U tom će slučaju moda, očito, nadvladati umjetnost, i upravo će tu isplivati primjeri najautentičnijeg kiča (sjetimo se samo nekih supermodernih kuhinja ogrnutih «kolonijalnim» ruhom koje je zamijenilo moderne vrlo funkcionalne, bolnički bijele kuhinje od prije nekoliko godina).

Još se jedan slučaj - a taj je među najčešćima - ponavlja uvijek kada se pojedini element ili čitavo umjetničko djelo «prenosi» iz svoje autentične situacije i primjenjuje u neku drugu svrhu, različitu od one kojoj je bilo namijenjeno.

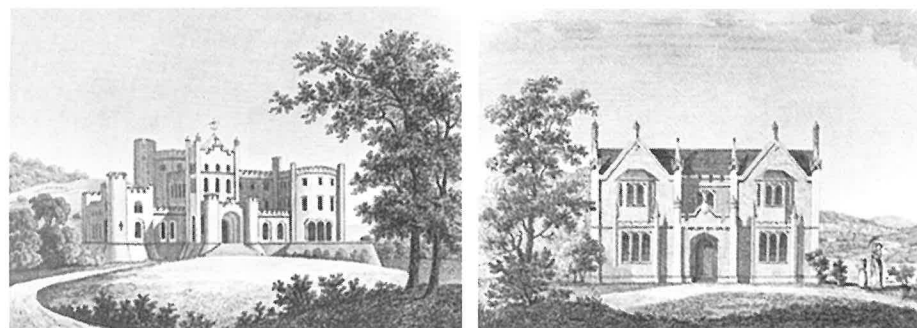
To se dogodilo kada su veliki spomenici prošlosti upotrijebljeni u posve druge svrhe od prvobitnih: alabastarne kopije Kosog tornja u Pisi, na primjer, nisu kič samo zato što su kopije u drugom materijalu, nego zato što se koriste «upadljivim skretanjem od norme» (nagnutost zvonika) kao motivom kurioznosti i privlačnosti. Time su obezvrijedili cjelokupan divan



4.-7. Primjeri revivala iz prošlog stoljeća. Skok u prostor (Srednji Istok) i vrijeme (gotiku) bio je za arhitekta Cordiera izuzetno rafiniranim motivom, kojeg je ostvario u građevinama iz 1850. godine.

kompleks Piazza dei Miracoli na kič imitaciju. (Obratite, uostalom, pozornost na riječ «kuriozitet» koja mi je izletjela iz usta, štoviše, iz pera, a koja je uvijek prožeta kičem: zar one *curious* stvari koje toliko traže američki turisti u svojim «paket-aranžman» putovanjima u inozemstvo, nisu možda gotovo uvijek prvorazredni kič?).

Isto se dogodilo s brojnim melodijama Liszta i Chopina (dvojice glazbenika koji su sve prije negoli minorni, sve prije nego «laki», ukoliko se proučavaju u svojem autentičnom kontekstu), koje su svedene na razinu sentimentalnih pjesmica, da ne govorimo o uporabi drugih remek-djela (Michelangelova *Mojsija*, Leonardove *Mona Lise* (sl. 12, 13), Raffaellove *Sikstinske Madone*, Cellinijeva *Perzeja* (sl. 14) koja su postala kič simbolima, jer se reproduciraju u trivijalne svrhe i poznata su, ne po svojim istinskim vrijednostima, nego po sentimentalnom ili tehničkom surogatu svojih vrijednosti.

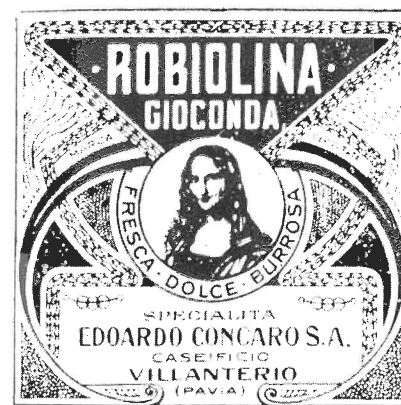




8. Očito je da gradskoj upravi Milana nisu dovoljne jednostavne cijevne konstrukcije, pa restauratorske radove na fasadi Galerije radije pokrivaju mikelandelovskim strukturama, čije transponiranje izaziva nedvojbeni kič učinak, za razliku od provizornog pokrivanja Palače Marino platnom s naslikanim trompe-l'oeil prizorom koji ostavlja ugodan dojam.

Mogli bismo se čak usuditi reći da je ono što se događa s kičem analogno - samo s obrnutim predznakom - onome što se zbiva kod dekontekstualizacije nekog znaka radi povećanja snage umjetničke poruke: poezija, glazba i slikarstvo često se služe tim lukavstvom, kojim se umjetničko djelo ili neki njegov dio vade iz njegova normalnog konteksta i ubacuju negdje drugdje, te tako dolazi do alijenacije poruke i povećanja njezine informativne vrijednosti. U slučaju kiča postoji nešto slično, ali u obrnutom smjeru: Leonardova *Posljednja večera* izvlači se iz njezina normalnog konteksta (refektorij crkve Santa Maria delle Grazie) i pretvara se u šareni vitraj, te postavlja u mramornu kapelu u Forest Lawn Memorialu, ili se izlijeva u bijelom gipsu (sl. 15), a rezultat nije teško zamisliti. Isto se događa svaki put kada se tako izuzetno djelo (Leonardova *Mona Lisa*) upotrebljava, na primjer, kao reklama za sir, čestitka ili natječaj za izbor ljepotice (sl. 9, 10, 11).

Još jedan fenomen povezan s kičem, na kojeg upućuje McHale,⁶ jest učestalost kojom se dobivaju, kupuju i prodaju vjerne kopije remek-djela (sadašnjosti i prošlosti) izradene serijski, pa makar i od visoko kvalitetnih materijala (bronca, mramor). Iako je serijska proizvodnja prikladna za industrijsku robu i mnoga djela moderne umjetnosti (izričito napravljena da bi



LA REGINA DELLE ROBIOLE



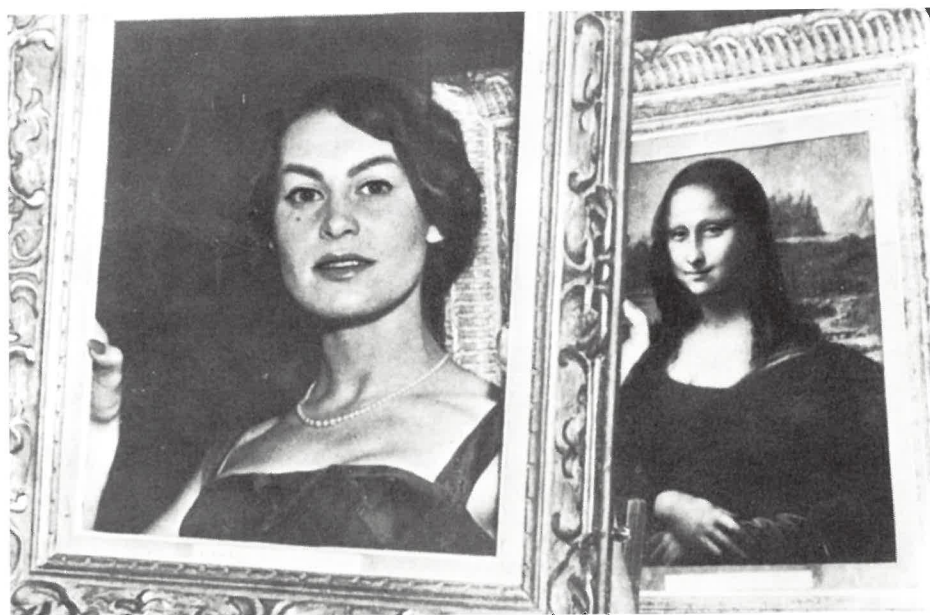
9.-10. Mona Lisa neiscrpn je izvor kiča. Njezin neponovljiv smiješak reproduciran je ovdje na omotu za sir i na reklami za vrstu prediva.

⁶ Usp. ogled Johna McHalea u ovoj knjizi.

se mogla replicirati), ona to svakako nije za djela iz prošlosti koja su zamišljena kao «unikati» koji će takvima i ostati. Imati u parku ili salonu lažne *Apolone Belvederske* ili lažne *Nike Samotračke* (sl. 16, 17), ili lažne Cellinijeve *Perzeje* znači porast kič atmosfere u tim ambijentima, a ne njezino smanjenje.

Naprotiv - a to je druga strana medalje - neki od najgnusnijih predmeta, moći će se pretvoriti, ne u «remek-djela» (po sebi), nego u umjetnički pozitivne elemente, ako se koriste na određen način, u ambijentima koji žele stvoriti sofisticiranu atmosferu upravo obezvrjeđivanjem-revaloriziranjem tih predmeta.

Što reći o nevjerojatoj preobrazbi koju može doživjeti neki element (koji je naizgled, ili uistinu kič) jednom kada postane dijelom neke cjeline, totaliteta koji je estetski prihvatljiv i učinkovit? Sjetimo se jednog gigantskog primjera: zavidljujuću panoramu New Yorka u cjelini, zbog njezine grandioznosti i autentičnih plastičko-arhitektonskih kvaliteta građevinskog



11. "Slikari, članovi ocjenjivačkog suda za Veliku nagradu Mona Lisa, dodijelili su titulu 'Mona Lisa '58' manekenki, čija dražest, ljepota i profinjenost, utjelovljuju estetiku današnjeg idealnog tipa žene. To je Luce Bona koja je izabrana kao simbol slavne Mona Lise. Na našoj fotografiji, pored portreta glasovite Mona Lise, pozira Luce Bona u okviru Velike nagrade Mona Lisa." (Agencijska vijest, 28. veljače 1958.).



12. Mit Mona Lise javlja se i u kupaonici

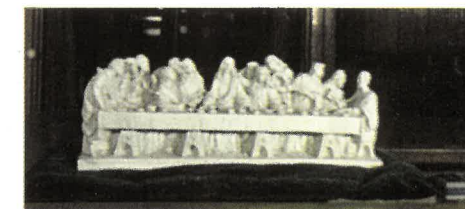


13. Korice za naočale

14. Cellinijev *Perzej*, visok 45 cm, reinterpetiran u žutom gipsu



15. Trodimenzionalna *Posljednja večera* "prilagođena" za komodu

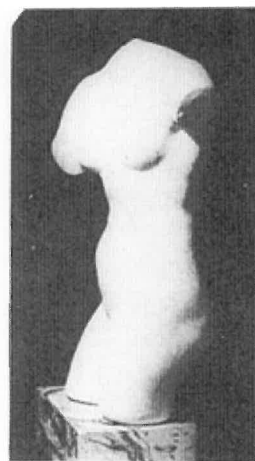


kompleksa moramo smatrati estetski divnom; ali analiziramo li njezine pojedine dijelove, vjerojatno mnoge nebudere (osobito one asirsko-babilonskog tipa, ali i one od profiliranog aluminijskog u Curtain Wallu, npr.), kao i brojne skulpture (mislim na Rockefeller Plazu (sl. 26), a da i ne spominjem Cloisters (sl. 23-25), opravdano možemo smatrati kičem. Ali tko bi mislio



HEAD OF A WOMAN
This head was part of a statue of Hygieia, the Greek goddess of Health, daughter of Asclepius. The marble bust is typical of many small statues of the period.
Original in marble, Greek, 3rd Century B.C.
Museum of Fine Arts, Boston
Height 15 1/2"
No. 2711, Price \$625 (shipping & insurance 25%)

BLACK APHRODITE
Aphrodite was the Greek goddess of love and beauty. In ancient art she was best represented clothed, sometimes seated, but more frequently standing. This black marble statue, the only one of its kind, is believed to have been produced in the 3rd century B.C. by a Greek sculptor.
Original in black marble, 3rd Century B.C.
Museum of Fine Arts, Boston
Height 30 1/2"
No. 2712, Price \$1,200 (shipping & insurance 25%)
(shipping & insurance 25%)



WHITE APHRODITE
This is an exquisite reproduction of the Greek bust for the goddess Aphrodite. Perhaps one of the finest of the Roman copies of a Greek work of the 3rd century B.C. It is a brilliant example of the new technique of Hellenistic sculpture. In several respects it is like the original.
Height 20 1/2"
No. 2713, Price \$750 (shipping & insurance 25%)



THE CHARIOTEER FROM DELPHI
The original, 5 1/2" in all, is in bronze, and is presently in the Museum in Delphi, Greece. This is not one of the many reproductions of the classic period, circa 450 B.C. The reproduction was made with the approval of the Greek Ministry of Education.
Height 14 1/2", No. 2714
Price \$2400 (shipping & insurance 15%)



ANKERPORN
This striking reproduction of the Greek original is of the finest quality and of the finest workmanship. The original is marble, and is in the Museum of Fine Arts, Boston.
Height 17 1/2", No. 2715
Price \$1800 (shipping & insurance 15%)

16. Preko jednog američkog kataloga, poštom se mogu naručiti "autentična remek-djela", bijela ili crna, po povoljnim cijenama

na «loš ukus» pred jednim, gledano u cjelini, umjetničkim prizorom? Na sličan bismo način «lošim ukusom» mogli smatrati Wrightove jastuke u Taliesin Westu, umjesto da se divimo prekrasnom «unutarnjem prostoru» kuće u kojoj se nalaze.

Zbog toga nikad nećemo moći biti sigurni da stupovi od lažnog mramora, skulpture od papier-mâchéa, zidne tapete s motivom imitacije drveta, životinje od muranskog stakla, pa čak i sedefaste školjke ili brazilski tvrđi kamen u obliku pepeljare, koji su, po sebi, nedvojbeni kič, nemaju nikakvu mogućnost iskupljenja. Tu će mogućnost imati ako dođe do njihove «demistifikacije» i ako se upotrijebe u posve drukčijem kontekstu i drukčijoj



17. Klasične "vrtne" skulpture i "arhitektonske strukture" u dvorištu tvornice koja je za to specijalizirana

atmosferi. Međutim, nevolje nastupaju ako se tako demistificirani predmeti re-mistificiraju - ili bolje rečeno, fetišiziraju - smatrajući ih izrazima najveće sofisticiranosti: tako bismo mogli zapasti u «hiperkič»: kič na kvadrat, kič klevetnika malograđanskog kiča, kreatora supersnobovskog kiča! Kič, dakle, pripada svim umjetnostima, ili jednostavno svim načinima čovjekova izražavanja. Ali ja se ovdje nemam namjeru zadržavati na književnom kiču (koji je neiscrpan izvor zapanjujućeg materijala) zbog vrlo



18.-19. Modiglianijeva i Morandijeva djela prenesena u keramiku i mozaik

očitog razloga: ta je vrsta kiča gotovo uvijek neprevodiva i ne izdržava promjene kojima je neprestano izložen verbalni jezik, čak i u kratkim vremenskim razdobljima: gotovo je nemoguće ocijeniti *kitschigkeit*, «kičas-tost» nekog prevedenog odlomka, čak i odlomka od prije dvadesetak godi-

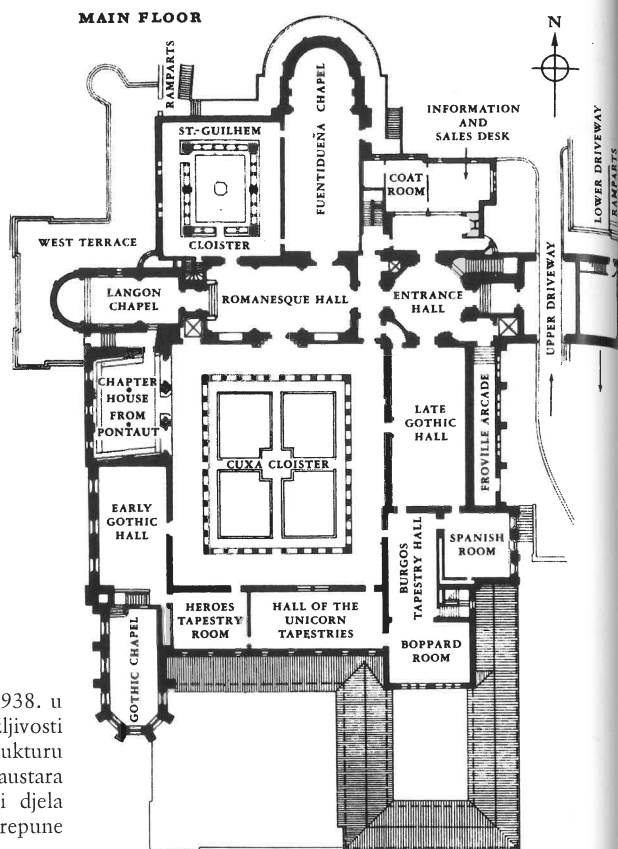
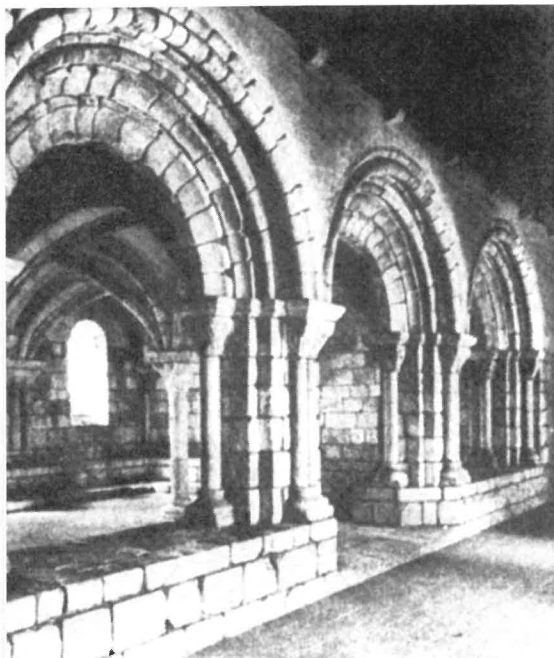


20.-21. Orfejev je pjev bio nadahnuće za keramičku fontanu namijenjenu "luksuznom predsoblju"; glava Giuseppea Verdija postala je držačem za knjige, a među orijentalnim i *fin de siècle* skulpturicama ženskih likova, u pozadini se šepiri svjetiljka-kormilo.

na. Na prvi pogled čak i Leopardijeva pjesma, da i ne govorimo o Manzoni-jevim *Svetim odama*, izgledaju nam kao kič (ako ih napornim filološkim radom ne postavimo u pravi povijesni kontekst). Izrazi, rečenice ili pojed-

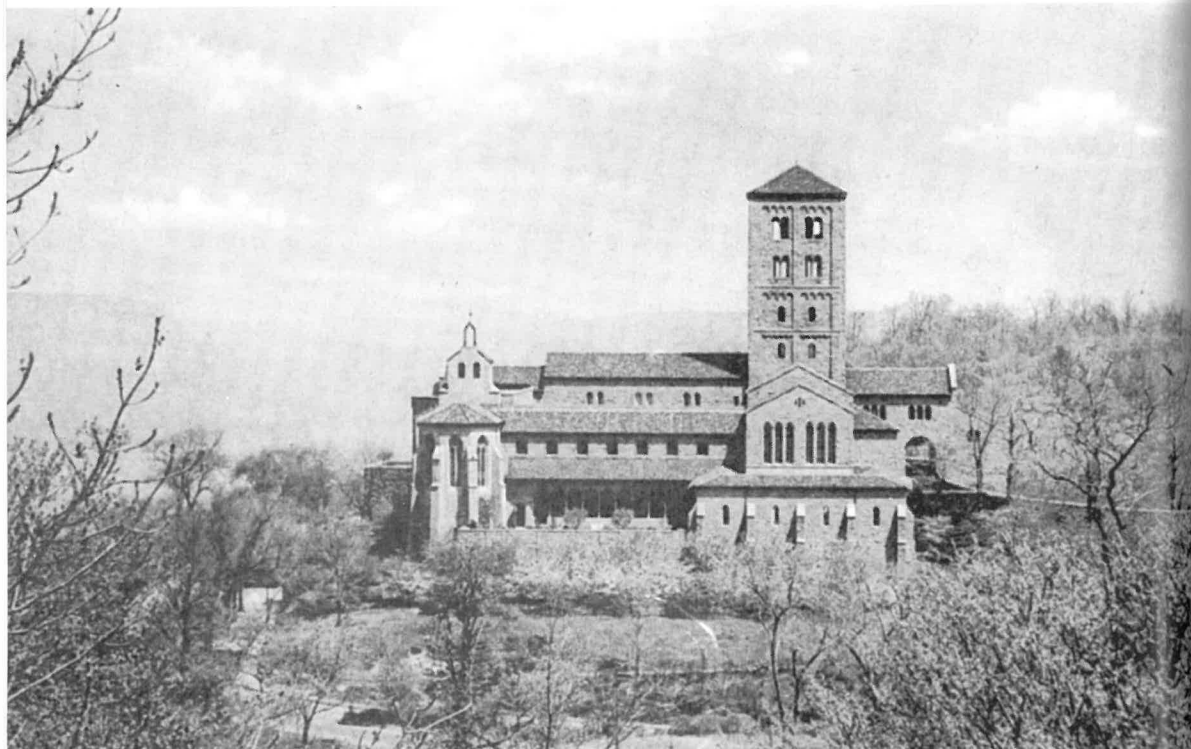
22. Reprodukције Gauguinovih i Rousseauovih djela daju "umjetnički pečat" kupaonici i "podizju" njezin čisto funkcionalni aspekt





23.-25. Monumentalni kompleks Cloisters, otvoren 1938. u Fort Tyron Parku, zahvaljuje svoje postojanje darežljivosti Johna D. Rockefellera Jr. U posve "modernu" strukturu ugrađeni su autentični arhitektonski dijelovi klaustara srednjovjekovnih samostana. "Autentični" predmeti i djela izloženi su u prostranim dvoranama koje su uvijek prepune turista.

26. Desno: Rockefeller Center u New Yorku



ESPANSIONE DI UN LEASING DINAMICO.



L'efficienza e la professionalità sono alla base del nostro LEASING DINAMICO e del Vostro successo.

L'agente SBS più vicino è il Vostro miglior consulente, garantito da una delle maggiori società di Leasing italiane.



A lui potete rivolgerVi anche per i prodotti finanziari altamente competitivi messi a punto grazie alla stretta collaborazione tra Ergon Finanziaria e Banca Credito Agrario Bresciano.

Solidi partner per clienti dinamici.

IL PARTNER DEL SUCCESSO.

Brescia - Via Paganora, 4 - Tel. 030/2976 Milano - Via Serbelloni, 4 - Tel. 02/799550

CAB

Credito Agrario Bresciano

ERGO
Finanziaria

27. Dizajneru reklamnog oglasa - koji je i sam možda yuppy - toliko se sviđa Boccionijev plastički dinamizam, da od njega stvara vanzemaljca koji juri za "sigurnim uspjehom".

ne riječi koji danas više nisu u uporabi ili su čak postali neospornim «lošim ukusom», prije samo desetak godina mogli su biti sasvim prihvatljivi). Osim toga, izuzetno je teško odrediti neke konstante književnoga kiča koje se mogu primijeniti na sve jezike (s izuzetkom preočutih kič odlomaka iz ljubavnih romana za djevojke iz devetnaestog stoljeća, ili izvještaja o društvenom životu plemstva koji još uvijek truju naše časopise). Kako je naša namjera predstavljanje antologijske panorame međunarodnog kiča, ograničavanje na primjere iz talijanskog jezika bilo bi nedovoljno, a navođenje primjera prevedenih s izvornog jezika imalo bi poprilično sumnjiv učinak. Stoga ću izostaviti razmatranje kiča u književnosti, ali spomenut ću, iako samo letimice, kič u glazbi, koji je, za razliku od onoga u književnosti, internacionalan kao i vizualni kič, ali ovdje, nažalost, nije moguće dati primjere takvog kiča.

U slučaju glazbe - osobito Nove glazbe - problem kiča vrlo je žuran: ništa nije toliko daleko od partiture *potrošačke glazbe*,⁷ koju slušaju i obožavaju široke mase, kao partitura nove moderne glazbe (koju slušaju i obožavaju samo malobrojni upućeni pojedinci). Čini se da se upravo na primjeru glazbe može naći čvrsto uporište koje bi bilo temeljem naše rasprave.

Ipak, daleko smo od postizanja dogovora, usprkos tome što su toj temi posvećene brojne novije rasprave i ciklusi predavanja za vrijeme posljednjeg (1967.) «Tagunga» u *Institutu za Novu glazbu* u Darmstadtu.⁸

Među glavnim stavovima iznesenim u Darmstadtu, valja spomenuti onaj Lars - Ulricha Abrachama, koji je za temelj svoje teze uzeo «ukus» kao kategoriju glazbene didaktike. Njemu se usprotivila većina sudionika, jer je malo njih spremno «ukus» smatrati kategorijom. (Ne smijemo, ipak, zaboraviti da je pojam ukusa koji, kao što je poznato, potječe od engleskih i

7 Problem «potrošačke glazbe» zadao je mnogo brige recentnim znanstvenicima. Vidjeti kao talijanski primjer, knjigu autora: Straniero, Jona, Liberovici, De Maria, *Le canzoni della cattiva coscienza, La musica leggera in Italia*, Bompiani 1964., s predgovorom Umberta Eca.

8 «Tagung», o kojem je ovdje riječ, otvoren je predavanjem Rudolfa Stephena: *Von der Notwendigkeit über Musik zu sprechen*.

škotskih empirista sedamnaestog i osamnaestog stoljeća: Humea, Gerarda, Burkea itd., bio izuzetno važan, osobito sa sociološke točke gledišta, i stoga se ne smije tako lako zanemariti).

Neki⁹ smatraju da u sadašnjoj situaciji sam pojam ukusa nema više nikakvu funkciju, ako se ima u vidu današnja «pluralistička» glazbena kultura (koja je podijeljena u različite «klase»). Uostalom, očito je da između kulturne, učene glazbe i potrošačke i trivijalne glazbe nije moguća nikakva distinkcija na osnovi analize koja se temelji, primjerice, na intervalima, ritmu, uporabi određenih melodijskih i harmonijskih postupaka, itd.

Problem kiča u glazbi nije lako riješiti: nije dovoljno tvrditi da se kategorija «ukusa» ne može primijeniti na glazbu. Ne može se niti odrediti vrijednost neke glazbene partiture po njezinoj «slušljivosti», jer to ovisi o nekim, vremenom uvjetovanim parametrima, zbog kojih će neka pentatonička melodija teško ući u uho nekog Europljanina, ali ne i Japanca, itd.

Čak i ako istraživanje ograničimo na naše doba i na našu «zapadnu» civilizaciju, ne otpada sumnja da je rascjep koji danas postoji između učene i potrošačke glazbe takav da ostavlja dojam da te dvije vrste glazbe pripadaju međusobno dijametralno suprotnim svjetovima. Ipak, po mome mišljenju, i unutar takvih dviju kategorija moguće je govoriti o kiču.

Postoji i postojat će kič čak i u glazbi namijenjenoj glazbenoj eliti (i bit će mnogo oponašatelja autentičnih i izvornih modernih skladbi, koji će svoje skladbe učiniti «prihvatljivijima» unošenjem nekih patetičnih elemenata koji, na neki način, mogu djelovati na osjećaje publike, ili koji će - unatoč prihvaćanju dodekafoničnih ili punktualnih formula, itd. - stvoriti dopadljivu melodiju utemeljenu na elementima posuđenim iz posve drukčije vrste glazbe).

Činjenica je, ipak, da područje na kojem će nam glazba biti velika pomoć - i velika «utjeha» - u našem istraživanju kič elemenata, jest recepcija prije negoli komponiranje: upravo se kod slušanja glazbe izrazitije očituje prisutnost kič-čovjeka (sl. 28, 29): kič-čovjeka koji čak i velikog Johanna Sebastiana može pretvoriti u kič, pripisujući na primjer strogim, čak pedantnim skladbama toga glazbenika sentimentalne namjere o kojima ovaj nije ni saznao; ili miješajući vjersko nadahnuće velikog dijela crkvene glazbe, s lakom «sentimentalnošću», prikladnom za posve drugu priliku. To je možda

9

Prema Carlu Dahlhausu, koji je bio jedan od izlagača na raspravi u Darmstadtu, glazbeni kič se javlja pri susretu sentimentalizma i kompozicijske tehnike. Vidjeti pažljivo sastavljen sažetak radova iznesenih u Darmstadtu u tekstu Reinhardta Oehlschlägela: *Geschmack, Trivialität, Kritik u Frankfurter Zeitung*, 25.4.1967.



28. Beethovenova *Eroica* u slikarskoj interpretaciji



29. *Frau Musica*, ilustracija *fin de siècle*, koja jasno pokazuje ponašanje kič-čovjeka, ali čak je i pas «ponesen» melodijom

uistinu presudan činilac za utvrđivanje nazočnosti kiča, ne samo u glazbi, nego i u književnosti, na filmu, ili usudio bih se reći, upravo «naturalističkog» kiča: ponašanja pojedinca suočenog s umjetničkim i prirodnim pojavama, koje se promatraju s onog osobitog stajališta koje ih odmah pretvara u nešto iskvareno, lažno, sentimentalno i neprirodno.

Ali govoreći o kiču i razmatrajući ga, kao što smo vidjeli, kao pojavu ograničenu ponajprije na naše razdoblje, čini mi se da je nužno imati u vidu važnost koju je u njegovu određivanju, na svoj specifičan način, imao prodor stroja, bilo u stvaranju i reproduciranju umjetničkih djela, bilo kao osebujno komunikacijsko i izražajno sredstvo.

Nije teško utvrditi određenu sinkroniju između širenja pojedinih vidova kiča, i pojave metoda mehaničkog, a potom i električnog, elektronskog, itd. reproduciranja i prenošenja umjetnosti. To ne znači da postoji neka apsolutna međuzavisnost između tih dvaju procesa, što ćemo ubrzo i vidjeti. Želim, međutim, naglasiti da je samo s (često osrednjim) mogućnostima

reprodukcije i vrtoglaviim širenjem umjetničkih (ili pseudoumjetničkih) predmeta bila moguća eksplozija jednog od aspekata koji nas ovdje zanimaju. Problem kulturne industrijalizacije; naime, sve je izraženija činjenica da kultura, koliko u svome nastajanju, toliko i u svome postojanju, ovisi o nekim metodama o kojima već ovisi cjelokupni ili gotovo cjelokupni naš proizvodni i organizacijski sustav.

S jedne strane, jer bilo bi glupo ne iskoristiti ili ne znati iskoristiti moćna i često efikasna sredstva koja nam nudi najsuvremenija tehnologija, čak i u kulturne svrhe; s druge strane jer bi bilo i te kako pogibeljno ne uzeti u obzir opasnosti, nesporazume i zamke koje se isprječuju pred nas, uvijek kada se područja industrije i kulture susretnu, ili tek jedva dotaknu.

Dakako, istraživanja problema industrijalizacije kulture i sredstava masovne komunikacije - mas-medija - kojima se svijet naučio služiti, posljednjih su se godina znatno umnožila: pojavili su se osporavatelji i zagovornici tih sredstava, čuli su se izrazi likovanja koji veličaju pobjedu mas-medija nad tradicionalnim «medijima», ili izrazi panike koji se žale zbog njihove pojave i pretjerane nasrtljivosti.

Dovoljno je spomenuti knjigu Marshalla McLuhana *Understanding Media*, koja je u posljednje tri ili četiri godine postigla velik uspjeh u SAD-u i drugdje, ili poznate antologije posvećene problemima mas-medija i masovne umjetnosti, poput one Rosenberga i Whitea. Ali vrsta-kulturne industrijalizacije na kojoj ću se nakratko zadržati, jer je upravo ona jedan od glavnih uzroka ostvarenja kiča, jest ona vrsta koja se obraća imaginaciji, ili, ako se tako možemo izraziti, čovjekovoj imaginativnoj i kreativnoj djelatnosti: onoj djelatnosti koja je obično bila ili je trebala biti ljubomorno čuvanim privatnim posjedom svakog pojedinca, a koja je, naprotiv, upravo pomoću mas-medija, postala «javnom» djelatnošću poput drugih.

Slike, snovi, nejasno i neodređeno nadiranje naše imaginativne djelatnosti, postavši plijenom novih mehaničkih sredstava transmisije i komunikacije, odmah im postaju ropski podložni: ta pojava nesumnjivo posjeduje svoju pozitivnu i negativnu stranu (a ne samo negativnu, kao što bi mnogi htjeli). Vjerujem da se uloga stroja može smatrati pozitivnom u svim onim slučajevima u kojima služi za ublažavanje izrabljivanja čovjeka od strane svoga bližnjega, te mi se čini da nije pravedno veći broj sati «slobodnog vremena» kojim čovjek danas raspolaže (ili bi trebao raspolagati) optužiti kao krivca za presušivanje kreativne mašte i za sve izraženiju težnju za isključivom hedonizacijom njegova slobodnog vremena. Ako se to uistinu i dogodi, ne

treba kriviti ni stroj ni industriju. Nažalost, masovna kultura, utemeljena na novoj raspodjeli vremena, zatrla je svaku sposobnost razlikovanja između umjetnosti i života: izgubio se svaki trag «obreda» u prilikama kada masovna sredstva komunikacije (radio, TV, časopisi, film, itd.) nude kulturni i estetski «obrok», a ta odsutnost ritualnosti prouzročila je ravnodušnost gledatelja pri susretu s različitom prirodom pojedinih emisija i manifestacija koje mu se priređuju.

Stoga je preporučljiva pažljiva analiza tog faktora, više zbog njegova antropološkog aspekta i utjecaja, negoli poradi njegova usko estetskog aspekta. Jedna od pogrešaka koje se javljaju u mnogim istraživanjima provedenima na tom području, sastoji se u tome da se, već od samog početka, nastojalo uspostaviti estetske veze, prije nego što su bila riješena sociološka i psihološka pitanja na kojima one počivaju. Prvi među njima je eksperimentalni element koji igra važnu ulogu u našoj uporabi novih mas-medija.

Još jedan bitni aspekt je nedostatak autentična «proživljenog iskustva» stečenog posredstvom novih medija, što, čini mi se, svatko može provjeriti sam i na samome sebi. Gledanje slika koje su reproducirane pomoću fotografije, filma, televizije, časopisa, više nam ne može prenijeti uistinu «proživljeno» iskustvo, iako nam omogućuje brzo uskladištenje pojmova, kao što je već mnogo puta dokazano. Iz toga proistječe raskol između mogućeg pojmovnog učenja i pravog *Erlebnisa* slika koje promatramo. Slična se stvar otprilike događa kada posjetimo neku stranu zemlju i onda je vidimo reproduciranu na filmu. Ona aura slika i zvukova, ali i okusa, mirisa, atmosfere koju nam nudi ta strana zemlja, i koja će ostati jedinstvena u našem sjećanju, kad nam se prenosi novim mehaničkim sredstvima komunikacije, svodi se na blijedu sliku, na duha iz snova.

U prošlosti sam imao priliku baviti se problemom falsificiranja slika koje su omogućile moderne metode reproduciranja i čini mi se da taj problem nije samo usko povezan s problemom ukusa i «lošeg ukusa», nego da ga i publika i kritika podcjenjuju. Nema sumnje da je učestalo reproduciranje umjetničkih djela, likovnih i glazbenih, starih i novih, uz pomoć novih tehničkih sredstava, jedno od najvećih iznenađenja i jedna od najistaknutijih pojava novije kulturne evolucije. Ali, ako s jedne strane, moramo priznati savršenu «autentičnost» serijske reprodukcije industrijskih predmeta (koji su od samog početka zamišljeni za takvu reprodukciju), s druge strane, svako reproduciranje jedinstvenih djela, koja su zamišljena kao neponovljiva, moramo smatrati ekvivalentima pravih «falsifikata».

Iako je vjerna reprodukcija omogućila širenje znanja o umjetnosti i povijesti, ne smijemo zaboraviti da se, u današnje doba, «manija reproduciranja» najčešće pretvarala u paradoksalnu tezauraciju djela i predmeta koji su samo naizgled i izvana slični autentičnom primjerku. Prisjetimo se samo bezbrojnih kopija Sikstinske Madone, Partenonâ, Apolona Belvederskih, kosih tornjeva iz Pise, itd., čija se umjetnička vrijednost odmah pretvarala isključivo u kič vrijednost, upravo zbog takvog reproduciranja, ili upravo zbog načina na koji kič-ljudi koji ih kupuju i njima zatrpavaju svoje domove, ta nekadašnja remek-djela «konzumiraju», uživaju, idoliziraju. Kod reproduciranja tih djela, bilo da su antikna ili moderna - tipičan su primjer reprodukcije u boji djela impresionista, Van Gogha i Gauguina - vrlo je često posve zanemareno poštivanje vjernosti «skale», tonova boje, zbog općeg dojma slike, tako da se publici nude, ne samo faksimili koji su samo približno vjerni originalu, nego, što još više čudi, takvi su faksimili publici «privlačniji», «ljepši» i dojmljiviji od autentičnih djela.

U taj se isti fenomen ubrajaju i mnogobrojne jeftine replike antiknih (i modernih) remek-djela koje se mogu kupiti preko kataloga, a koje samo naizgled potiču kulturu i ukus, dok naprotiv, publiku potiču na izjednačavanje autentičnog remek-djela i osrednje, pa čak i prostačke krivotvorine. Industrijalizacija kulture koja se proširila na svijet umjetničkih slika dovela je do sve izraženijih razlika među pojedinim društveno-kulturnim slojevima. «Masovna kultura» poprimila je (barem naizgled) posve drukčija obilježja od elitne kulture i pridonijela je širenju kiča i njegovu trijumfu nad umjetnošću.

Ako, pak, u takvoj pseudokulturi, nema nikakve diferencijacija u recepciji (odnosno, kao što sam već prije spomenuo: ne postoji više nijedan *privilegirani moment* za pribavljanje umjetničke hrane i, za razliku od onoga što se događalo u prošlosti, izgubila se svaka «ritualnost», lišavajući tako umjetničko djelo one aure tajnovitosti i «svetosti» koja ga je nekad obilježavala. Ne možemo poreći da je i toj kulturi koja sve nivoe svodi na jedan, potrebna neka vrsta diferencijacije da bi je prihvatila široka publika. To objašnjava neprekidnu potragu za novim, dotad neviđenim i, na neki način, individualiziranim proizvodima, što, na svoj način, stvara još više primjera kiča.

Jedan od najočitijih i najsnažnijih primjera te gladi za novim radi novoga, bez ikakve estetske ili tehničke motivacije, koja vrlo često uzrokuje nastanak kič predmeta, jest poznati postupak pod imenom *styling*. Ta vrsta stili-

zacije ili kozmetike primijenjena na proizvode industrijskog dizajna isključivo zbog tržišnih razloga ili, kada je riječ o kupcima, zbog poticanja želje da se takvim proizvodima stekne djelotvoran statusni simbol.

Među najtipičnija očitovanja tih novih umjetničkih «žanrova» (koji su se razvili na filmu, u «sažetim» verzijama, industrijskom dizajnu, popularnoj glazbi, itd.), a koji se često poklapaju s pojavom kiča, možemo uočiti: kolektivizaciju i podjelu rada, a time i nužno potčinjavanje djela ekipnom radu, stoga i kolektivnoj standardizaciji koja u masovno proizvedeni umjetnički predmet unosi i neke elemente koji pripadaju elitnoj kulturi, i obrnuto.

Ponekad se događa da neki proizvodi, u početku zamišljeni i stvoreni za kulturnu elitu, postaju, samo zbog mode, skupi i snobovski, privlačni onoj kategoriji «više klase», (isključivo s ekonomskog stanovišta), koja na kulturnom planu odgovara najgoroj vrsti midcultura. Tom se činjenicom vrlo rijetko bave sociolozi kada razmatraju problem masovne umjetnosti: to jest nepodudaranjem gospodarsko-financijsko-mondene elite s kulturnom elitom; čestom nekompetencijom i reakcionarnošću gospodarsko-financijske više klase kada je riječ o avangardnoj umjetnosti (pod tim mislim na autentičnu avangardu), ili prihvaćanjem takve umjetnosti samo zato što je, ili kada je, postala «modernom», a time traženom i skupom. Događa se, naravno, da se elitna kultura nastoji oduprijeti integraciji i standardizaciji, tipičnima za masovne proizvode namijenjene masovnoj potrošnji, ali nažalost, taj se otpor često temelji na elementu fetišizacije, koji će se otkriti tek kasnije, kada se proizvodi jedne lažne avangarde budu pokazali ispraznima i zastarjelima. Zbog toga, tvorevine pseudoavangardi, u usporedbi s pravom avangardom, najčešće samo izgledaju nečitke, hermetične, pomalo skandalozne, kako bi mogle *épater-le-bourgeois*.

Drugi, ovaj put tipično fetišistički aspekt, sastoji se u tome da određeni izvorni oblici avangardne umjetnosti posuđuju neke elemente najtrivijalnijih proizvoda: brojne primjere za to vidjeli smo u mnogim djelima recentnog pop arta (Jasper Johns, Rauschenberg) gdje element posuđen od masovnih proizvoda (boce Coca Cole, fotografije, paste za zube, limenke) postaje estetski bogat sadržajem zbog samog uključivanja u sliku, tako da tvori nepovnljivi «unicum», koji je, osim toga, teško priopćiv. (Osim ako nije prenesen u neki «plemeniti» materijal, kao kod Cavalierea koji je voće izlio u bronci). Pitanje je valja li taj fenomen uzdizanja trivijalnih predmeta, proizvedenih standardiziranim i dezindividualiziranim postupkom, u carstvo

elitne umjetnosti, smatrati pozitivnim, ili ne znači li to da i sam avangardni umjetnik ponekad više voli tu vrstu umjetnosti koju naizgled, u javnosti, prezire?

Fetišizacija avangardnog djela (njegov snobistički kult) može, znači, također biti kičem. Nema sumnje da je teško praviti razliku; no dovoljno je uzeti u ruke i prolistati neki tzv. avangardni časopis iz bilo koje industrijalizirane zemlje da bismo to opazili. Uočiti ćemo na primjer sladunjave i naivne imitacije Joycea, Becketta, Kafke na području književnosti; Duchampa, Schwittersa, velikih pop umjetnika na polju slikarstva; Stockhausena, Cagea u glazbi. Gdje je tu kič element? On se nalazi u činjenici da su autori tih kamuflaža autentične avangardne umjetnosti izdvojili samo jedan aspekt umjetničkog fenomena kojeg žele oponašati, a koji je u početku imao originalnu kreativnu vrijednost, uzdigavši ga na razinu paradigme, čime mu je oduzeta svaka vrijednost novoga, a time i sva informativa vrijednost. Rabilu su, na primjer, dobro poznatu i zloupotrebjavanu vježbu plurisemičkih lingvističkih kombinacija kao da je riječ o pripremi enigmatske stranice za neki ilustrirani tjednik. (Taj moment zbunjenosti koji je prethodio otkriću, a vrijedio je za Joycea ili Duchampa, prevodi se tako u samo traganje tipa «Gdje je pogreška?» kao na sličicama u enigmatskim novinama). Od velikih su autora posudili neke banalnosti: običaj uključivanja poliglotskih pojmova u provincijalne tekstove (često zanemarujući pravo značenje određenih stranih riječi koje ne znaju ni točno izgovoriti, koje je često u osnovi «puna»). Sve to odgovara - samo na drugom planu - onome što smo već zapazili na primjeru roto-romana, western filmova, popularnih pjesama.

Laž se javlja posvuda u takvim slučajevima hiperkiča: ljubav, bol, rođenje i smrt pretvaraju se u površnu ganutost ili hedonističku zafrkanciju; tako naporan rad jednog Joycea, jednog Prousta, jednog Kleea ili jednog Mondriana, namijenjen vlastitoj potrošnji i osobnoj uporabi, postaje radom izvršenim s namjerom da bude objavljen i izložen, samo da bi autor pokazao da je u toku s tekućim tendencijama; samo da bi zadao muke kritičaru ili novinaru koji nisu u tijeku događaja.

Potonji primjer graničan je, obično zanemarivan slučaj onoga što bismo mogli definirati «kičem kulturne elite»: lošim ukusom visoke kulture. Riječ je o proizvodima koji visokoj kulturi pripadaju samo po vanjskom izgledu, šminki, žargonu, ali koji imaju obilježja kiča, kulturnog surogata, kojeg predstavljaju ljubavni ili kriminalistički romani, glazba iz juke-boxa, hit filmovi. Upravo bih s tom vrstom hiperkiča želio završiti ovo poglavlje,

da bih pokazao kako se opasnost falsificiranja umjetnosti može kriti bilo gdje, ne štedeći nijedan društveni sloj; on nije povlastica ni nižih, ni viših klasa u gospodarskom smislu riječi (iako često iskazuje veću naklonost srednjoj i višoj srednjoj klasi) te, naposljetku, ne šteti ni one koji se smatraju posjednicima najsofisticiranije avangardne kulture.

MIT I KIČ

Područje koje je danas možda više od ijednog drugog podložno utjecajima kiča pokazujući koju važnost, ne samo estetsku nego i egzistencijalnu, valja pripisati toj «devijaciji ukusa», jest mit.

Izučavanjem modernog mita, pojavom mitopoetskih i mitogogičkih faktora u našoj civilizaciji, bavili su se razni znanstvenici: Mircea Eliade, Levi-Strauss, Ricoeur, Roland Barthes i Gilbert Durand; značajno je ustvrditi kako ta specifična težnja za mitizacijom, koja je stvorila neka od najvećih umjetničkih, vjerskih i književnih ostvarenja prastarog i antičkog svijeta, još uvijek postoji, ali više ne stvara veličanstvene epove, snažne legende i religiozne priče, nego bijedni fetišizam ili loše reklame.

Tim sam se aspektom spomenutog problema pozabavio u svojoj knjizi *Nuovi Riti Nuovi Miti* (Torino, 1965.) u kojoj sam nastojao odrediti razliku između pozitivno shvaćene autentične *mitopoetske* energije i lažne *mitogogičke* volje, koja gotovo uvijek zavrjeđuje osudu i žaljenje, jer je prisilna i usmjerena na drugo, te neizbježno dovodi do fetišizacije i mistifikacije njezinih ostvarenja. Dakle, što bismo mogli smatrati simptomatičnijim kičem od nekih tipičnih «mitova naših dana», kao što su fašistički i nacistički mitovi, mit sportaša, šampiona, pjevača, filmske zvijezde, koji su uzdignuti na razinu heroja koje mase uzdižu i obožavaju, makar i nakratko?

Taj mehanizam zbog kojeg običan čovjek, kojemu dodijavaju radio, TV i drugi mas-mediji, na kraju (nakon što ga je, gotovo uvijek, propagandna i komercijalna mreža lukavo i prepredeno izmanipulirala) određenoj osobi pripisuje one osobine koje ju uzdižu na nivo mitskog junaka, nedvojbeno se mora povezati s kategorijom kojom se bavimo, jer pokazuje sve njezine bitne karakteristike: obilježja surogata, krivotvorine, sentimentalnosti,

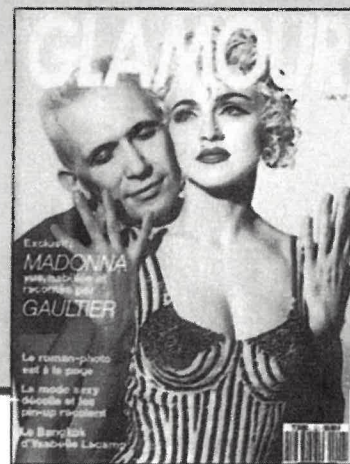
grube i proste «slike» (ovdje shvaćene u smislu *corporate image*, koordinirane slike, kojom se obično služe reklamne agencije da bi stvorile specifičnu simboličku konotaciju nekog poduzeća ili proizvoda).

S tim u vezi, opasno je navoditi bilo kakva određena imena, jer jedno od tipičnih obilježja modernog pseudo-mita je brzo i neumoljivo zastarjevanje, zbog kojeg neka danas slavna osoba za dvije ili pet godina postaje posve nepoznata. Svatko tko je prisustvovao koncertu nekog uspješnog pjevača (u golemoj dvorani prepunoj bučnih ljudi koji se guraju, djevojkama koje urlaju u prethisteričnom stanju kao da su spremne za žrtvovanje nekakvom božanstvu, poput vestalki neke nove mistične vjere), sigurno je zapazio s koliko lukavosti te zvijezde znaju dozirati efekt najkarakterističnijih ele-



A MISURA DI MADONNA

Quanto a esibizionismo non si sa a quale del due dare la palma della vittoria. Di Madonna Ciccone il mondo intero conosce ormai ogni segreto, tanto che nell'ultimo numero di «Interview», dove appare fotografata da Herb Ritts, per essere trasgressiva, confessa di sognare di essere un uomo per



poter fare la pipì in piedi. Paul Gaultier, da parte sua, aver creato gli abiti di scena la tournée giapponese di Madonna, ha pensato bene di raccogliere tutto di lei sul mensile francese «Glamour». Mentre sta per uscire il primo fotoromanzo autografico del biondo e onnipotente stilista.

SEGMENTI.
Un bozzetto di Jean-Paul Gaultier per Madonna

30. Granica između lošeg ukusa i kiča nejasna je i nije točno određena. U slučaju Madonne ta se dva pojma poistovjećuju, kao što je vidljivo u ovom članku objavljenom u *Panorami*, koji se bavi uobičajenim ljetnim skandalčićima.

menata svoje odjeće i ostale opreme. Samo postojanje magične «odore» omogućilo je preživljavanje tako glupih i često posve tupavih likova poput Supermana i Batmana: ogrtač u obliku šišmiševih krila, triko s golemim otisnutim slovom S (sve, podrazumijeva se, u najčišćem kič stilu), dovoljni su da se tim odjevnim predmetima pripišu obilježja svetosti, kao da je riječ o dragocjenim amuletima ili čudotvornim relikvijama.

Možda postoji određeni razlog - kao kod Beatlesa - za izravan pokušaj «ponovnog obraćanja vjeri» u slučaju kada su ti simpatični mladići proveli praznike kod poznatog (ali ne znamo i koliko autentičnog) indijskog svetog čovjeka na obalama Gangesa. Činjenica da su se željeli domoći svete inicijacije na samom izvoru legende, da bi je mogli spojiti s mitskom zadaćom koju su već imali i osjećali su da je posjeduju, potvrđuje moje tvrdnje: lažni mit želi se ujediniti s pravim mitom da bi postao učinkovitijim, a iz toga proizlaze izgled ili ponašanje koji su neporecivi kič.

Dakako, lako bi se moglo prigovoriti da svi ti idoli koje štiju mase nisu apsolutno inferiorni, da se neke od pjesama koje su napisali ili pjevali Beatlesi i Rolling Stonesi ne bi smjele podcjenjivati, da neki postupci, iako su u svojoj osnovi namijenjeni reklami, još uvijek pridonose nastanku one osobite atmosfere koja bi jednom mogla dovesti do stvaranja određenog ukusa u odijevanju, modi, bojama, itd.

Ne namjeravam, zasigurno, podcijeniti važnost običaja i mode u određivanju specifičnog presjeka nekog kulturnog razdoblja, ali želim ukazati na očitu neproporcionalnost između činjenica na kojima se temelji mitologijski element i njihova socio-estetskog rezultata. Možemo li izjednačiti Orfeja i Beatlese, Mojsija i Hitlera, paladine i sportske šampione?

Možda bismo, isto tako, nacizam i Francusku revoluciju, pothvate kozmonauta i Cristofora Columba, mogli smatrati važnima i presudnima s povijesnog stajališta, ali ono što nam se, usprkos svemu, čini nepobitnim, jest da u autentičnom mitu prošlosti nije bilo nikakva traga kič elementima koje danas tako često susrećemo.

Velik dio ritualnog aparata, figurativnih parafernalija, ukrasa i znamenja koji prate pokrete kao što su fašizam ili nacizam (ovaj prvi više, možda upravo zato što je autentičniji), bio je neporecivi kič: imperijalni orlovi, kėpiji s resama, pozdravljanje i stupanje (što ćemo bolje vidjeti u poglavlju o političkom kiču), svi su imali jaka obilježja iskvarena ukusa; onog istog iskvarena ukusa kojeg možemo uočiti i u drugim lažnim obredima poput onih koje priređuju članovi Ku Klux Klana, masonskih loža i nekih pseudoreliģija (osobito u SAD-u), kao što su Mormoni, Christian Science i bezbrojne

protestantske sekte gdje se ni obred, ni scenski aparat ne temelje na nekoj autentičnoj vjerskoj tradiciji, te se stoga lako izrode u kič... Obilje ritualnih elemenata što ih, upravo u današnje vrijeme, rabe mnoge ceremonije koje prate manifestacije utemeljene na pretpostavkama o okultnim vrijednostima, ili o političkom i vjerskom značaju koje imaju za društvo, otkada su postale institucionalizirane, pojava je koja ne može proći nezapaženo. Mislim npr. na zastave, znamenje, obilježja raznih, manje ili više, ekskluzivnih klubova, osobito kada oni imaju iza sebe pravu tradiciju ili se barem tako pretpostavlja; čak i na oznake različitih nautičarskih klubova, golf klubova, jahačkih društava, ili onih za lov na lisice itd., gdje se rijetko uočavaju tragovi osuvremenjivanja ukusa ili elementi posuđeni od moderne ili avangardne umjetnosti i odijevanja. Gotovo bi se moglo reći da neko udruženje - bilo ono religiozno ili laičko, političko ili gimnastičko - nužno mora upotrijebiti najgore elemente već užeglog i prašnjavog ukusa da bi



31. Izlog trgovine u New Yorku. Pored maski čudovišta i tipičnih kič suvenira, nalazi se i zastrašujući lik Fidela Castra.

dobilo obilježje autentičnosti. Što, uostalom, reći o sportskim peharima, medaljama, odorama pripadnika mističkih i teozofskih sekti...?

Često sam se osjećao ponukanim izraziti primjedbu o čudnoj i, rekao bih, svetogrдноj degradaciji štovanja dostojne i nedvojbeno autentične okultne simbologije, čim je postala plijenom mitagogičke tendencije ili lažne ritualnosti o kojima je već bilo riječi. Križ, svastika, trokut s božanskim okom, Davidova zvijezda, znakovi zodijska, itd., cjelokupna vjerska abeceda koja je nekada (a to može i danas) prepoznavala transcendentne vrijednosti u veličanstvenim misterijama, odmah je poprimila nešto lažno čim se udružila s pseudo-mitskim institucijama; a što je najbitnije, postala je zastarjelom, izvan mode, neprikladnom. Možda zbog istog razloga, često možemo uočiti ono što bih želio definirati «*vještičjim kičem*», kičem proroka, astrologa. Čini mi se da ni taj fenomen nije dosad bio dovoljno proučavan, te da zaslužuje detaljniju analizu. Prilikom posjeta stanovitim «proricateljima sudbine» (od kojih su mnogi bili obdareni znatnim izvanosjetilnim darom), često sam zapažao kako su cjelokupan scenski aparat koji rabe i njihov na-

32. Američki «muzej strave» primjer je sadomazohističke mitizacije svedene na potrošnju



A STARTLING ANNOUNCEMENT!

T. LOBSANG RAMPA



For years noted Lama T. Lobsang Rampa has written many books about hidden Tibetan secrets.

NOW AT LAST
HE REVEALS HIS STARTLING
VISITS WITH THE SPACE PEOPLE
IN A NEW BOOK!

**"MY VISIT
TO VENUS"**

by **T. Lobsang Rampa**

This revised and approved edition is offered to FATE readers at only \$2.00 postpaid. All royalty profits go to the Save A Cat League at author's request.

33. «Vještiči kič» u reklamni za knjigu privlačna naslova

čin ponašanja neosporno vezani za modele iz 19. stoljeća, zastarjeli i okruženi nedvojbenom kič atmosferom.

Još je čudnije da kičem možemo smatrati i većinu ambijenata i pojedinaca koji se danas bave okultizmom i spiritizmom. (Čak i «ektoplazme» kojima su tako bogato ilustrirani neki klasični traktati o spiritizmu i metafizici često su obavijene pompoznošću tog nižerazrednog i zastarjelog ukusa). Kako protumačiti tu pojavu? Možda su «duhovi umrlih zaostali s vremenom», ili su vezani za neku već zastarjelu modu? Ne želim ovdje, naravno, ulaziti u tako osjetljivo područje, niti želim nedolično govoriti o pojavama koje je teško prosuditi. Jedinim mogućim objašnjenjem čini mi se tvrdnja da se ono što sam rekao ne odnosi na one krugove i osobe koji se tim problemi-

ma bave na ozbiljan i znanstven način, nego na one pojedince koji - iako posjeduju instinktivne izvanosjetilne sposobnosti - te sposobnosti koriste bahato i najčešće radi zarade, a ne zbog istraživanja. Rabeći svoj instrumentarij na taj način, htjeli oni to ili ne, zapadaju u klišeje lošeg ukusa i dvoznačnosti, zbog čega pojava kiča još jednom, gdje god postoje zastranjenja i lažnost mitskih i ritualnih elemenata, jasno pokazuje koliku važnost - u ovom slučaju ne samo estetsku, nego i etičko-sociološku - ima utvrđivanje postojanja pojava poput ovih koje sam ovdje nastojao naznačiti.

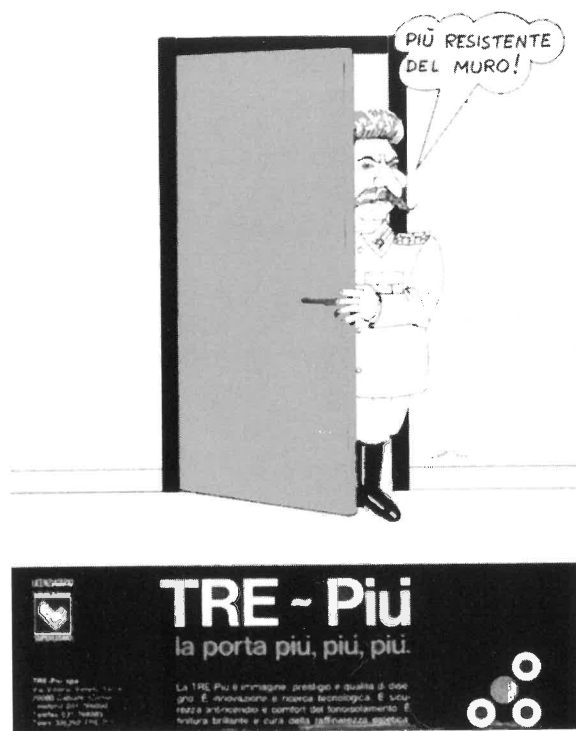
Želimo li sumirati rezultate ovog kratkog upada u područje mita i obreda, lako ćemo zaključiti da u današnje doba postoje mnoge situacije u kojima prevladavaju mitopoetske snage, snage koje mogu biti blagotvorne, koje mogu voditi rađanju novih mitova što utječu na stvaranje umjetničkih djela ili na društvena i politička dostignuća. Ali kako u mnogim prilikama nadvladava mitogogijski aspekt koji mitsku i ritualnu vrijednost pripisuje elementima, činjenicama i osobama kojima one ne pripadaju, ili ih loše podnose, te ih ne bi ni trebali dobiti. U ovom posljednjem slučaju gotovo uvijek dolazi do «kičizacije» mita. Nastaje kič-mit kojeg, što dublje prodire, tim prije valja ukloniti, zbog one energije i onog magijskog intenziteta koje posjeduje pravi mit, a koje i lažni mit može nadomjestiti, iako samo privremeno.

Sama činjenica da se može govoriti o kič-mitu (kao o kič aspektu vjere, domoljublja, obitelji, smrti, što ćemo vidjeti u sljedećim poglavljima) još jednom nam pokazuje da se kič koristi ponajprije iracionalnim, fantastičnim, ili ako baš hoćemo sub- ili pred- svjesnim elementima.

Revalorizacija mitskog elementa u proučavanju simboličkih formi (kao što je to sjajno učinio Ernst Cassirer slijedeći liniju koja od Vica vodi do Schellinga, a potom do novih «mitologa» današnjice, kao što su: Kérèny, Durand, Langer i drugi), pokazala je koju golemu važnost, još uvijek i uvijek, valja pridati iracionalnom aspektu našeg uma i naših spoznajnih mogućnosti.

Razumljivo je da se upravo takvim aspektom, prije negoli onim posve racionalnim, podmuklo služi kič za postavljanje svojih zamki. Ukoliko je mitsko-simbolička komponenta nazočna uvijek u svakoj umjetničkoj formi, to ne znači da samo zbog te činjenice svako umjetničko djelo danas valja smatrati mistificiranim ili mistificirajućim, kao što su neki skloni vjerovati. Naprotiv, realnije je priznati da je u oblicima pseudoumjetnosti koje nazivamo kičem, takav fetišistički i mitizirajući aspekt očitiji i češći.





35. «Izdržljivija od zida!» Pad Zida, agonija «brkatog komunista,» inspiracija su za reklamu proizvođača vrata

Hermann Broch

BILJEŠKE O PROBLEMU KIČA¹

Dopustite mi da započnem s upozorenjem: ne očekujte stroge i čiste definicije. Filozofiranje je uvijek opsjenarska igra s oblacima, a estetička filozofija ne izmiče tom pravilu. Znači, ako s vremena na vrijeme kažem da onaj gore oblak nalikuje devi, budite ljubazni poput Polonija i dajte mi za pravo. U protivnom, bojim se da će na kraju ovog predavanja ostati otvoreno previše pitanja, na koja ću moći odgovoriti samo u knjizi o kiču u tri sveska (koju radije ne bih pisao).

Osim toga, neću govoriti isključivo o umjetnosti, nego o određenom odnosu prema životu. Kič, zapravo, ne bi ni mogao nastati ni razvijati se bez postojanja kič-čovjeka, ljubitelja kiča, onoga koji kao tvorac umjetnosti stvara kič, a kao konzument umjetnosti spreman ga je kupiti i čak ga vrlo dobro platiti. Shvaćena u širem smislu, umjetnost je uvijek portret čovjeka svoga vremena, a ako je kič laž (često ga, s pravom, tako definiraju) ta se laž ponovno vraća čovjeku koji ima potrebu za njom, odnosno onome koji se služi tim tako vrlo obzirnim zrcalom da bi se mogao prepoznati u lažnoj slici koju mu ono uzvraća i da bi mogao ispovijediti svoje laži (s iskrenim zadovoljstvom, do određene granice). To je fenomen kojim ćemo se baviti. Baveći se pojavama koje su u vezi s poviješću duha, uvijek je nužno rekonstruirati okružje u kojem one nastaju i na koje djeluju. Ponajprije to pokazuje arhitektura, koja je upravo paradigmatički izraz svakog povijesnog razdoblja. Kada se sjetimo azijskih civilizacija, Egipta, gotike, renesanse, baroka, pred nama se najprije pojavljuju prizori arhitekture tih civilizacija i

1

Tekst predavanja koje je Broch održao studentima germanistike na Sveučilištu Yale (zima 1990/51.).

povijesnih razdoblja. Ali koji nam arhitektonski prizor dolazi u sjećanje kada pomislimo na romantizam devetnaestog stoljeća?

Niti jedan. Naravno, velik dio europskog romantizma imao je kao scenografiju fasade u klasicističko-bidermajer stilu (a američki romantizam u kolonijalnom stilu), ali samo zato što su građevine prijašnje generacije još postojale. Romantizam, zapravo, nije stvorio nijednog arhitekta koji bi uzdigao svoj stil na razinu bilo kojeg od klasicističkih stilova, poput, na primjer, berlinskog *Schinkelova* stila. Njegov prvi arhitektonski izričaj bio je grozan: gotika u žbuki ili u goloj cigli, s nazupčanim kruništima, koja je držala prevlast između 1820. i 1840., a rabila se i za željezničke stanice i javne građevine kao i za privatne vile i radničke četvrti, sve dok takva vrsta kiča (jer uistinu je riječ o kiču) nije morala osloboditi put za još nasilnije stilove: neorenesansu i neobarok. Da ne spominjemo kako izuzetna brzina procesa industrijalizacije i razvitka velikih gradova nije omogućila arhitekturi dovoljno vremena za prilagođavanje novim zadacima, zbog čega je bila prisiljena na očajničko traženje nasumce. Ne, *Schinkel* je, na primjer, zamislio rješenja za trgovine i javne građevine koja savršeno odgovaraju zahtjevima za funkcionalnošću, a koja su, k tome bila vrlo moderna. Zašto se onda nisu prihvatili ti prijedlozi, umjesto da su se gradile stanice i radničke nastambe u gotizirajućem kiču? Odgovor je jednostavan. Zato što je kič, a ne *Schinkel* odgovarao duhu razdoblja i zato što ukusu usmjerenom na kič, *Schinkelov* funkcionalizam nije djelovao dovoljno lijepo. Zanimljiva je bila ljepota, lijep dojam, ukras.

Velika umjetnost romantizma izrasla je u tom posve neprikladnom ozračju, usred toga kiča u kojemu još nisu djelovali Beethoven, Schubert, Byron, Schelley, Keats i Novalis, ali su tu već bili Stendhal, Delacroix, Turner, Berlioz, Chopin, Eichendorff, Tieck i Brentano. Kako je moguć spoj tolike autentičnosti, tolike istinske i briljantne izražajne snage (u slučaju njemačke lirike - tolike unutarne ekspresivnosti) s takvom zanesenošću dekorativnošću? I zašto je taj dekorativizam postao tako neukusan, tako kičast, dok je onaj barokni, koji sigurno nije bio umjereniji (svako razdoblje ima svoju strast za dekoracijom), ostvario prikladan okvir čak za jednog Bacha, a da ne spominjemo Händela i Mozarta koji su bili skloni efektu? Arhitektonski kič nedvojbeno je posve prikladan okvir za znatan dio umjetničkog stvaralaštva toga razdoblja. Walter Scott, na primjer, pokazuje neporecivu i upravo fatalnu sklonost neogotici toga vremena, a za Paula de

Kocka, cijenjena Balzacova suvremenika, ne bi se ni moglo zamisliti prikladnije okružje. Takvo se okružje čini neprikladnim samo za najveća djela genija (kojima je to razdoblje obilovalo), dok je sasvim pogodno za sve ono



36. Spektakularna inscenacija za film o Berliozu, *Symphonie Fantastique* (1942.), ne uspijeva prikriti bolne točke toga filma

što nije doseglo razinu apsolutne vrijednosti, kao što su Weberove glazbene drame (iako one svejedno zaslužuju štovanje). Čini se da se jasna demarkacijska linija proteže preko umjetničkog stvaralaštva toga razdoblja i dijeli ga u dvije osnovne, korjenito različite skupine, bez ikakvih međustupnjeva: s jedne strane su djela koja pokazuju kozmičke težnje, s druge je kič. Koja od tih dviju skupina predstavlja to razdoblje? Potonja čije je obilježje kič (što nas može navesti na pomisao o velikoj umjetnosti romantizma kao njegovim nadilaženjem), ili, ne bismo li romantizmu trebali pripisati odgovornost za kič?

Mnogo toga, a osobito nedostatak prosječnih vrijednosti, svjedoči u prilog prevlasti kiča. Stilski ton nekog razdoblja obično određuje samo djelo ge-

nija, ali prosječno djelo mu služi kao oslonac. Povijest umjetnosti puna je takvih manje važnih djela. Slike gotičkih i renesansnih škola pripadaju toj kategoriji; isto se, bez iznimke, može reći i za skladbe brojnih orguljaša 17. i 18. stoljeća koji su, iako nisu Bachovi, stvorili vrlo vrijedna djela (na području arhitekture, i zadnji je od majstora graditelja, prije prodora romantizma, savršeno vladao svojim zanatom). Nasuprot tome, romantizam nije mogao stvoriti prosječne vrijednosti. Svako iskliznuće s razine genija odmah se pretvaralo u poguban pad iz kozmičkih visina u kič. Uzmimo, na primjer, Berliozu čiji je dekorativan i efektan stil (što je tipično francuska pojava) na granici podnošljivoga: Berlioz ne samo što se služi dojmivim naslovima i asocijacijama koji su tuđi glazbi, nego još i bestidno tjera svoga Fausta da stupa u ritmu virtuozno orkestrirane koračnice Ràcòczy. Uostalom, čak se i introvertirani njemački romantizam uvijek kreće po oštrici noža i u neprestanoj je opasnosti da zapadne u kič; to se može dogoditi usred neke pjesme, i to ne zbog namjerne ironije (kao kod Heinea), nego jednostavno zbog pjesnikove nesposobnosti da održi kozmičku napetost. Mnogima od vas moglo bi se učiniti upravo bogohulnim što sam se, da bih ilustrirao to svoje stajalište, poslužio našim najomiljenijim romantičnim pjesnikom (barem meni je najdraži), ali to činim upravo zato da bih pokazao koliko brz i dubok može biti taj pad. Promotrimo zajedno Eichendorffovu pjesmu *Abendlandschaft* (Večernji pejzaž). Prvih šest stihova:

*Der Hirt bläst seine Weise,
Von fern ein Schuss noch fällt,
Die Wälder rauschen leise
Und Ströme tief im Feld.
Nur hinter jenem Hügel
Noch spielt der Abendschein²*

zacijelo se mogu svrstati među najljepše koje je njemačka lirika ikad stvorila kada je riječ o trezvenoj, jezgrovitosti preciznosti u opisivanju. Te savršene stihove slijede dva stiha koja nisu ništa drugo doli bljutavo sentimentalno oponašanje narodnog pjesništva:

2

Pastir svira svoju pjesmu, / u daljini zamire posljednji hitac, / šume blago šušte / a potoci žubore duboko u poljima. / Samo se iza onog brežuljka / još igra posljednja zraka sumraka.

*Oh hätt ich, hätt ich Flügel,
Zu fliegen da hinein!³*

Samo u malobrojnim pjesmama, na primjer u pjesmama *Reisesehnsucht* ili *Greisenlied*, Eichendorff je od početka do kraja uspio zadržati kozmičku napetost. Ostale su, čini se, osuđene na brodolom u sudaru s hridi sentimentalnosti koja se nalazi u posljednjim stihovima, i na to da ih struja otplavi prema plažama kiča. To potvrđuje moju tvrdnju o nedostatku prosječnih vrijednosti u romantizmu, a i vi ćete sami, ako uspijete zanemariti svoje mladenačke impresije, moći pronaći daljnje potvrde onoga što govorim u Chamissovim djelima *Frauenliebe* i *Mateo Falcone*. Naprotiv, u kiču, bez daljnega, postoje prosječne vrijednosti. Kič može biti dobar, loš, čak i genijalan, i u tom smislu, dok dopuštam sebi još jedno svetogrđe izjavom da je Wagner jedan od najviših vrhunaca koje je kič ikada dotaknuo, a ne oklijevam dodati da ni Čajkovski nije daleko od toga.

Stoga uopće nije neopravdano 19. stoljeće smatrati stoljećem kiča umjesto stoljećem romantizma. Ali ako je taj sud točan, koji je tome razlog? Marksist bi odgovorio tvrdnjom da buržoazija svodi umjetnost na krivotvorenu robu i zato je puni procvat industrijskog kapitalizma neizostavno morao dovesti i do procvata kiča (činjenicu da potonji danas u Rusiji doživljava snažan posmrtni procvat, nastojat će zanemariti zbog ljubavi prema teoriji). Ali bolje je ne osvrtni se na ono što se događa u Rusiji, kako bismo pozornije promotрили činjenice s domaćeg terena. Ako pretpostavimo kakav će biti ishod ove studije, možemo reći da, bez obzira na to koliko je duboke tragove ostavio kič na 19. stoljeće, on sam, u najvećoj mjeri, proizlazi iz stanja duha kojeg definiramo romantičnim.

Buržoazija se pojavila u 19. stoljeću kao klasa u sigurnom usponu, klasa predodređena za osvajanje moći u manje ili više bliskoj budućnosti. Vođena željom za moći, s jedne je strane morala asimilirati tradicionalno nasljeđe dvorsko-feudalne klase, koju je trebala zamijeniti, a s druge strane ponovno potvrditi vlastitu izvornu tradiciju, koja je nekad bila revolucionarna.

Dvorska je tradicija bila pretežno estetska. Njezina etička koncepcija ograničila se na određene mističke prikaze hijerarhije koju je odredio Bog i ko-

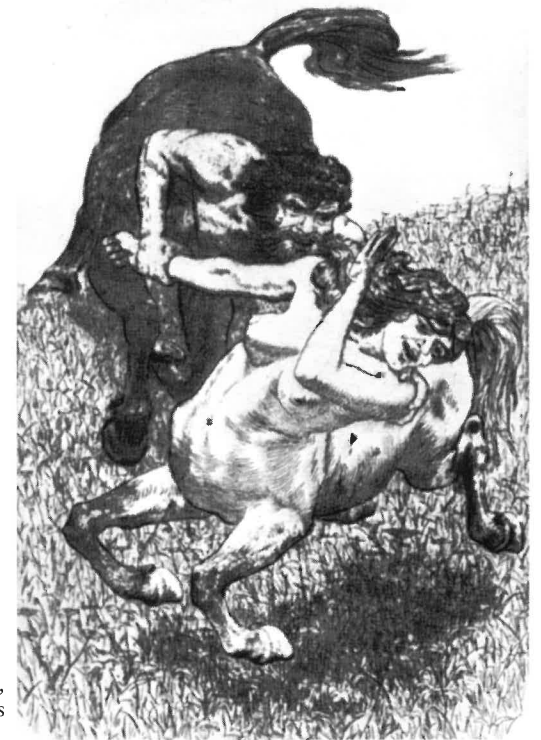
3

Oh da barem, da barem imam krila / da tamo odletim!

joj se, neovisno o bilo kakvom prosvjetiteljsko-racionalnom skepticizmu, čovjek morao prilagoditi stavom koji je istodobno zabavan i stoički. Za uzvrat se stjecalo pravo da se vlastiti život pretvori u umjetničko djelo i da se, u neobuzdanoj razuzdanosti osjećaja i duha, sebi pribave svi mogući užici, uključujući i umjetničke, a to je, konačno, i povlastica svake vladajuće klase: pravo na stvaranje veličanstvenog i obilnog dekorativnog aparata koji uljepšava život, a taj je aparat utoliko bujniji što je podvrgnutiji formalnom utjecaju baroka. Nasuprot tome, buržoaska je tradicija imala ponajprije etički karakter. U protestantskim je zemljama ona bila isključivo pod utjecajem puritansko-kalvinističkog asketskog ideala, dok je u katoličkim zemljama usporedni revolucionarni pokret (koji je također bio protest protiv *libertinagea ancien régimea*) *vertu* pretvorio u vodeći univerzalni princip. Dakle, i u katoličkim i u protestantskim zemljama čovjek je bio potican da dokaže svoj veliki duh žrtvovanja, kod jednih zbog ljubavi prema državi, kod drugih zbog ljubavi prema Bogu. I u jednom i u drugom slučaju taj se etički imperativ temeljio isključivo na razumu i u oba se slučaja protivio umjetnosti i dekoraciji, ili je, barem, bio ravnodušan prema umjetnosti. Buržoazija je morala ostati apsolutno vjerna toj svojoj strogoj tradiciji, da bi se mogla razlikovati i suprotstaviti feudalnoj aristokraciji kao klasa koja će je zamijeniti na vlasti. Zašto bi se ona uopće morala pokoriti zakonu asimilacije i usvojiti aristokratsku tradiciju, iako se ova kretala u pravcu diametralno suprotnom i protivnom njezinome? Je li ju na to tjerala strast prema umjetnosti? Ili samo duh oponašanja? Ili se, jednostavno, njezin asketski duh u međuvremenu potrošio? Svi su ti činioци zacijelo odigrali svoju ulogu, jer bilo je to doba vrhunac prosvjetiteljstva, a poznato je da prosvjetiteljstvo nije promicalo asketski duh (nije slučajnost da je ono stvorilo *libertinage*). Osim toga, u razdoblju industrijalizacije više se nije mogao zatomiti prosvjetiljski duh, niti je bilo moguće obnoviti staru vjeru koja je bila pokretačem askeze. Sačuvati, usprkos tome, taj asketski duh, ali bez napuštanja libertinskog racionalizma bilo je, dakle, nerješivo pitanje koje je buržoazija morala razriješiti.

Taj bi problem vjerojatno ostao neriješen da buržoazija nije u sebi nosila, još od svojih najdavnijih početaka (koji sežu u renesansu), one težnje čija je zadaća bila stvaranje romantizma: težnje za reformom. Ta je reforma proizašla iz velikog otkrića, koje je djelomično mističko, a djelomično teološko i racionalno: to je otkriće svijesti o apsolutnom, svijesti o beskrajnom,

božanske svijesti u ljudskoj duši. To je čin otkrića prenijelo u svaku pojedinu ljudsku dušu i tako joj nametnulo cjelokupnu odgovornost za vjeru, odgovornost koju je prije toga umjesto nje snosila crkva. Duša je podmirila račun postavši umišljena i razmetljiva. Postala je umišljena jer joj je povje-



37. Rad Maxa Pietschmanna *Par kentaura*, u tehnici suhe igle, napravljen za časopis *Pan*. Ilustracija iz 1896.

ren taj kozmički i božanski zadatak i razmetljiva, jer je vrlo dobro znala da joj je dodijeljen golemi kredit, da joj je nametnuta odgovornost koja je premašivala njezine sposobnosti. To je izvor romantizma. S jedne strane, to je izvor egzaltacije onoga koji, ispunjen duhovnom, i umjetničkom, energijom jedna zbivanja iz zemaljske svakodnevice nastoji uzdići u apsolutnu ili pseudoapsolutnu sferu, a s druge strane, to je strah čovjeka koji naslućuje rizik tog pothvata. Iz te egzaltacije i iz toga straha proizlazi ona specifična

nesigurnost romantičarske duše koja bi se, plašljiva i neodlučna, htjela vratiti natrag, otrčati u naručje crkve da bi ponovno pronašla zaklon u njezinoj posvemašnjoj sigurnosti. Da bi spriječio taj povratak, kalvinističko-puritanski pokret čovjeku je pokazao ekskluzivno jamstvo svetih knjiga, nametnuvši mu hladnu askezu, bez ikakve mogućnosti efuzije, koja je trebala postati buržoaskim načinom života. Međutim, kada je askeza počela gubiti svoj strogi zapovjedni ton, građanin je osjetio da je prestala i zabrana egzaltacije, štoviše, on je egzaltirao - što je paradoks - da bi sačuvao svoju asketsku tradiciju. Svaka askeza, svako suzbijanje užitka ima svoje seksualno središte gravitacije. Puritanizam sigurno nije nametao redovničku vrstu čednosti, nego strogu monogamnost. Upravo je monogamiju valjalo potvrditi i ojačati, tim prije jer se tako moglo udariti u srce *libertinagea*. Monogamna je ljubav bila spašena tako što je intenzivirana do egzaltacije koju je askeza nekad strogo osuđivala. Puritanska se frigidnost pretvorila u strast. Svaki slučajni ljubavni čin iz svakodnevnog je života bio uzdignut u astralne sfere, na razinu apsolutnog (ili bolje rečeno, pseudoapsolutnog), pretvoren u ljubav Tristana i Izolde, nepotkupljivu i vječnu. Tako su se najzemaljskiji aspekti života, štoviše mondeni aspekti *par excellence*, jednostavno uključili u carstvo vječnosti i besmrtnosti, što objašnjava atmosferu upravo nepristojne nekrofilije koja predvladava u velikom dijelu književnosti romantizma. Poslušajte što o toj vrsti vjernosti i nakon smrti kaže Novalis u svojoj *Lied der Toten* (Pjesma mrtvih):

*Leiser Wünsche süßes Plaudern
Hören wir allein und schauen
Immerdar in sel'ge Augen,
Schmecken nichts als Mund und Kuss.
Alles, was wir nur berühren,
Wird zu heissen Balsamfrüchten,
Wird zu weichen zarten Brüsten,
Opfer kühner Lust
Immer wächst und blüht Verlangen,
Am Geliebten festzuhängen,
Ihn im Innern zu empfangen,
Eins mit ihm zu sein.
Seinem Durste nicht zu wehren,*

*Sich im Wechsel zu verzehren,
Voneinander sich zu nähren
Voneinander nur allein
So in Lieb' und hoher Wollust
Sind wir immerdar versunken,
Seit der wilde trübe Funken
Jener Welt erlosch.⁴*

Ovdje je vjernost doslovce uzdignuta na razinu moći. Novo doba, doba buržoazije, traži monogamiju, ali istodobno želi uživati u svim radostima *libertinagea*, ako je moguće u još koncentriranijem obliku. Zbog toga se ne



38. *Libertinage*, doveden do pseudoapsolutne sfere sublimacije ljubavi na ovoj slici izlaganoj na Salonu

4

Osjećamo samo / nejasne žudnje, slatke razgovore, / vječito se gledamo u ljubljene oči / sladeći se samo ustima i poljupcima. / Sve što dotaknemo / pretvara se u vrući plod balzama / u meke i nježne grudi / koje kao žrtvu prinosimo silnom užitku. / Neprestano raste u nama i cvate želja / da se pripijemo uz ljubljeno biće / da ga primimo u sebe, / da budemo jedno, / da se hranimo jedno drugim, / da se hranimo samo nama samima. / Tako smo zauvijek potonuli / u ljubav i uzvišenu žudnju / otkad se ugasio divlji, okrutni plam / ovog svijeta.

zadovoljava uzdizanjem u nebesa monogamnog spolnog čina; od zvijezda i svih ostalih stvari koje pripadaju vječnosti traži se da siđu na zemlju kako bi se bavile seksualnim životom ljudi i kako bi im omogućile postizanje vrhunskog užitka. Sredstvo kojim se to postiže je mašta pregrijana egzaltacijom. Werther je prvo djelo u kojem se javlja takav tip egzaltacije, zapravo, duh nekog doba uvijek se prvi put iskazuje u geniju (stoga ne čudi što je čovjek novog doba, Napoleon, *Werthera* smatrao toliko bliskim vlastitome duhu da ga je nosio posvuda sa sobom, iako njegov život ni po čemu nije bio verterovski). Novalis je, međutim, verterovsku egzaltaciju doveo do krajnjih granica, čemu je uslijedio vrhunac romantizma. Stoga se činjenica da je neobuzdana romantičarska egzaltacija donijela sa sobom i obnovu katoličkih tendencija, čini gotovo prirodnom.

Lažnim nadilaženjem svoje asketske tradicije ili, bolje rečeno, tim novim veličanjem askeze, buržoazija je nastojala ne samo riješiti vlastite erotsko-seksualne probleme, nego i naći kompromis između svoje puritanske i asketske koncepcije umjetnosti i svoje ljubavi prema dekoraciji. Iako joj se potajno sviđao dvorsko-feudalni dekorativizam, morala ga je prezirati da bi ostala vjerna svojoj asketskoj tradiciji, a ako je sada mogla dopustiti više slobode svome ukusu za dekorativnošću, rezultat je morala biti ozbiljnija, uzvišenija kozmičkija umjetnost od one njezinih prethodnika. Upada u oči paralelizam s erotsko-sentimentalnom situacijom (čovjek nema jako bogatu skalnu varijaciju svojih stavova i djelatnosti): preziru estetske užitke libertinaca, ali svejedno bi željeli uživati u njima, samo na višoj razini. I kao što je na polju erotskih odnosa sam Amor morao sići iz svojih nebeskih visina da bi posvetio svaki ljudski spolni čin i sudjelovao u njemu, tako se na estetskom planu sama ljepota mora utjeloviti u svakom umjetničkom djelu i posvetiti ga. Eichendorff je izrazio taj stav u jednom, poprilično nepoetičnom sonetu, *Der Dichter* (Pjesnik):

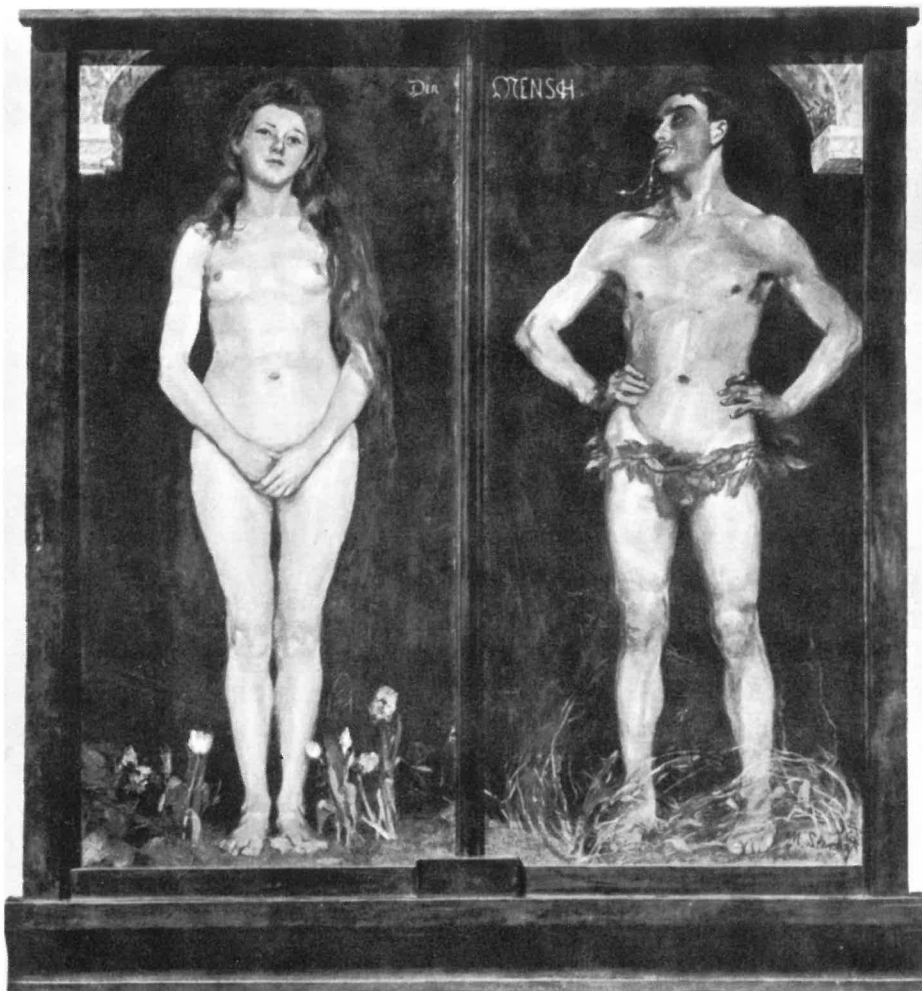
*Das Leben hat zum Ritter ihn geschlagen,
Er soll der Schönheit neid'sche Kerker lichten;
Dass nicht sie alle götterlos vernichten,
Soll er die Götter zu beschwören wagen.*⁵

⁵ Život ga je odredio vitezom, / on mora osvjetliti zavidne uzi koje drže zarobljenom ljepotu; / da ne bi bila obeščaćena / on se mora usuditi zavzati bogove.

Gotovo svi sastojci koje pjesnikovo doba i generacija predlažu umjetniku sadržani su u tom receptu (kojeg se, srećom, Eichendorff nije pridržavao u vlastitoj poeziji). On ne smije predstavljati samo plemstvo ljudskog roda, ne smije biti samo «vitez» i «princ poezije», nego i uzvišeni svećenik čija je dužnost osigurati preživljavanje bogova prakticiranjem svoje vjere, odnosno svojim umjetničkim stvaranjem. Kao svećenik on mora stupiti u kontakt s bogovima kako bi ih naveo da svijetu vrata ljepotu koja se u tjelesnom obliku, s nebeskih visina spustila na razinu smrtnoga, u svako umjetničko djelo. Čini se da je zaboravljen Schiller, koji je o toj temi rekao vrlo razborite stvari. Takva koncepcija nije ništa drugo nego najava neke vrste vjere u ljepotu koja se ne razlikuje mnogo od vjere u razum koju je htjela uspostaviti Francuska revolucija, kada je, nakon skidanja Boga s prijestolja, uočila potrebu za utemeljenjem svoje *vertu* na nečem apsolutnom, te je stoga morala izmisliti svoje «Božanstvo Razum». Kako se, međutim, u carstvu razuma, stvari odvijaju razumski, to je «Božanstvo Razum» brzo zaboravljeno. Naprotiv, u carstvu umjetnosti apsurdni mnogo manje smetaju, tako da strašna sablast božanske ljepote koja silazi ili koju spuštaju u umjetničko djelo i nadalje tumara književnošću tijekom čitavog 19. stoljeća te, štoviše, kontinuirano prelazi i u 20. stoljeće. Ta božanska ljepota tako sklona inkarnacijama temeljni je simbol svih simbolističkih škola, a u osnovi njihovih težnji je zasnivanje nove vjere u ljepotu (ta se težnja može uočiti kod prerafaelita, kao i kod Mallarméa ili Georgea). Ne želeći vrijeđati Mallarméovu veličinu ili važnost Georgeova umjetničkog djela ili vrijednost, ipak, znatno slabijih prerafaelita, možemo mirno reći da je božica ljepote u umjetnosti božica kiča.

Netko bi mogao prigovoriti da u svakom slučaju umjetnost stvara ljepotu. To je točno, kao što je točno da svaki čin spoznaje stvara istinu. No, je li ikada postojalo ljudsko oko koje je moglo razmotriti «tu ljepotu» ili «tu istinu»? Odgovor je sigurno niječan jer su obje - a nije potrebno navoditi Schillera - samo platonski ciljevi, pridjevske imenice. Za čovjeka vezanog za zemlju ljepota i istina dostižne su samo u obliku pojedinačnih lijepih ili istinitih pojava. Znanstvenik koji u svoja istraživanja ne unosi ništa drugo doli svoju ljubav prema istini, ne dopijeva daleko. Naprotiv, treba se potpuno posvetiti predmetu istraživanja, potrebne su mu logika i intuicija; i ako mu je sreća (koja je u tim stvarima mnogo važnija od ideje istine) naklonjena, istina će se sama pojaviti na kraju njegova rada i njegovih pokusa.

Isto vrijedi i za umjetnika. I on se bezuvjetno mora podrediti predmetu; sposobnost slušanja predmetova skrivenog glasa, (bez obzira na to pojav-



39. «Ljepota» i praiskonska seksualnost u interpretaciji njemačkog slikara s kraja 19. stoljeća (Max Slevogt, *Par*)

ljuje li se kao vanjski ili unutarnji predmet), traženja zakonitosti koje poštuje - sjetite se samo Dürerovih eksperimenata s perspektivom, Rem-

brandtovih eksperimenata sa svjetlošću - ne ovise o ljubavi koju umjetnik gaji za ljepotu. Ona je, naprotiv, kao i istina za znanstvenika, zreli plod koji će ubrati iz uspjelog djela. Pa ipak, zbog čega su znanstvenik i umjetnik neprestano tjerani bičem opsjednutosti objektom? Što je razlog te ljubavi prema istraživanju? Možda ih očarava *terra incognita*⁶ svega postojećeg? Ne, ono što je uistinu nepoznato, još ne može zavesti; zavodi samo ono što tek počinjemo naslućivati: onaj tko nazire neki novi odlomak stvarnosti mora ga uspjeti formulirati kako bi ovaj mogao postojati. U znanosti, kao i u umjetnosti, važno je stvaranje novih izraza stvarnosti, a kad bi se taj proces prekinuo, više ne bi bilo ni umjetnosti, ni znanosti, nestao bi također i čovjek, jer se čovjek razlikuje od životinje upravo po svojoj sposobnosti otkrivanja i stvaranja novoga. Onaj tko se u umjetnosti ograničava samo na traženje novih područja ljepote, stvara senzacije, a ne umjetnost. Umjetnost je intuitivno spoznavanje stvarnosti i samo zahvaljujući intuiciji, ona se uzdiže iznad kiča. Da nije tako, mogli bismo se zadovoljiti već poznatim područjima ljepote, egipatskom skulpturom na primjer, koja je nesumnjivo nenadmašna.

Došli smo do točke gdje je moguće pokazati zašto je kič proizašao iz romantizma, zašto ga valja smatrati specifičnim proizvodom romantizma. Ako se spoznaja, osobito znanstvena spoznaja, može definirati kao logički sustav u beskrajnom razvitku, isto se može reći i za umjetnost: u prvom slučaju *telos* sustava (cilj koji se odgađa do u beskonačnost i koji je beskonačno dalek) jest istina, a u drugome to je ljepota. I u jednom i u drugom slučaju krajnji je cilj platonska ideja. Čini se neugodnom istinom da je i ljubav takva platonska ideja, ideja do koje se ne može stići pomoću mnogobrojnih veza na koje je čovjek prinuđen (to, uostalom, objašnjava zašto su sve ljubavne pjesme tako tužne). Ipak, kako se ljubav ne može smatrati sustavom, u njezinu specifičnom slučaju preostaje još malo nade. Naprotiv, tamo gdje je nedostižnost cilja nesumnjiva, odnosno u strukturama koje se, kao znanost i umjetnost, neprestano kreću prema naprijed, od jednog do drugog otkrića i kod kojih se, stoga, cilj nalazi izvan sustava, taj se sustav može i mora definirati kao otvoreni sustav. Romantizam teži upravo suprotnome. On platonsku ideju umjetnosti, ljepote, smatra neposrednim i opipljivim ciljem svakog djela. Na taj način, barem djelomično, umjetnosti

6

U tekstu je na latinskom.

oduzima njezino obilježje sustava. Međutim, onoliko koliko umjetnost ostaje sustavom, taj sustav postaje zatvorenim; beskonačan sustav postaje konačan sustav. Akademski umjetnost, koja neprestano traži pravila i norme koje bi svim umjetničkim ostvarenjima nametnula kao univerzalne estetske kriterije, čini istu stvar: naime, pretpostavlja mogućnost da u konačan, završen proces uključi proces koji je u sebi beskonačan. Dakako, ne možemo poistovjetiti romantizam i akademizam, niti kič i akademizam (iako je potonji jedno od najplodnijih područja primjene kiča), ali ne smijemo zanemariti zajednički nazivnik svih tih pojava, a to je njihova težnja da sustav učine konačnim. Kako je to razgraničenje temeljna pretpostavka svakog oblika kiča, a istodobno je i posljedica specifične strukture romantizma (odnosno, njegove težnje da svjetovno uzdigne na razinu vječnoga) možemo ustvrditi da je romantizam, iako sâm nije kič, roditelj kiču, te da postoje trenuci u kojima dijete postaje toliko slično roditelju da ih ne možemo međusobno razlikovati. Znam da sam prispjeo na ponešto apstraktan teren, a znam također i ovo: da bi neka apstrakcija postala konkretnom, mora je slijediti druga apstrakcija, a bilo bi dobro da je tu i treća. Kič uopće nije «loša umjetnost». On tvori vlastiti, u sebe zatvoren sustav koji se, poput stranog tijela ubacuje u cjelokupan sustav umjetnosti ili se, ako vam je tako draže, smješta uz njega. Njegov odnos prema umjetnosti metaforički se može usporediti s odnosom koji postoji između Antikristova i Kristova sustava. Svaki se sustav vrijednosti, ukoliko je njegova autonomija napadnuta izvana, može poremetiti i pokvariti. Takvo kršćanstvo koje prisiljava svećenike da blagoslivlju topove i tenkove jednako dotiče kič koliko i književnost koja veliča ljubljenu kraljevsku obitelj ili voljenog vođu, voljenog generala, ili voljenog predsjednika. Unutarnji je neprijatelj, međutim, još opasniji od tih napada izvana: svaki je sustav dijalektički sposoban, što više, prisiljen razvijati vlastiti antisustav, a ta je činjenica utoliko teža, jer na prvi pogled, sustav i antisustav po svemu nalikuju jedan drugome i vrlo je teško uočiti da je prvi otvoren, a drugi zatvoren. Antikrist izvana izgleda kao Krist, ponaša se i govori kao Krist, a ipak je Lucifer. Koji je to onda znak koji nam može omogućiti da uočimo razliku?

Otvoreni sustav, poput kršćanskoga, etički je sustav: čovjeku pribavlja potrebne upute kako bi se mogao ponašati kao čovjek. Zatvoreni sustav, naprotiv, svodi svoje norme (iako ih ponekad prikriva etičnošću) na razinu jednostavnih pravila igre, odnosno, onaj dio ljudskog života kojeg kontro-

lira pretvara u igru, koja se više ne može ocijeniti etičkom, nego samo estetskom činjenicom. To konceptualno kruženje uopće nije jednostavno - kao što sam vas već prije upozorio - ali može postati jasnije - ako imate na umu da se igrač etički dobro ponaša samo ako temeljito poznaje pravila vlastite igre i ako se ponaša u skladu s njima. Sve ostalo, čak i ono što se može dogoditi na korak udaljenosti od njega, ne mora ga zanimati, tako da, obavljajući svoju ulogu, on može mirno pustiti da se neki čovjek i utopi pokraj njega. On je zarobljenik sustava koji simbolizira čiste konvencije, a čak ako su ti simboli i napravljeni na sliku i priliku neke vrste stvarnosti, taj je sustav još uvijek sustav oponašanja. Već smo govorili o grotesknim vjerama u ljubav i u razum. Ovdje možemo dodati i političke vjere. I tu je riječ o sustavima imitacije, o vjerama imitacije koje, upravo zbog toga, u sebi nose klicu zla. Kič je također sustav imitacije. On u svemu i po svemu može nalikovati sustavu umjetnosti, osobito kada je u rukama velikih majstora kao što je Wagner, ili vrijednih dramatičara poput onih francuskih (Sardou, na primjer) ili - uzmimo jedan primjer iz slikarstva - Dalija. Imitativni karakter ipak se probija i u tim slučajevima. «Sustav-Kič» svojim sljedbenicima izdaje zapovijed: «učini neko lijepo djelo», dok «Sustav-Umjetnost» postavlja etički imperativ: «učini neko dobro djelo». Kič je zlo u vrijednom sustavu umjetnosti.

Naravno, ni etički sustav ne može bez konvencija i upravo zbog toga, čovjek koji ih se pridržava, prinuđen je, barem do neke mjere, estetizirati svoje zadatke i pretvoriti ih u umjetnička djela koja odgovaraju tim konvencijama. U skladu s isključivo estetskim karakterom konvencije koje se pridržava, sladostrasnik će od svojega života napraviti remek-djelo *libertinagea*, dok će redovnik, koji živi prema etičkoj konvenciji, svojem životu dati obilježje transcendentnog djela. Iako će oba pokazati nedosljednost, bit će u skladu sa stvarnošću; sladostrasnikov život u skladu sa zemaljskom stvarnošću, redovnikov u skladu s nebeskom stvarnošću.

Može li se isto to reći za život nadahnut kičem? Prvobitna konvencija na kojoj se temelji takav život je egzaltacija, jer ona želi spojiti nebo i zemlju u potpuno lažan odnos. U kakvu to vrstu umjetničkog djela ili, bolje rečeno, artefakta kič želi pretvoriti ljudski život? Odgovor je jednostavan: u neurotično umjetničko djelo, odnosno u umjetničko djelo koje stvarnosti nameće posve nestvarnu konvenciju, tako što je zarobljava u neku lažnu shemu. Vrhunac romantizma posijao je po svijetu tolike ljubavne tragedije, sa-

moubojstva pojedinaca ili parova, upravo zato što, izgubljen u šumi nestvarnih konvencija koje su za njega već poprimile vrijednost simbola, neurotičar više ne primjećuje da neprestano brka estetske kategorije s etičkima i obratno, te da, stoga, sluša lažne moralne zapovjedi. Jedina kategorija koja izranja iz te pomutnje je ona koja pripada kiču i njegovoj negativnosti,



40. Salvador Dalí «improvizira» uobičajenu živu sliku u svojoj luksuznoj ljetnoj rezidenciji

štoviše njegovoj zločestoci postojanja utemeljenog na univerzalnom lice-mjerju, izgubljenog u golemoj zbrci osjećaja i konvencija. Suvišno je spominjati da je buržoazija lagala samoj sebi, pričajući sebi priču o posvemašnjoj pobjedi svojih opredjeljenja. Tijekom čitavog devetnaestog stoljeća ona se pretvarala da vjeruje kako je započela najveće umjetničko razdoblje u povijesti i kako je zauvijek porazila *libertinage*.

Sa stajališta suvremene povijesti posebno zanimljivom smatram napomenu o odnosu između neuroze i kiča, također i zbog zla koje iznosi na vidjelo.

Zacijelo nije slučajnost što je Hitler (kao i njegov prethodnik Wilhelm II.) bio zaneseni pristalica kiča. On je živio krvavi kič i volio onaj jako zasladen. Oba je smatrao «lijepima». I Neron je bio gorljivi zagovornik ljepote, a možda je, što se umjetničkog talenta tiče, bio i nadareniji od Hitlera. Pirotehnička predstava s Rimom u plamenu i ljudskim bakljama od kršćana, nabijenih na kolce u carskim vrtovima, bila je sigurno štovana umjetnička vrijednost za cara sklonog estetici, koji je pokazao da može ostati gluh na bolne krikove žrtava, pa čak ih i cijeniti kao estetsku glazbenu pratnju. S tim u vezi ne smijemo zaboraviti da je moderni kič još vrlo daleko od kraja svojeg trijumfnog pohoda, te da je i on, osobito u filmovima, natopljen i krvlju i saharinom, dok je radio pravi vulkan koji stalno riga neutentičnu glazbu. A ako se pitate koliko ste i vi sami zahvaćeni tom lavinom kiča, primijetiti ćete - barem ja to zapažam kada je o meni riječ - da naša sklonost kiču nipošto nije izuzetak. Zaključak da se svijet kreće prema sve izrazitijoj univerzalnoj nervozu, uopće nije neutemeljen. Uopće nije apsurdno smatrati da svijet ide prema shizoidnom, iako još ne shizofreničnom, rasapu koji neće poštediti nikoga od nas, rasapu u čijoj pozadini još i danas možemo vidjeti teološku antinomiju koja je bila ishodištem reformacije. Čini se da temeljna struktura ljudske problematike ostaje ista, bez obzira na različite načine preodijevanja, te će na kraju pokazati da je uvijek uvjetovana teologijom i mitom.

Kao što sam rekao na početku, vrlo sam svjestan činjenice da sam samo naznačio probleme, a da se nisam s njima suočio. Trebao sam više toga reći o operi i opernom kiču, odnosno o scenskoj umjetnosti devetnaestog stoljeća, te sam trebao pokazati kako je moderni roman upravo junački pokušao zaustaviti val kiča i da je, usprkos tome, na kraju ipak bio preplavljen kičem, kako u estetici, tako i u industriji zabave. Trebao sam se još pozabaviti modernom arhitekturom koja je okvir u kojemu se odigravaju sve te pojave i koja se, unatoč tome, razvila u izvornu i autentičnu umjetnost, tako da opravdava neke nade u budućnost. Te se nade pojačavaju kada se sjetimo Picassa, Kafke i moderne glazbe. Ipak, upravo zbog te optimističkije perspektive, trebao sam barem pokušati ustanoviti simptomatologiju autentične umjetnosti. Bojim se, međutim, da bismo u tom slučaju ovdje morali provesti cijelu noć raspravljajući. Zbog toga ću vam radije ispričati jednu židovsku legendu:

Jednog je dana u neku židovsku zajednicu u Poljskoj došao neki čudotvor-
ni rabin koji je posjedovao takvu moć da je slijepima mogao vratiti vid. Sa
svih strana bolesni su muškarci i žene požurili u Chelowku - tako se zvala



41. Neuroza i kič. Nije, naravno, slučajnost da je Hitler bio gorljivi pristaša kiča

ta zajednica - a među njima bio je i Leib Schekel koji je užurbano šepao
prašnjavim poljskim putem štiteći oči zelenim sjenilom i držeći u ruci slije-
pački štap. Sretne ga neki poznanik: «Oj, Leibe Schekelu, idete u Chelow-
ku!» «Da, idem njemu u Chelowku.» «A što se dogodilo s vašim očima?»
«Mojim očima? Što se to trebalo dogoditi s mojim očima?» «Ako su vaše

oči ostale zdrave sve do štovanja vrijedne dobi od stotinu godina, zašto za-
boga idete u Chelowku sa štapom?» Leib Schekel odmahnu glavom: «Zato
što čovjek koji je još zdrav u stotoj godini može biti kratkovidan. Ne razu-
mijete? Kada budem pred Njim, Veličinom i Istinom, bit ću slijep i on će
učiniti da progledam.

Tako je i s autentičnom umjetnošću. Ona zasljepljuje čovjeka sve dok ga ne
oslijepi, a onda mu pokaže istinu.

Kič i «umjetnost s porukom»

Započet ćemo s jednom primjedbom. Ako dogmatski element valja smatrati «zlom» svakog vrijednosnog sustava, ako umjetnost ne smije dopustiti da njome vlada bilo kakav izvanjski utjecaj, zašto iz toga ne bismo izveli zaključak da svaki oblik «umjetnosti s porukom» znači «zlo», i zašto se ne bismo zapitali je li srednjovjekovna podređenost umjetnosti vjerskom principu bila proturječna biti umjetnosti? Srednjovjekovna je umjetnost ipak neprijeporna činjenica, kao što su i djela koja neosporno sadrže poruku; tu je Lessingova poučna poezija, Gerhart Hauptmannova drama *Die Weber* (Tkalci), a tu su i ruski filmovi.

Ne možemo, naravno, tvrditi da je sva «umjetnost s porukom» kič, iako je obilježje sustava imitacije - kojeg u našem slučaju predstavlja upravo kič - da podliježe izvanumjetničkim tendencijama, premda se ne može poreći da se cjelokupna «umjetnost s porukom» izlaže pogibelji da postane kičem. Uzmimo Zolu, kojeg sigurno nitko ne može optužiti da je stvarao kič i prisjetimo se njegovih *Quatre Evangiles*, u kojem pisac iznosi svoja socijalistička i antiklerikalna uvjerenja: u okvirima naturalističkog romana opisuje posve utopističke prilike, koje se nikad neće moći ostvariti, čak ni nakon uspostave besklasnog društva u kojemu se razlika između dobrog i lošeg ne pravi na temelju nekih budućih moralnih pojmova, nego prema moralnim pojmovima koji vrijede oko 1890. godine, a koji ljude dijele na «dobre» socijaliste i «zločeste» antisocijaliste. Ma koliko da je Zola osobno bio daleko od kiča, taj postupak nosi sa sobom opasnosti koje uzrokuje prodor stranog sustava u autonomno područje umjetnosti i predstavlja klasični primjer djelovanja dogmatskog elementa unutar nekog vrijednosnog sustava. Jer, ako svaki sustav brani svoju autonomiju do posljednje kapi krvi, što je tipično za naše doba, ako se takvo, po sebi posve moralno ponašanje iskazuje u svim sukobima vrijednosti - a u tome i jest tragičnost našeg vremena - nasilje koje jedan sustav čini nad drugim može se usporediti (izrazimo li to antropomorfističkim pojmovima) s ponašanjem neprijatelja na osvojenom teritoriju, gdje on sebi dopušta stvari koje bi mu u domovini bile strogo zabranjene njegovim vlastitim *ethosom*. Umjetnost nema neku svoju «osobnu» temu; upravo stoga što je kopija stvari, mora uvijek djelovati na tuđim teritorijima, a čak i svoju glavnu temu - ljubav - crpi iz područja erotskih vrijednosti. Umjetnost, dakle, više od bilo kojeg drugog



42. Angažirana umjetnost, utemeljena na demagoškim motivima, gotovo uvijek rabi reakcionarnu tehniku «efekta», kao u ovom visokom reljefu izloženom u jednom sovjetskom muzeju

sustava pristaje na prodor stranih elemenata. Ona se danas, a to osobito vrijedi za poeziju, više nego ikada u prošlosti, pretvorila u arenu u kojoj se susreću i sukobljuju svi mogući sustavi vrijednosti. Nemamo samo umjetnost čija je poruka domoljubna i socijalistička, nego i romane specijalizirane za sportske ili druge teme, što nas dovodi do zajedničkog nazivnika koji je najočitiiji upravo tamo gdje se ljubavna poezija izokreće u pornografiju, to jest onda kada sustav erotskih vrijednosti postaje dogmatičnim, a poezija se pretvara u erotsku umjetnost: beskonačni cilj umjetnosti

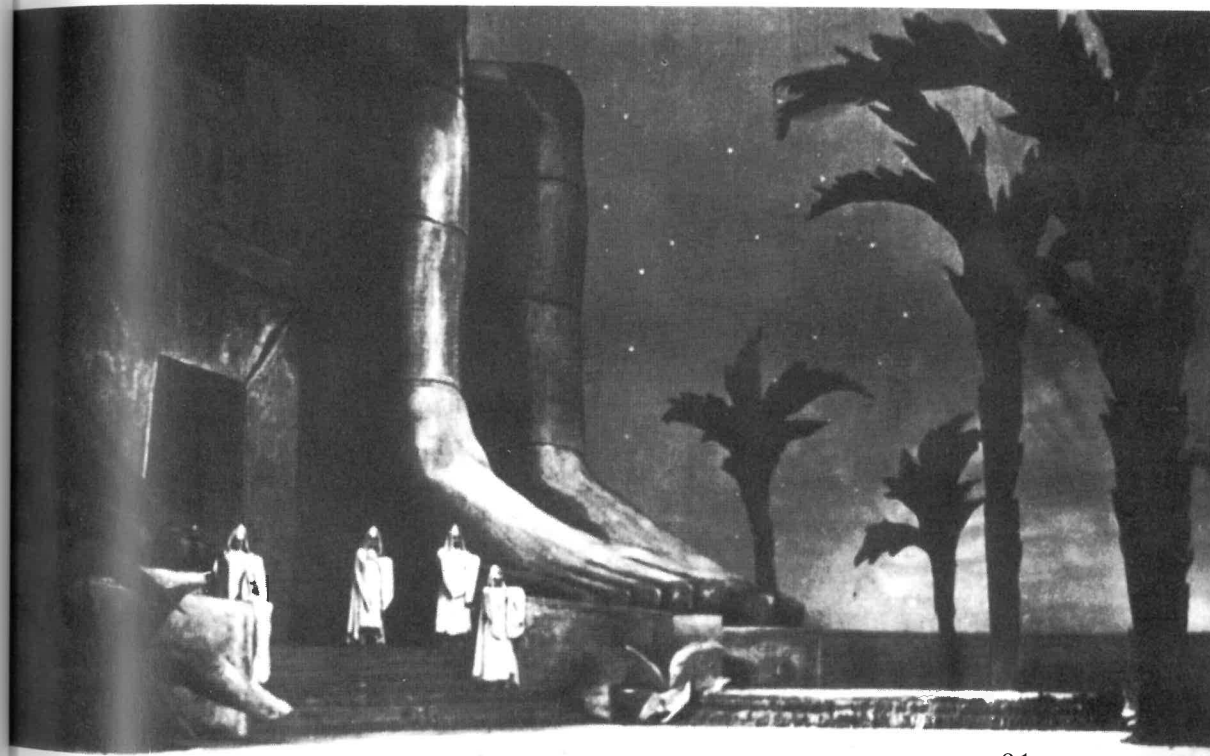
nazaduje u područje konačnoga i svodi se na niz racionalnih seksualnih činova. Zolin postupak kojim utopistički navlači postojeći sustav vrijednosti, tada još mladog i vitalnog socijalizma u luđačku košulju situacije koja vlada 1890. godine, uopće nije drukčiji, iako je manje brutalan. Takvim postupkom beskonačan cilj socijalizma postaje konačnim, te se sam sustav pretvara u «konačan», a njegov se *ethos* izokreće u moralizirajući racionalizam. Na taj način, on ne samo što izdaje princip autentične utopije koja se, dosljedno tome, mora moći projicirati u beskonačnost, nego - a to je bitno - princip «dobra» umjetničkog rada svodi na princip «lijepa» rada. Umjetnicima se, dakako, ne može zabraniti da prikazuju socijaliste, domoljube, sportaše, niti situacije koje vode socijalističkim, ratnim ili mirotvornim rješenjima (u tom smislu Hauptmannova drama *Die Weber* (Tkalci) je legitimna didaktička poezija), štoviše, sam pjesnik mora prikazati te likove i situacije jer je to svijet u cjelini, sa svim svojim različitim aspektima, koji mora biti temom njegova «proširenog naturalizma». Ipak, istini za volju (a istinitost je jedini kriterij za razlikovanje autonomne umjetnosti) taj «prošireni naturalizam» mora se odnositi prema vrijednosnim sustavima samo kao s objektima njegova vjerna predstavljanja: mora ih pokazati u njihovoj otvorenosti, u njihovom živom razvitku, mora ih predstaviti onakvima «kakvi su zapravo», a ne kakvima «bi želio da budu» ili kakvima «bi oni željeli biti», t.j. samodovoljni, zatvoreni u konačnome i konkretizirani onako kako se nikada neće moći konkretizirati.

Reakcionarna tehnika «efekta»

Bit kiča sastoji se u zamjeni etičke s estetskom kategorijom, koja umjetniku nameće «lijep» rad umjesto «dobrog» rada, a bitan mu je efekt ljepote. Unatoč njegovu naturalističkom karakteru i njegovoj čestoj uporabi realističke terminologije, kič roman ne prikazuje svijet «onakvim kakav on jest», nego «onakvim kakvim ga ljudi žele ili kakvog se boje», a kič u likovnoj umjetnosti pokazuje analognu težnju, dok kič u glazbi živi isključivo od efekata (pritom mislim na takozvanu laganu građansku glazbu, ali ne zaboravimo da je današnja glazbena industrija, po mnogim svojim aspektima, njezina hipertrofizacija). Kako onda ne zaključiti da nijedna umjetnost ne

može bez zrnca efekta, daška kiča? Za scensku umjetnost efekt je bitna komponenta, estetska komponenta, dok je kod jedne vrste umjetnosti (specifično buržoaske vrste), opere, efekt temeljni konstruktivni element. Osim toga, opera po svojoj prirodi teži historizaciji svoga odnosa sa stvarnošću, dok se ona osobita veza između umjetničkog djela i publike od koje se sastoji efekt, odnosi na empirijsku i zemaljsku sferu. Sredstva kojima se postiže efekt uvijek su plod eksperimentiranja i ne mogu se povećavati po želji, kao što nije moguće po želji povećati ni broj mogućih dramatskih situacija. To je razlog zašto će se ono što je već bilo, što je već pokušano i iskušano, uvijek ponovno pojaviti u kiču. Uostalom, dovoljno je prošetati bilo kojom umjetničkom izložbom, da bismo se uvjerali kako je kič uvijek podvrgnut dogmatskom utjecaju «onoga što je bilo» i da bismo shvatili kako svoju realističku terminologiju on ne uzima izravno iz svijeta svaki-danšnice, nego rabi prefabricirane izraze koji u njegovim rukama postaju

43. Iako je scenografiju izradio priznati autor, «efekt» je temeljni element opere (u ovom slučaju *Aide*)



toliko kruti da se pretvaraju u klišeje, a tu smo suočeni s onim što nazivamo *nolitio*, udaljavanjem od dobre volje, raskidom s činom božanskog stvaranja svijeta, što je obilježje vrijednosti.

Kič i romantizam

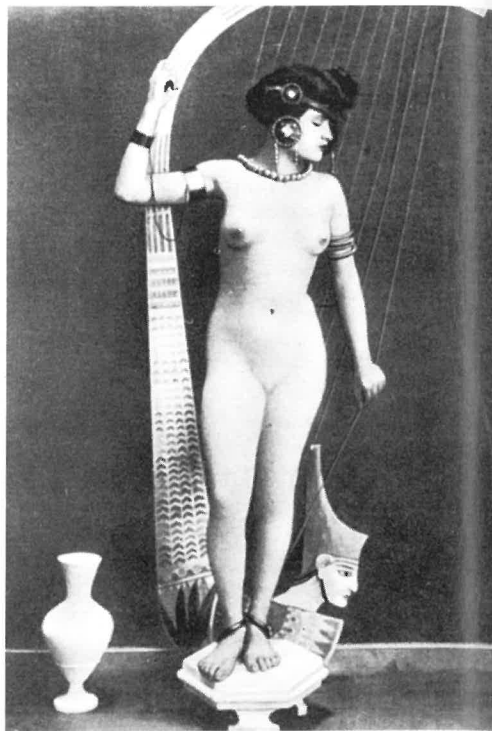
Taj povratak u prošlost, tipičan za kič, ne odnosi se samo na tehničke i formalne aspekte umjetnosti. Iako postojanje vrijednosnog sustava kiča također ovisi o strahu od smrti, iako je u skladu s njegovom sklonošću konzervativizmu, on želi čovjeku prenijeti poruku o sigurnosti njegova postojanja da bi ga spasio prijetnje mraka, kič kao sustav imitacije ipak je samo reakcionaran. Kao utopistički oblik didaktičke umjetnosti kič, na primjer, skraćuje prodor našeg pogleda u budućnost, zadovoljavajući se krivotvorenjem konačne stvarnosti svijeta. Isto tako ni njegov pogled u prošlost ne doseže daleko. Povijesni roman možemo smatrati izrazom tog neuništivog konzervativnog duha, tog posve legitimnog romantizma koji prošle vrijednosti želi zauvijek održati na životu i koji kontinuitet povijesti vidi kao zrcalo vječnosti. To opredjeljenje konzervativnog duha, po sebi načelno više nego legitimno i postojano, ipak odmah degradira kada je vođeno osobnim razlozima (zadovoljavanje vlastitih emocija najplodniji je izvor kiča), ili kada se on, kao što se uvijek događa u razdobljima u kojima izbija revolucija, koristi kao bijeg od iracionalnog, kao bijeg u povijesnu idilu, gdje još uvijek vrijede utvrđene konvencije. Ta osobna nostalgija za boljim i sigurnijim svijetom svakako nam omogućuje da shvatimo zašto su povijesna istraživanja i povijesni roman danas u procvatu, ali pokazuje i da je to jedan od načina spuštanja na teren koji već pripada utjecajnoj sferi kiča (svaki nostalgично oživljen povijesni svijet je «lijep»). U stvari kič je najjednostavniji i najizravniji način za ublažavanje te nostalgije: potreba za romantikom nekada se zadovoljavala viteškim ili pustolovnim romanima (u kojima su izravni pojmovi povijesne stvarnosti zamijenjeni prefabriciranim klišejima). Danas, također, kada se bježi od stvarnosti, uvijek se i samo ide u potragu za svijetom utvrđenih konvencija, za svijetom naših očeva u kojemu je sve bilo dobro i pravedno. Riječju, nastoji se uspostaviti neposredna veza s prošlošću. Na isti način, kič tehnički kopira ono što mu

izravno prethodi, a sredstva koja rabi u tu svrhu zapanjujuće su jednostavna (kiču bi se čak mogla pripisati moć kreiranja simbola). Dovoljno je da se neki lik iz skorije povijesti - uzmimo na primjer cara Franju Josipa - pojavi u opereti, da bi sama njegova nazočnost stvorila atmosferu popuštanja tjeskobe, koja je čovjeku potrebna. Isto se događa i s kičem u ljubavnim romanima.

Zamjena konačnoga s beskonačnim

Valja razlikovati nadvladavanje smrti i bijeg od smrti, razjašnjenje iracionalnoga i bijeg od iracionalnoga. Kič je bijeg, neprestani bijeg prema racionalnom. Tehnika kiča koja se temelji na imitaciji i koja djeluje prema receptima, racionalna je čak i kada rezultat izgleda vrlo iracionalan, ili apsurdan. Kao sustav imitacije, kič je, zapravo, dužan kopirati umjetnost u svim njezinim specifičnim pojavama. Ne može se, međutim, metodološki imitirati kreativni čin iz kojeg nastaje umjetničko djelo: imitirati se mogu samo najjednostavniji oblici. Vrlo je značajno i karakteristično da se, zbog nedostatka vlastite mašte, kič mora stalno obraćati najprimitivnijim metodama (što je vrlo izraženo u poeziji, a također, djelomično i u glazbi): pornografija, čiji se način izražavanja stvarnosti, kako je poznato, sastoji od spolnih odnosa, čak od jednostavnog niza tih odnosa; kriminalistički roman opisuje samo niz uvijek istih pobjeda nad kriminalcima; ljubavni roman niže jedan do drugog, slučajeve nagrađene dobrote i kažnjene zločestoće (metoda koja upravlja tim monotonim načinom izražavanja stvarnosti je primitivna sintaksa, neprestani ritam bubnja).

Kad bismo te situacije iz romana htjeli prenijeti u stvarnost, one tada uopće ne bi bile fantastične, nego jednostavno apsurdne, jer je ono što u njima nedostaje upravo snaga značenja koje sintaktički sustav daje istinskom umjetničkom djelu. U tom sustavu više nema subjektivne i stvaralačke slobode komponiranja, niti mogućnosti izbora načina izražavanja stvarnosti, dok je veza između temelja stvarnosti i njezina oblika isto toliko nelogična kao i veza između kuće i arhitektonskog kiča u njoj. Možda upravo ta nemogućnost kopiranja kreativnog rada navodi sustav imitacije (i to ne samo u umjetnosti) na opravdavanje svoje izdaje višeg cilja sustava imitiranog pribjegavanjem tajanstvenim i dionizijskim aspektima postojanja, vrenju krvi s pozivanjem na osjećaje. Što to pozivanje na osjećaje



44.-46. Razglednica je, osobito prvih desetljeća 20. stoljeća, bila neiscrpan izvor kiča. *Plod ljubavi, Faraonica i Ljubavnici*, tri su najočitija primjera.



uzdiže neka pseudoznanost, neka pseudokoncepcija svijeta, neka pseudo-politika ili konačno ljubavni roman, manje-više je svejedno, jer su za kič, svako pribjegavanje osjećajima i iracionalnome, neizbježno osuđeni da se pretvore u racionalni priručnik imitacije. Na primjer, kič roman nastoji imitirati duboku vezu s prirodom jednoga Hamsuna, bučnim izjavama ljubavi prema zemlji i seljacima. Analognim metodama književnost za razonodu nastoji prisvojiti teme beskonačnog traganja za Bogom iz romana Dostojevskog. Ali ti naponi koje kič ulaže da bi se udaljio od svojih specifičnih i izvornih metoda, uopće ne smanjuju udaljenost koja ga odvaja od umjetnosti, štoviše, jasno pokazuju kako on konačno patetizira *ad infinitum* (što se događa uvijek kada neka konačna i niža vrijednost umišlja da ima univerzalnu vrijednost).

Prikazivanje zla¹

Takvo zadovoljenje poriva postignuto konačnim i racionalnim sredstvima, ta patetizacija konačnoga do u beskonačnost, to promatranje «lijepoga», daje kiču nešto lažno iza čega se može naslutiti moralno «zlo». Zato je bijeg od smrti (koji nije nadilaženje smrti), taj čin oblikovanja svijeta koji svejedno svijet ostavlja neoblikovanim, samo prividno nadvladavanje vremena: preobrazba vremena u simultani sustav, kojemu teži svaki sustav vrijednosti, jest cilj kojemu teži i sustav imitacije, dakle i kič. Uostalom, u sustavu imitacije nema nikakva novog čina oblikovanja, iracionalno se ne razjašnjava, spoznajni aspekt ostaje zatvoren u sferi konačnoga, te dolazi samo do zamjene jedne racionalne definicije drugom racionalnom definicijom. Kič stoga ne može nadvladati vrijeme i njegov bijeg od smrti ostaje samo «razbibriga».

Onaj tko stvara kič ne stvara «lošu» umjetnost, nije riječ o umjetniku koji posjeduje manje vrijedne, ili ne posjeduje nikakve kreativne sposobnosti. Njega se uopće ne može ocjenjivati prema estetskim kriterijima, nego o njemu valja suditi kao o etički niskom biću, kao o zlotvoru koji od sveg

1

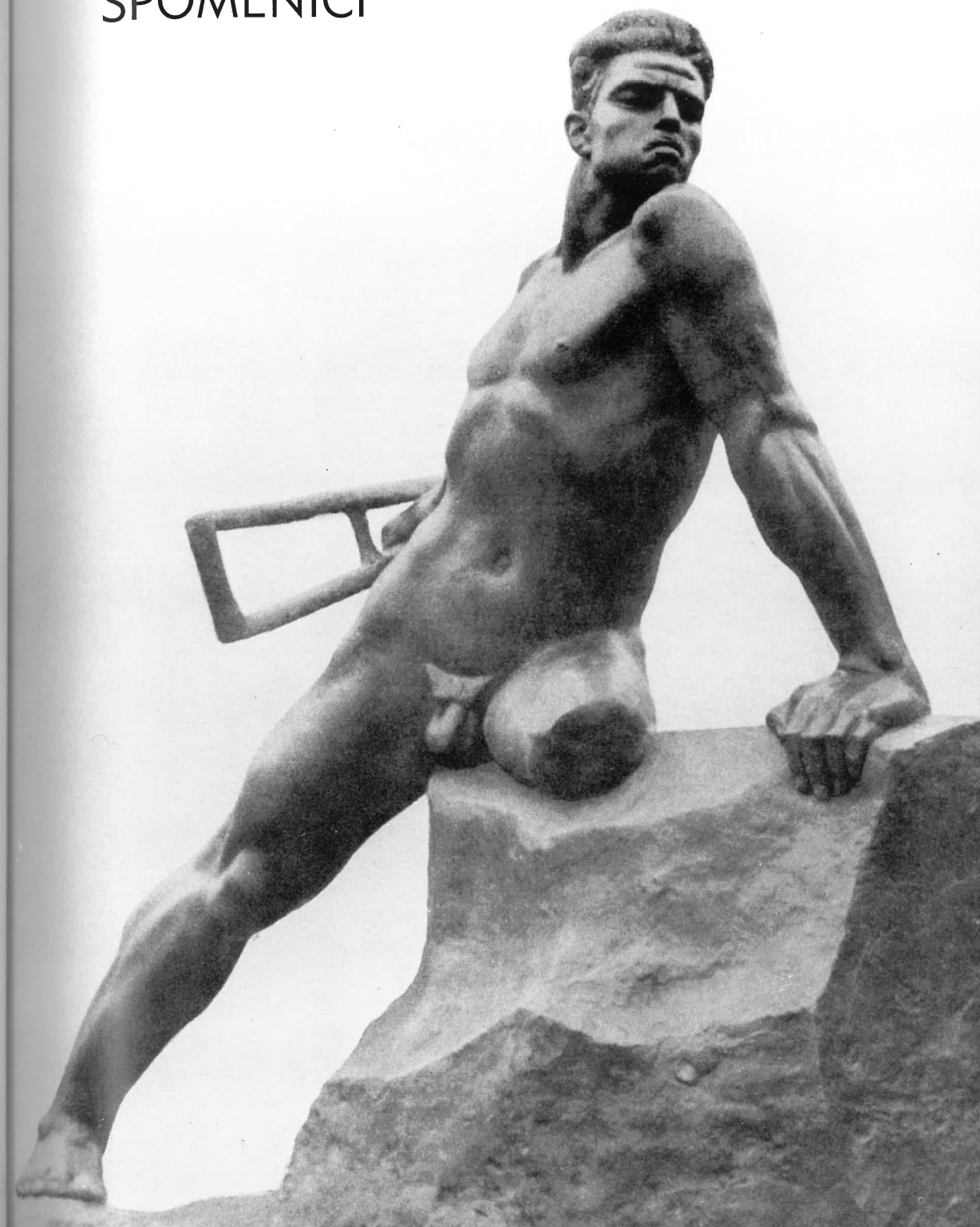
Peti odjeljak teksta «Zlo u vrijednosnim sustavima umjetnosti», objavljenog u «Neue Rundschau» (kolovoz 1933.).

srca želi zlo. A jer se u kiču očituje korjenito zlo (ono zlo po sebi koje se u odnosu prema svakom sustavu vrijednosti pojavljuje kao apsolutan negativni pol), kič valja smatrati «zlom», ne samo za umjetnost, nego za svaki vrijednosni sustav koji nije sustav imitacije. Osoba koja radi zbog lijepog efekta, koja ne traži ništa drugo osim emocionalnog zadovoljstva koje mu trenutak kada uzdiše s olakšanjem čini lijepim, drugim riječima: radikalni esteta smatra se ovlaštenim za uporabu svih sredstava, da bi stvorio takav tip ljepote, što on zapravo i čini, bez ikakvih ograničenja. «Uzvišena» predstava koju je postavio Neron u svojim carskim vrtovima, s vatrometom od gorućih tijela kršćana, da bi mogao «opjevati» taj prizor sviranjem lutnje (nije slučajnost da je Neronova glavna ambicija bila postati glumac) jest elefantijaza kiča.

Sva povijesna razdoblja u kojima dolazi do raspada vrijednosti, razdoblja su velikog procvata kiča. Zadnja faza Rimskog carstva stvorila je kič, a i današnje doba koje se nalazi na kraju procesa raspadanja srednjovjekovne koncepcije svijeta, može biti predstavljeno samo estetskim «zlom». Razdoblja čije je obilježje definitivni gubitak vrijednosti, temelje se na «zlu» i na tjeskobi zbog «zla», a umjetnost koja hoće biti prikladnim izrazom tih perioda mora također biti i izrazom «zla» koje u njima djeluje.

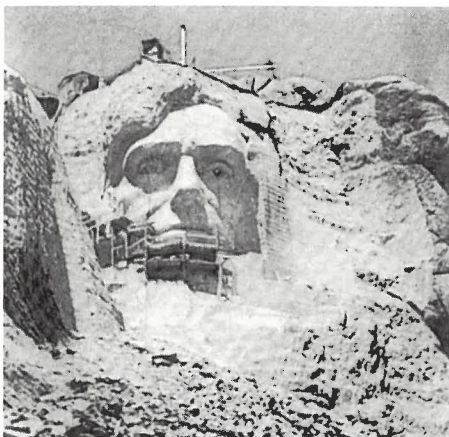
47. Spomenik Enricu Totiju, čiji je autor kipar Dazzi. U posebnom broju prigodom dvadesetogodišnjice časopisa *Domus* (1933.), u tekstu uz sliku stoji: «Junački pothvat osakaćenog dragovoljca koji baca štaku preko ruba rova kao posljednji izazov upućen neprijatelju, isklesan je u obliku trokuta koji tvori klin u prostoru. Realistična modelacija ne umanjuje svečanost poze, koja je gotovo simbol slavne pobune. Devetnaesto stoljeće živopisno bi odjenulo golog junaka u svećani plašt ili oklop.» ▶

SPOMENICI



U određenom trenutku povijesti, spomenik često poistovjećujemo s kičem, dok u prijašnjim razdobljima nije bilo tako. Zašto dolazi do tog iznenadnog estetskog i etičkog opadanja vrijednosti? Možda samo zato što se spomenik nije znao prilagoditi vremenu? Umjesto da se vezao za neko autentično vjersko, domoljubno ili mističko uvjerenje, vezao se samo za uobičajeni «ersatz» tih osjećaja i još je jednom zapao u sentimentalnost?

Vjerujem da se i na taj način može objasniti komičan efekt (stoga i kič efekt, jer je riječ o memorijalnim objektima čija je namjera sve prije negoli komična) mnogih velikih spomenika iz posljednjih stotinu godina, od predsjedničkih lica na Mount Rhoshmooreu (sl. 48) do novijeg spomenika De Gasperiju (sl. 49), koji su pravi priručnik kič modela. Mala je vjerojatnost da ćemo početi cijeniti spomenike kao što su «La Bavaria», konjanička skulptura Vittoria Emanuelea II. u Milanu, Oltar domovine u Rimu, (pa i Kip slobode u New Yorku). Možda će neki nadgrobni spomenici koje su stvorili umjetnici stanovitog ugleda, steći kakvu estetsku vrijednost, pa iako su obezvrijeđeni pomalo emfatičnim ukusom razdoblja, ipak su zanimljivi po svojoj plastičkoj izvedbi (na primjer nadgrobni spomenik obitelji Toscanini, savršen primjer nadgrobne secesije izrađen prema Bistolfijevim nacrtima).



48. Mount Rhoshmoore: detalj lica predsjednika SAD-a



49. Spomenik Alcideu De Gasperiju u Trentu

50. Spomenik Pinocchiju u selu Collodi u Toskani



Svečanost, uzvišenost, junaštvo, pojmovi su i atributi koji su očito previše daleki današnjem mentalitetu, a onaj tko ih koristi izlaže se opasnosti da ih pretvori u fetiše.

Kada pak, spomenik izađe iz okružja manje-više herojskog domoljublja, da bi se na trgove i u parkove postavili spomenici ljudima ili likovima poput Manoletea (sl. 53) ili Pinocchija (sl. 50) ili simbolizirao «Plamen kulture» (sl. 55) ili neki nordijski mit (sl. 54), tada kič postaje tradicionalnim (vrtni patuljci) i gubi čak i one «povijesne sadržaje» koji, usprkos svemu, spomenicima daju draž simbola.

Da bi možda izbjegli opasnost od «komičnosti» tradicionalnog spomenika, umjetnici su nastojali primijeniti «moderan» stil i izbjeći izravan prikaz

51. Spomenik legionaru koji se borio u Istočnoj Africi: bersaljer (detalj). Arhitektonski volumen sastoji se od pravokutne baze dimenzija 25x12 metara, kojoj se sa četiri strane prilazi velikim stubištima.



«Veliki majstor (kipar R.R.) klicao je od veselja, iako je osjećao golemu odgovornost preuzevši zadatak da likovima i umjetničkim simbolima, u ritmu volje, mnoštva i brzine bez premca, prikaže golem epski pothvat koji obnavlja slavu antičkog Rima Scipionâ. Mussolinijeva zapovijed s visine poticala je našeg majstora i, poput daška energičnog zanosa, davala mu je radosnu poslušnost da, više nego ikadâ prije, vjeruje u sebe, u žive elemente tradicije i obnove, kroz umjetničku kušnju na koju se spremao, dok su klasičnost, izražajnost, dinamičnost, riječju: »ono talijansko" već pulsirali u njegovim žilama i duhu.»

(Fašistički almanah talijanskog naroda, 1941.)



52. Od bersaljera u Istočnoj Africi do bersaljera iz Verzierea, retorika domoljublja uvijek dovodi do umjetnički rezultata koji su za osudu

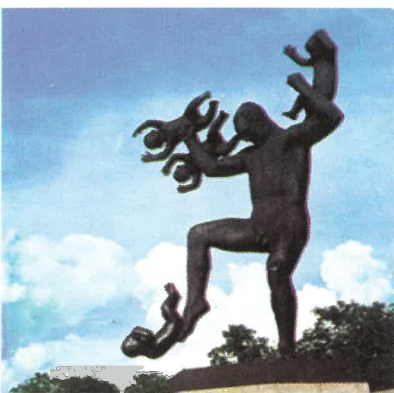
osobe ili događaja koji se veličaju, simbolizirajući ih «apstraktnim» stilemi-
ma. Učinak toga je dvostruki kič.

Moramo li se pozdraviti sa svakom mogućnošću budućeg spomeničkog stvaralaštva? Ni ta mi se pretpostavka ne čini posve prihvatljivom. Spomenik je vrlo često, i u najboljim primjerima antičke skulpture, ne samo ikonografski prikaz, nego neka vrsta središta ravnoteže urbanističkih silnica koje se stječu u određenoj točki i u njoj žele pronaći povlaštenu zonu u kojoj se mogu usidriti. Ništa nam, dakle, ne brani da zamislimo da će u toj zoni biti sagrađen arhitektonsko-plastički element koji će imati ulogu vododjelnice među različitim prostornim kretanjima i koji će biti žarište pogleda i ulica. Ali kako bi se izbjeglo da takav spomenik postane kičem, kao što se obično događa, najbolje bi bilo kad ne bi imao ni domoljubni, ni memorijalni karakter, nego isključivo arhitektonsko-urbanističku dimenziju i funkciju.



53. Spomenik Manoleteu, borcu s bikovima, u Cordobi

54. Spomenik plodnosti u Frogal Parku u Oslu, djelo vrlo poznatog nordijskog kipara



55. «Plamen kulture», spomenik pred Sveučilištem u Madridu



Prijenos iz medija u medij

Prijenos iz jednog medija u drugi, iz izražajnih sredstava jedne umjetnosti u izražajna sredstva neke druge umjetnosti, jedan je od postupaka koji često odvođe u kič. Kada se neka riječ (znak, ili slika) premjeste iz svojega konteksta, to će im ponekad dati novu snagu, ali s umjetničkim djelima obično je obrnuto.

U našem slučaju riječ je o postupku kojeg sam već negdje nazvao «izdajom vlastitog medija». Drugim riječima, nemamo pravo, ili je barem pogibeljno, prenositi neko umjetničko djelo iz njegova specifičnog i karakterističnog jezika u drugi koji mu ne odgovara. Gotovo uvijek postoji opasnost da iz toga nastane djelo izrazito lošeg ukusa, ukoliko prijenos nije izvršio umjetnik koji je osobito nadaren ne samo za «prevođenje» izvornog djela, nego i za stvaranje novog djela, koje s prvim ima vrlo malo veze. U većini drugih slučajeva, naprotiv, rezultat će biti skroman i za svaku osudu. Dokaz tome su brojne ekranizacije slavnih romana, simfonije prerađene za različite instrumente, uvođenje beat ritmova u klasične teme (osobito za orgulje), prenošenje poznatih slika iz njihova izvornog materijala u drugi, kao u dobro poznatom slučaju Leonardove Posljednje večere pretvorene u veliki vitraj u Forest Lawn Memorialu u Los Angelesu.

Usljed lošeg ukusa koji u današnje doba očito prevladava, mnoga se glasovita djela poistovjećuju s onim njihovim aspektom kojeg bismo mogli definirati anegdotalnim i izvanjskim, umjesto s onim koji proizlazi iz unutarnjeg jedinstva i osmoze «oblika» i «sadržaja» djela. Stoga često dolazi do raskola između tih dvaju elemenata, ili zbog isključivog posvećivanja pozornosti «obliku» (vjerne replike remek-djela likovne umjetnosti koji ne uzimaju u obzir njihovu bit, niti materijal od kojeg su napravljena, kojeg se, kao što sam već rekao, nikad ne bi smjelo «izdati»), ili zbog pretjerane pozornosti posvećene sadržaju. Kod književnih se djela ta pretjerana pozornost pridaje zapletu, priči, a zanemaruje se važnost autorova osobnog stila i specifičnog izričaja u kojem je djelo zamišljeno i izvedeno (kao u slučaju adaptacija književnih djela za kazalište ili film), što je bitno za estetski aspekt djela.

Zaručnici & Co.

Tipičan je slučaj Manzonijsva romana *Zaručnici*: Treba li *Zaručnike* smatrati kičem? Očito ne, ako išta znamo o izučavnju tog najvećeg talijanskog romana 19. stoljeća (uostalom, kao što sam već spomenuo, ova se knjiga ne bavi književnim kičem). To nije bila zapreka da *Zaručnici* postanu središtem goleme eksplozije kiča.



56. *Zaručnici* na ekranu. Gino Cervi u ulozi Renza u sceni u lazaretu.

Možemo započeti tvrdnjom da nije riječ samo o *Zaručnicima*: sva su «velika» književna djela, zbog same činjenice da su postala općepoznatima, bila izložena procesu kičizacije. Sjetimo se samo djela kao što su *Jadnici*, *Quo Vadis*, *Božanstvena komedija*, *Hamlet*, mnoga D'Annunzijeva djela, a čak u nekim slučajevima i Proustovo djelo *U traženju izgubljena vremena*, kao i Kafkini romani...

Zaručnici su bili podvrgnuti različitim metodama kičizacije ili, bolje rečeno, postali su kičem uslijed različitih strukturalnih deformacija kojima su bili izloženi, te smo stoga radije izabrali njih, nego neka druga, isto tako «velika» djela, da bismo naslovili ovo kratko poglavlje. Isto tako - moramo priznati - i zato što toliko lažnog, sentimentalnog, sramežljivog, časnog, konformističkog oportunističkog, pretjerano pobožnog lebdi Manzonijsvim stranicama (uza svo štovanje njihovim književnim «vrijednostima») zacijelo nije moglo škoditi procesu kičizacije, a k tome i zato što je malo koje drugo djelo toliko puta bilo prenošeno iz medija u medij. A to je ono što nas ovdje najviše zanima.

Proces kičizacije odvijao se u dvije faze:

1) Pogrešno tumačenje cilja djela, što je proces koji smo više puta zapazili na ovim stranicama: cilj romana se razmatra i shvaća različito od njegova autentičnog *telosa*; zbog toga dolazi do njegove «sentimentalizacije», ili «erotizacije», ili «historizacije». (Često se običan povijesni roman doživljava kao da je prepun dubokih filozofskih značenja).

2) Roman (ali to može biti i pripovijetka, dnevnik, scenarij) se služi za konstruiranje novih elemenata koji postaju kičem upravo zbog njihova prenošenja u drugi medij; na primjer *Zaručnici* preneseni u ilustracije (te kao takvi sada nose nove sentimentalne, ili antihistorijske, ili romantične itd. konotacije, koje književni tekst u početku nije imao). Ili pak: *Zaručnici* preneseni u strip (sl. 63-64), televizijsku seriju, film... (sl. 56) i tako dalje.



57. «Žive razglednice»: protagonisti romana, Renzo i Lucia, predstavljani likovima od krvi i mesa



58. Susret Don Abbondija s *bravima*



59. Lucia i Agnese u razgovoru s redovnicom iz Monze



60. Lucia uređena za vjenčanje



61. Vjenčanje Renza i Lucie u crkvi u Olateu



62. Preobraćenje Bezimenog



63.-64. Zbunjujući ljubavni jadi redovnice iz Monze izlaze iz okvira romana, da bi se pretvorili u strip. (Strip: Reći ću vam noćas, ako mi pokažete svoju ćeliju i ostavite otvorena vrata! / Vi... vi ste poludjeli! / Da... poludio od žudnje! / Doći ću u ponoć, ne zaboravite! Točno u ponoć! / Recite mi barem svoje ime! / Egidio!... A kako se vi zovete? / Gertrude! / Moj Bože! Moj Bože!... Mora da sam izgubila glavu! To što činim je strašno! / Ipak, želim ga... Želim ga svim srcem!... I ja imam pravo na sreću!)

EGIDIO!... E VOI COME
VI CHIAMATE?



GERTRU-
DE!

MIO DIO! MIO DIO!...
DEVO AVER PERSO LA
TESTA! QUELLO CHE
STO FACENDO E'
ORRIBILE!



EPPURE LO VOGLIO... LO VOGLIO
CON TUTTE LE MIE FORZE!... HO
DIRITTO ANCH'IO AD ESSERE
FELICE!



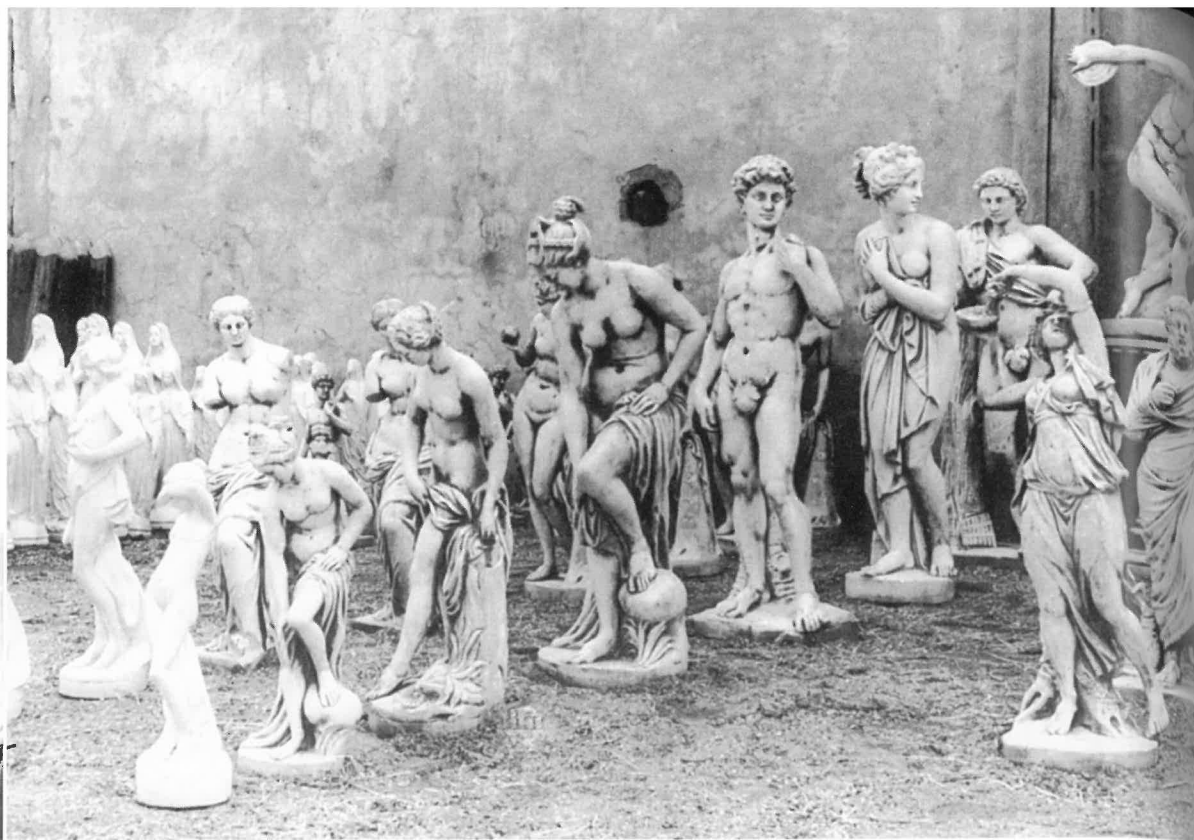
Leonardo & Indija u Los Angelesu

Osim primjera romana kao što su *Zaručnici* ili *Jadnici*, postoje i drugi oblici prijenosa čija su posljedica često gnusna djela lošeg ukusa: dovoljno je prisjetiti se minijatura spomenika poput kosog tornja iz Pise od alabastro ili metalnog Eiffelova tornja - «mlinca za kavu» (sl. 130). Sve replike - čak i one napravljene vrlo brižno, tako da su ih prihvatili i značajniji muzeji ili galerije - u konačnici su ipak kič. Sjetimo se inflacije slika impresionista koje se prodaju po ne baš beznačajnim cijenama, kako zbog njihove vjerne reprodukcije originalnih boja, tako i zbog gustoće boje i osobitosti impasta.

U posljednje je vrijeme narastao broj reprodukcija i replika umjetničkih djela iz prošlosti, napravljenih industrijski pomoću novih tehnoloških dostignuća, tako da «izgledaju kao prava», te se nude kupcima zajedno s njihovom povijesnom i bibliografskom dokumentacijom. Dakako, ovdje bismo mogli prigovoriti da je riječ o «autentičnim kopijama» koje ponekad reproduciraju čak i materijal (bronca, mramor) i dimenzije originala. Ali odgovor uopće nije težak: reprodukcija nekog djela, čak i u velikom broju primjeraka, stvorenog s tom namjerom i zamišljenog da bi se industrijski reproduciralo (kao što se događa s mnogim modernim djelima izrađenim od serijskih elemenata) je jedno, a posve je druga stvar replika - pa čak i vjerna - nekog remek-djela prošlosti zamišljenog da bude unikat i često povezanog s određenom povijesnom, vjerskom ili obrednom situacijom koju je nemoguće rekonstruirati.

Zemlja u kojoj su takve rekonstrukcije i replike najraširenije, bez sumnje je Sjeverna Amerika: reproducirali smo neke stranice katalogâ koji nude tu jedinstvenu pseudoumjetničku robu, a ilustracije pokazuju neke simptomatične primjere egzotičnih spomenika sagrađenih ili rekonstruiranih u Los Angelesu i New Yorku.

Johnu McHaleu - jednom od najoriginalnijih znanstvenika koji se bave socioantropološkim stanjem suvremene umjetnosti - povjeren je zadatak da objasni taj problem, tipičan za našu potrošačku civilizaciju: fetišizaciju umjetničkog djela iz prošlosti, te komercijalnu reprodukciju i krivotvorenje antiknih i modernih djela koji uvijek dovode do kiča. Čini mi se da je «Plastični Partenon», kako je McHale nazvao svoj tekst, jedna od najoštromnijih optužbi toga stanja, tako opasnog za naše društvo.



65.-66. Slavna remek-djela za ukrašavanje vrta, predsoblja i dnevne sobe



John McHale

PLASTIČNI PARTENON

Društvo u kojem živimo, sa svojim osobitim karakteristikama brzine, pokretljivosti, masovne proizvodnje i potrošnje, brzine promjena i obnavljanja, sve se više nameće u čitavom svijetu i predstavlja posljednju fazu kulturne i društvene revolucije u stalnu razvitku. Kao kulturni kontekst u povijesti ima malo prethodnika. Industrijske tehnologije, koje su se proširile gotovo cijelim svijetom, u spoju s novim komunikacijskim kanalima stvaraju planetarnu kulturu koja je prema svojim prijašnjim oblicima u sličnom odnosu kao Vostok ili Gemini prema kotaču zaprežnih kola. Komunikacije koje su obujmile cijeli svijet, a čije je posljednje dostignuće Telstar, šire i povezuju lokalne kulturne tradicije i određeno kulturno iskustvo čine dostupnim svakome, na način koji se ne može usporediti ni sa čime u povijesti čovječanstva. U toj golemoj mreži međusobno povezani mediji: film, televizija, radio, ilustrirani časopisi i dnevne novine, tvore jednu vrstu zajedničkog kulturnog okruženja koje proširuje i mijenja čovjekove simboličke potrebe i njihovo iskazivanje u svjetskim razmjerima. Osim povećanja *fizičkog* svijeta koji je danas dostupan našem neposrednom iskustvu, ta sredstva virtualno šire granice našeg psihičkog okruženja i našoj svakodnevnoj pozornosti nude nepresušnu bujicu brzih i prolaznih slika. Oni velikom broju ljudi omogućuju psihičku pokretljivost. Pomoću tih dostignuća možemo približiti i udaljiti vrijeme, kretati se kroz povijest i običi svijet na beskrajno mnogo, dosad neviđenih načina.

Razvoj sve bržih prijevoznih sredstava, koji omogućuju distribuciju raznih proizvoda tehnologije masovne proizvodnje diljem svijeta, stvara sveopće umjetničke i kulturne proizvode, koji onda dovode do sveopćih stavova, već prema njihovim zahtjevima i uporabi. Zapakirana hrana ništa manje ne pokreće kulturnu razmjenu nego «kultura» zapakirana u knjigu ili kazališni komad. Stanovnik bilo kojeg od najvećih gradova svijeta - Londona, Toki-

ja, Pariza, New Yorka - više će se osjećati «kod kuće» u jednome od tih gradova nego u nekom selu u svojoj zemlji: međunarodni kulturni «milje» koji mu služi kao oslonac, u tim je gradovima očitiji. Intelektualci još ne uspijevaju razumjeti takozvanu masovnu kulturu, koja je istodobno pokretač i simptom te preobrazbe. Stari tradicionalni kanoni za ocjenjivanje umjetničkih i književnih djela, koji su još uvijek jezgra našeg kritičkog aparata, teško će moći postati vodičima za shvaćanje te nove vrste kulture. Najviše vrijednosti pripisuju se nepromjenjivosti, jedinstvenosti, univerzalnoj i trajnoj vrijednosti izabranih djela. Nekad se estetski užitak povezivao s društveno-moralnim sudom: «Ljepota je istina». Takvi su standardi dobro funkcionirali kada su posrijedi bili jedinstveni proizvodi manualne proizvodnje i umjetnost iz prošlosti, uključujući i onu narodnu, dok nam ni na koji način ne dopuštaju uspostavljanje pravog odnosa s trenutačnom situacijom u kojoj se izrađuju, protječu i troše astronomske količine artefakata. Ti proizvodi mogu biti istovjetni ili samo neznatno različiti. Iako na različitim stupnjevima, oni se troše, zamjenjuju i lišeni su svake jedinstvene «vrijednosti» ili prave «istinitosti» koje bi ih kvalificirale prema starim tradicionalnim kanonima. Dok su nekada kreacija i izrada bile namijenjene uglađenoj i relativno uskoj eliti, danas su namijenjene širokom spektru ukusa i težnji cjelokupnog društva. Dok su se nekada kulturne poruke sporo širile na uskom području i obraćale se isto tako uskom krugu lokalne publike, nova sredstva priopćavanja cijelom svijetu simultano prenose obilje različitih načina izražavanja. Termin «masovan», primijenjen na te kulturne pojave, odnosi se samo na njihov protok i distribuciju. Uobičajene optužbe «standardiziranog ukusa» i «konformizma» brkaju masovnu izradu artikala i njihovu pojedinačnu i selektivnu potrošnju. Potonja, više i u širim razmjerima nego ikada prije, ostaje u okvirima osobnog izbora, kojeg sve manje diktiraju tradicija, autoritet i ograničen broj proizvoda. Društvo koje je pokazalo veću jednoobraznost bilo je primitivna enklava, ili predindustrijska seoska zajednica, sa svojim ograničenim repertoarom kulturnih formi i mogućih strategija «načina života».

Malo je, dakle, kritičkih prethodnika s kojima bismo mogli procijeniti naš današnji kulturni «milje». Većina materijalnih sredstava koja ga omogućuju prije nisu postojala, a mogućnosti njihove preobrazbe postavljaju temeljnija pitanja o kulturnim «vrijednostima», koja ovdje možemo tek načeti. Koje su glavne karakteristike po kojima se novi kontinuum razlikuje od ranijih i raznolikijih formi?

Kratki komentari koji slijede samo su zabilješke za neku moguću prikladniju deskriptivnu i procjenjivačku shemu. Ako su pragmatične i kontekstualne, u danoj situaciji izričaj povezuju s postupkom. Ograničimo li se na tri najvažnija aspekta možemo razmotriti: a) korištenje i trajnost; b) masovno umnožavanje i protok; c) brzi prijenos kulturnih formi mnogostrukim komunikacijskim kanalima. Sva ta tri aspekta povezana su s promjenjivim razinama ubrzane promjene stila i s koegzistencijom golemog broja mogućih i neuvjetovanih izbora, otvorenih sudioniku ili potrošaču, tj. nema protuslovlja između vrijednosti ako netko istodobno cijeni i Bacha i Beatlese. Situacija je prije «i/i» nego «ili/ili».

Takvo masovno korištenje i umnožavanje možemo smatrati popratnim aspektima istog procesa: primjene industrijskih tehnologija na čovjekov zahtjev.

Tek je nedavno čovjek isplivao iz «marginalnog» preživljavanja predindustrijskog društva utemeljenog na ekonomiji vrijednosti, koje su proizlazile iz malog broja samih predmeta, društva u kojemu su proizvodi (izrađeni napornim radom) bili jedinstveni i nezamjenjivi. U takvim su se uvjetima «bogatstvo» i «vrijednost» nalazili u materijalnim dobrima i njihovom posjedovanju, jer su značila idealnu i trajnu vrijednost koja je izlazila iz okvira pojedinačne egzistencije.

Društvo nema više nikakvih razloga da se i dalje temelji na gospodarstvu koje proizlazi iz nedostatka dobara. Svjedoci smo revolucionarnog pomaka prema društvu u kojemu je čovjek jedini nezamjenjivi činilac. To je, na primjer, jedan od glavnih problema povezanih s automatizacijom. Nekada su predmeti, proizvodi i sirovine bili važniji kao oslonac društvenoj skupini, a ne pojedincu. U stanovitom smislu, čovjeka se koristilo rasipnički tako da pojam čovjeka može preživjeti. Materijalni predmet bio je jedinstven. Nasuprot tome, čovjek je bio potrošno dobro. Danas, zahvaljujući razvoju indistrijalizacije, predmet se može proizvoditi na rasipnički način. Proizvod je potrošno dobro. Samo je čovjek jedinstven. U procesu potpune automatizacije, informacija je jedini i jedinstveni izvor energije: organizirano ljudsko znanje. Automatizacija vraća vrijednost čovjeku.

Unutarnja vrijednost nekog predmeta postaje funkcijom ljudskog ciklusa uporabe samog predmeta, ili procesa uporabe. Uporabna vrijednost danas u velikoj mjeri zamjenjuje vrijednost vlasništva. To zapažamo, na primjer, u porastu prihoda i usluga, ne samo kada je riječ o automobilima i kućama,

ANCIENT OIL LAMPS
over 1364 Years Old . . .

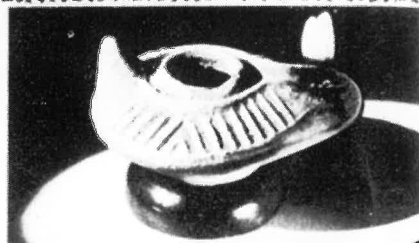
Now available for display in your home or office! Actually excavated in Ancient Palestine, they date from 4th-7th Cent. A.D. You can rekindle lamp's ancient glow with wick and vegetable oil. Lamp symbolizes knowledge! Will stimulate thought-provoking conversation. A superb all-occasion gift to be admired forever! Lamp on hardwood base with parchment certificate of authenticity..
Money Back Guarantee

This lamp pictured on card front in color.

LAMP COLLECTION INCLUDES . . .



SPECIAL Lamp with stylized CROSS Inscription \$23.



LARGE "SUN-BURST" lamp, radial motif design covering top \$17.

Aladdin House Ltd.,
120 E. 4th St., N.Y. 10036

67. Aladdin House Ltd specijalizirana je za «iskopane» svjetiljke «za kuću i ured» koje izvrsno svijetle

nego i u širokom nizu drugih predmeta od skija do vjenčanica i srebrenine koja prelazi s pokoljenja na pokoljenje, od dvoraca do umjetničkih djela. Jednom kada se taj niz osobnih ili kućanskih predmeta potroši, izgubi ili uništi, može ga zamijeniti niz drugih, potpuno istih predmeta. Još je zna-

FREE!

Masterpiece
Replica Statue



with purchase
of any new
PHILCO
Solid State
Stereo

68. Glasoviti proizvođač kućanskih strojeva kupcu novog stereo uređaja nudi replike «remek-djela»

čajnije da kada se ti predmeti simbolički potroše, odnosno kad prestanu biti u modi, mogu ih zamijeniti drugi s istovjetnim funkcijama, ali u oblicima koji bolje odgovaraju trenutku.

Istodobno, zastarijevanje predmeta, koje je bilo neodrživo ili nemoguće u prvim skromnim gospodarskim sustavima, prirodna je posljedica tehnološke kulture. Unutar tog procesa postoje stadiji uporabe i potrošnje. Papirnati ubrus, odijelo, stolac ili automobil, na različit su način, predmeti s jednostrukim ili višestrukim mogućnostima upotrebe i s mogućnošću zamjene istovjetnim predmetom. Neka zgrada ili slika mogu biti jedinstvene i nezamjenjive. One se «troše» različitom brzinom, ali manje-više dugački razmaci između pojedinih stilskih promjena uvjetuju njihove duge periode valjanosti. Koliko je dugo valjano neko umjetničko djelo u određenoj kategoriji prije nego što postane «muzealizirano»? Kakav je odnos originala i faksimila u boji? Kad bi se razorila većina najznačajnijih europskih katedrala, danas bi se mogle rekonstruirati, zahvaljujući njihovim detaljnim fotogrametrijskim reprodukcijama. Tu su, zatim, i ciklusi korištenja i obnove materijala. Zapravo, stvarajući i proizvodeći, mi ne činimo ništa drugo nego ponovno prilagođujemo neki lokalni materijalni izvor u isključivo vremenskom smislu. Metali od kojih se danas sastoji neki upaljač, za mjesec ili za godinu dana mogu postati dijelom nekog automobila, pudrijere ili satelita. Takva brza rotacija materijala u proizvodnji ističe relativnu prolaznost svih «trajnih» rukotvorina.

Sposobnost industrijskog procesa da ponavlja isključivo mehaničkim postupkom, ne samo nove proizvode, nego, s jednakim uspjehom, i stare proizvode koji pripadaju drevnijoj tradiciji, obilježje je koje je srdilo estete još od početaka industrijske revolucije. Oni su se uvijek tome nastojali protiviti, osobito ograničavanjem ciljeva mehaničkog procesa različitim idejnim sustavima, kao: «ljepota kao obećanje funkcionalnosti», «istina je u sredstvima», «forma proizlazi iz funkcije», itd. Slobodni spoj takvih ideja često se naziva «estetikom strojeva». Unatoč želji za posjedovanjem moralnih implikacija, ona ostaje «vizualnim» estetskim kriterijem koji ovisi o ukusu. Kada se novi materijali spoje s traženim obilježjima kao što su «istina», površina, struktura ili izvedba, i kada se njihova snaga i funkcija očituju na molekularnoj i posve nevidljivoj razini, ti kriteriji više nisu moralni ili istinitiji od bilo kojeg drugog stilskog izbora.

Uspjeh takozvanog industrijskog dizajna u velikoj je mjeri određen činjenicom da je prihvaćen više kao simbol i kao nositelj nove funkcionalnosti ne-

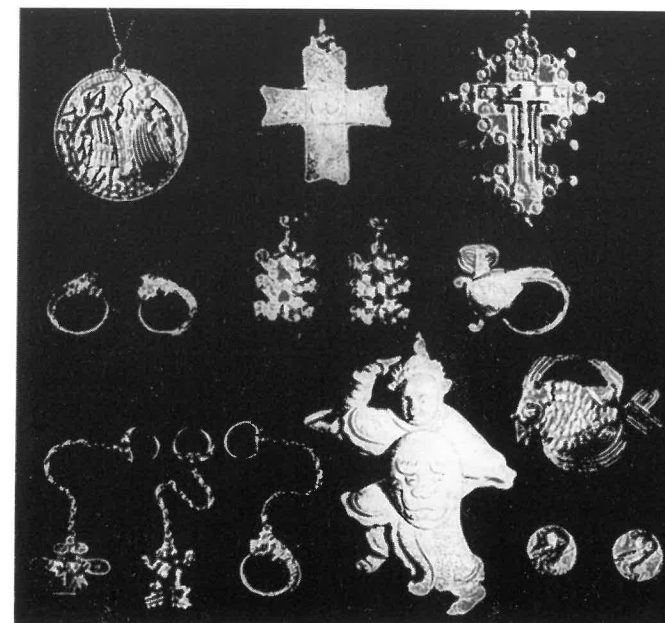
go zbog svoje aktualnosti. To vrijedi kako za stil «Bauhaus International», tako i za ergonomski pribor za jelo, kako za pisaće strojeve tako i za «suvremeni» stolac. Njihovo prihvaćanje više je vezano za simbolički «status» nego za neki drugi racionalni razlog povećane učinkovitosti zbog usavršenog «dizajna».

Ako jako uopćimo razmatranje tog aspekta razlike između fizičke uporabe-funkcije i simboličkog statusa-funkcije kulturnih objekata, uočit ćemo dva povezana pravca. S jedne strane brzi razvitak muzeja, koji se bavi trajnim čuvanjem kulturnih «artefakata» prošlosti i sadašnjosti, a s druge strane, tome odgovarajući pravac prema razvoju što iskoristivijih «artefakata» u današnjem društvu. Tako imamo iluziju da prošlost rekonstruiramo i «činimo vječnom», istom brzinom kojom se zadiremo u materijalno «efemerniju» sadašnjost i budućnost.

Povezivanje tih dviju težnji sa slikom «permanentne prošlosti» koja se očitovala na različite načine, vrijedno je pozornosti. U likovnim umjetnostima, na primjer, sama dimenzija kao zamjena za monumentalnost dobiva auru trajnosti, ili pak potrošna ropotarija postaje besmrtnom kada se izlije u bronci. Zaustavljanje pokreta, poput Segalovih grupa figura ili replika u prirodnoj veličini Kienholzova djela *The Bannery*, pokazuju stanovitu bliskost s rekonstruiranim Williamsburgom. U općem kontinuumu medija prošlost se natječe sa sadašnjošću i budućnošću za najveću moguću valorizaciju. Časopis *Life* sukobljuje se s Biblijom; filmski spektakl s Knjigom postanka, a u europskom *son et lumière* ili u američkom *Disneylandu* i *Fredomlandu* postoji «... mogućnost proživljavanja onih trenutaka prošlosti koji su naše zemlje učinili velikima. Svakih dvadeset minuta možemo gledati kako stari Chicago nestaje u plamenu i izdiže se iz njega! Možemo postati sudionicima građanskog rata i jedva se izvući iz njega upravo u trenutku kada se svuda uokolo rasprskavaju plavo-sive granate!»

Repliciranje «permanentne prošlosti» može djelovati na više načina. Kod efemernijeg proizvoda (kao, na primjer, mode, kozmetike, itd.) često se događa da njegov simbolički kontekst postaje «oplemenjen vremenom» i prikladnom antičkom ili mitološkom slikom.

Miloska Venera, Partenon, 18. stoljeće doživljeno kao «Doba elegancije» koriste se na načine koji se jako razlikuju od najobičnijeg viktorijanskog eklekticizma, ali svejedno ovise o pouzdanoj gramatici općih simbola koji mogu izazvati osjećaje «ponosa, ustrajnosti i vrijednosti».



Lovers Pendant
Adaptation of Gothic
Mirror, Paris, France,
early 13th Century
Original in Ivory
Silver Plated on chain
C. 1215, Price \$5.00

Ramshead Cufflinks
Greek, 3rd Century B.C.
Art Institute of Chicago
Gold washed
A/C 10/11, Price \$4.75

Key Chains
Gold washed
Bird, 15th Century, Costa
Rican
NH 02 KC, Price \$2.50
Eagle, 15th Century, Costa
Rican
NH 03 KC, Price \$2.50
Ramshead
A/C 11 KC, Price \$2.50

Byzantine Cross
Cypriote, 6th Century A.D.
Free Gallery of Art
Gold washed
FR 15, Price \$2.75

Duck Earrings
Greco-Roman, 3rd Cen-
tury A.D.
Art Institute of Chicago
Gold washed
D/3 ES, Price \$4.75

Court Dancer Pin
Ming, 1368-1644
Original in pink jade
Museum of Natural History
Houston, Price \$3.00
NH 32

Greek Ritual Cross
Late 18th or 19th Century
Art Institute of Chicago
Gold washed
BC 7, Price \$2.50

Catfish Pin
Ishanti Tribe
Gold Coast, Africa
Baltimore Museum of Art
Gold washed
B/131, Price \$2.50

Fish Pin
Ishanti, Ishanti Tribe
Baltimore Museum of Art
Gold washed
B/150, Price \$2.50

Owl Coin Cufflinks
Greek coin, 325-400 B.C.
Art Institute of Chicago
Silver Plated
Price \$2.50
A/C 111

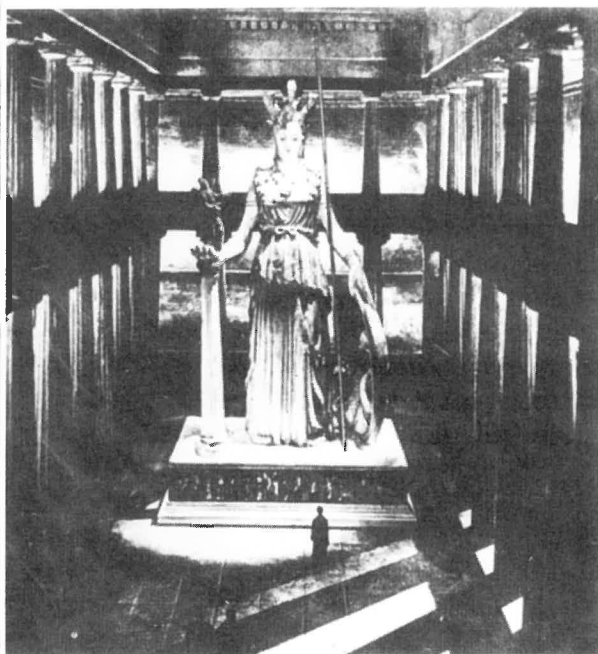
69. Masovno proizvedene bezvrijedne replike autentičnih remek-djela nakita

«Plastični Partenon» metaforički je problem koji se odnosi na ikoničku funkciju vjerskih i svjetovnih simbola. Kako danas možemo gledati na potrošne replike trajnih i korisnih predmeta? Kako možemo vrednovati načine na koje simbolička «vrijednost» može biti prenesena u razne oblike, razne materijale i razne formate i vremenska razdoblja u posve drukčijim medijima?

Prijenos simboličke «ljubavi» posredstvom niza replika, oduvijek je postojao kada je riječ o svetim predmetima. Replike bogova i svetaca, kao i njihovih relikvija posjedovale su iste magične moći kao i originali.¹

Pitanje «vrijednosti» jedan je od središnjih problema našeg doba. Možemo mu pristupiti s drugog stanovišta: njegove funkcije stvaratelja ikona. Bez velikog raspravljanja možemo uočiti da su takve ikone ili idealne slike nekad izrađivali lokalni školovani umjetnici ili narodni umjetnici, a bile su povezane s vjerovanjima i obredima koji su u tom kraju prevladavali. Da-

70.-71. Dvije plastične interpretacije Partenona: (lijevo) «Kako je vjerojatno izgledao», Støedinerov model iz 19. stoljeća, Museum of Modern Art, New York; (desno) «Kakvim bismo ga rado zamislili» iz *Classical Greece*, Time/Life Books, 1965.



¹ Nakon Budine smrti u 5. stoljeću, ostaci njegova tijela stalno su se dijelili, ali ih ipak nije bilo dovoljno za sva svetišta u zemlji. Stoga je razrađen sustav koji to nadoknađuje. Svetište koje nije imalo prave relikvije napravljeno je kao vjerna replika svetišta koje ih je posjedovalo. Mnogobrojne su tradicije u kojima se smatra da slika ili replika neke svetinje posjeduje potpuno istu magičnu moć kao i original.

nas se ljudsko znanje elektronskim putem proširilo na globalni niz međudnosa, pa možemo vidjeti, čuti i doživjeti mnogo više nego prije, i to na brz i jedinstven način.

Takve brze promjene frekvencije ponekad stvaraju veliku bujicu simboličkih slika koje čovjeku omogućuju da nađe mjesto i da se prilagodi u svome društvu u razvoju a, zašto ne, i da ga shvati. Te se slike sada upućuju u masovne komunikacijske kanale u koje možemo uključiti marginalno diferenciranu «lijepu» i narodnu umjetnost. Stalna re-kreacija i obnova takvih slika u skladu je sa zahtjevima za vrlo pokretljivim i plastičkim ambijentima opskrbljujući ih nizom zamjenjivih i potrošnih ikona. Te slike koje se odnose na ljudsko djelovanje i iskustvo određene su procesima i tokovima u kojima jesu i za njihovo prihvaćanje nije potrebna vjera. Iako su same po sebi prolazne, dostižu status ikone zahvaljujući golemom istodobnom protoku tema i sklopova koji se ponavljaju na tipičan način.

Svjetovne po definiciji, no mitološke kada je riječ o njihovoj funkciji, takve su ikone tipične za čovjeka (i ženu) povezanog sa specifičnim simboličkim predmetima i kontekstima. U jednoj ranijoj studiji² neke od glavnih tema već su bile identificirane, na primjer mehanomorfički fokus usmjeren na novu složenicu čovjek/stroj: obredi «velikog» (kino) ekrana i «telemataska» aktualnost maloga televizijskog ekrana, ikona «zvijezde» i nasuprot tome «stvarni» prizori rođenja, smrti i života koji protječu medijskim kanalima. Sve krajnosti ljudskog postojanja, značajni postupci i socio-kulturna retorika hermetički su zatvoreni u struji efemernih ikona čija jedina konstanta u nekom pragmatičnom odnosu teži prema neposrednom ili planiranom ljudskom iskustvu.

Brzina, raznolikost i vizualna izravnost tih slika omogućuje im brzo širenje lokalnim kulturnim tradicijama, te istodobno uzrokuje isto tako brze promjene u društvenim stavovima i kulturnim formama. Dva novija i ekstremna primjera ovdje nam mogu biti zanimljiva: a) utjecaj petparačke maske za noć uoči Svih svetih (Halloween) na novi obred kreiranja maski kod još primitivnih Eskima;³ b) sociološki komentar o tome kako su west-

2

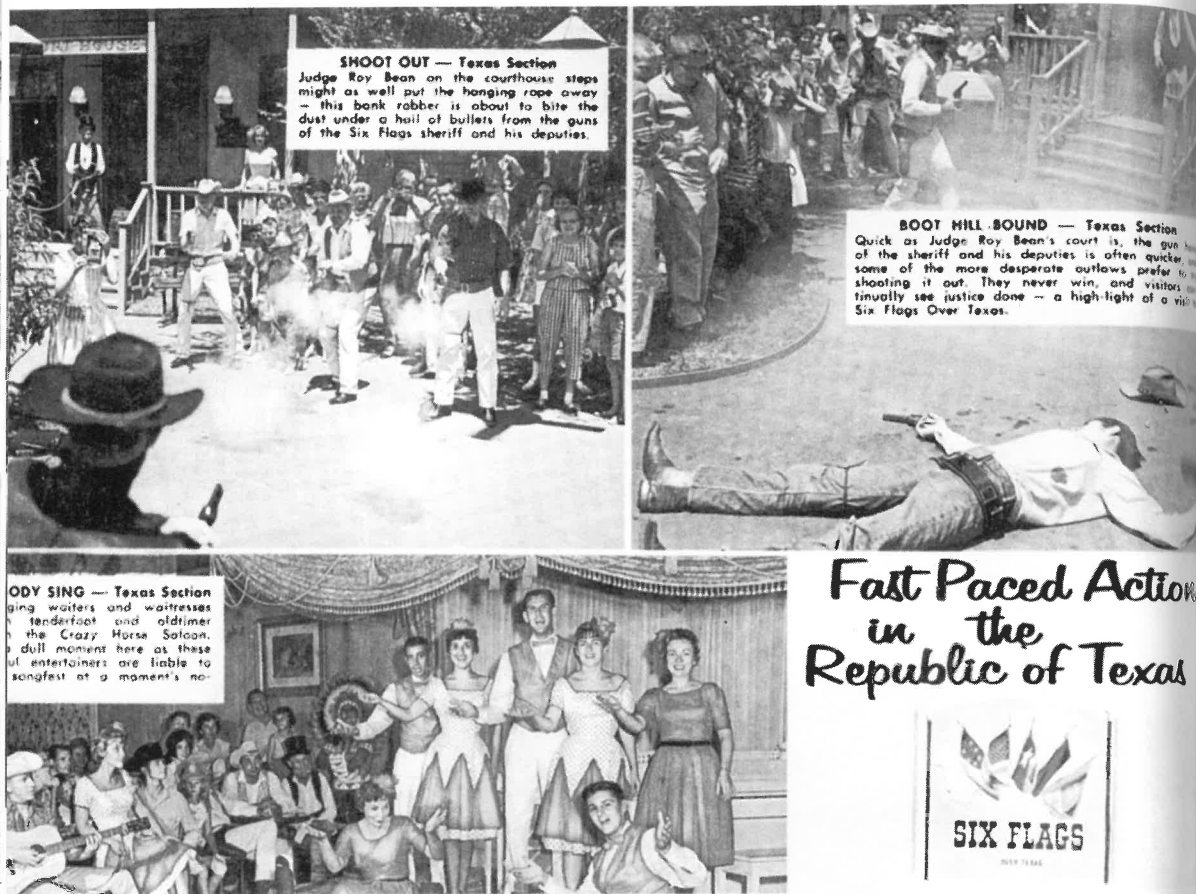
John McHale, *The Expendable Ikon 1 and 2*, u *Architectural Design* (London), veljača/ožujak 1959. Usp. i Mc Hale, *The Fine Arts and Mass Media*, u *Cambridge Opinion* (Cambridge), br. 17.

3

Sarkis Atamian, *The Anaktuvuk Mask and Cultural Innovation*, u *Science*, ožujak 1966., br. 3716.

ern filmovi na TV «u Aziji postali sredstvom optimističkog filozofskog gledanja na povijest»⁴ promjenom klasične ritualne drame u kojoj su dobri tako često bivali mazohistički poraženi.

Takvo međusobno prožimanje, brzo širenje i repliciranje još su očitiji u položaju likovnih umjetnosti u novom kontinuumu. Prijenos na tako različite načine mijenja i formu i sadržaj, a nova se slika više ne može prosuđivati prema starom kanonu. Knjiga, film snimljen prema knjizi, knjiga napisana



72. «Spektakl» kojemu ne treba nikakav komentar

⁴ Lewis Feuer, *A Critical Evaluation*, u *New Politics*, proljeće 1963.

prema filmu, mjuzikl napravljen prema filmu, knjiga napisana prema mjuziklu, televizijska ili strip verzija mjuzikla - ili kako se već taj proces može odvijati - u svakom je stadiju riječ o promjeni koja suptilno mijenja izvornu poruku. Te promjene i različiti načini difuzije sve su brži. Kada je riječ o umjetnostima, danas avangarda može biti ispred («avant») samo dok je se ne domognu TV ili časopisi *Time*, *Life*, *Espresso*, itd. Pop-art, op-art, razni stilovi i podstilovi odmah su krenuli u optjecaj, odmah su prihvaćeni i «ušli u uporabu», a *feedback* izravno utječe na njihov daljnji razvitak. Formalno možemo reći da postaju «akademski» onoga trenutka kada nastaju, ali i taj pojam akademije koji bi bio protivavangardnoj eliti više ne stoji i može se zamijeniti mitom o otuđenom umjetniku i drugim mitovima.

Čini se da danas likovne umjetnosti kao institucija ne mogu više polagati pravo prvenstva među sredstvima koja mogu prenositi mitove ili određivati okvire promjena u društvu. Veća je vjerojatnost da će se vizionarska tehnološka poezija ili njezin «simfonijski» ekvivalent naći na TV ili u godišnjim izvješćima neke avionske kompanije, nego u knjigama, umjetničkim galerijama ili koncertnim dvoranama. Umjetnosti u tradicionalnom smislu riječi, više nisu *kanonski* oblik komunikacije. Njihova kanonizirajuća elita i njihova kritičarska publika samo su jedan dio mreže unutarnjih skupina koje, prema vlastitom izboru, dodjeljuju Oskara, Golden Disk ili Veliku nagradu Venecijanskog festivala.

Takav komentar o umjetnosti kao instituciji ni na koji način ne ocrnjuje osobnu inovativnu ulogu umjetnika. Rušenjem, kao što se to danas događa, formalne razlike između različitih vrsta umjetnosti i pomicanjem od jednog do drugog izražajnog sredstva, pojedini umjetnici pokazuju da imaju posve nove stavove o životu i umjetnosti. Oni «... zapravo, osporavaju specijaliziranost i inzistiraju na stapanju svih umjetnosti... te brišu sve granice između umjetnosti i iskustva».⁵ Različiti intuitivni upadi u umjetnost mogu anticipirati ne samo nove oblike institucionalne umjetnosti, nego i nove društvene mogućnosti: na primjer Duchampovo izdvajanje «izbora» kao kreativne geste, ili djela koja promatrača uključuju u kreativnu interakciju.⁶ Sve to nagovještava elektronski razvoj prema takvom društvu koje će

⁵ Daniel Bell, *The Disjunction of Cultural and Social Culture*, u *Dedalus*, zima 1965.

⁶ Lawrence Alloway, *L'intervention du Spectateur*, u *L'Architecture d'Aujourd'hui*, srpanj 1956.

izravnije sudjelovati u događajima, kao što su, na primjer, glasovanje putem računala, televizijska porota, ispitivanje javnog mnijenja, itd.

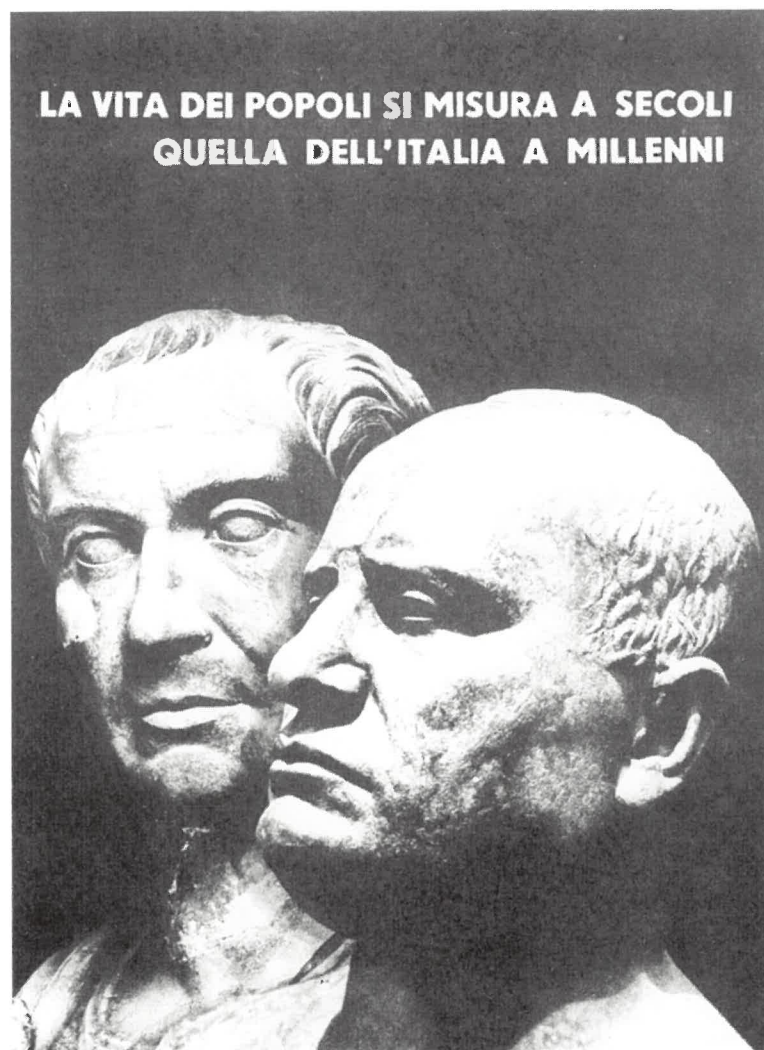
73. Glasoviti mjuzikl: *Sedam mladenki za sedmoricu braće*



Kako aparat kulturne difuzije postaje sve tehnološkijim, njegovi «proizvodi» sve su manje individualni i skromni događaji, već je prije riječ o povezanim elementima u neprekidnom kontekstualnom protoku: na primjer roman kao knjiga nasuprot tom istom romanu na TV-u. Umjetničko djelo, u stilu Rauschenbergovih *Combinesa*, pomiče se prema kontinuiranom formatu, jukstapozicijom «nepokretnih» slika i onih živih s TV ili radija u istom djelu, tako da ona na karakterističan način izlazi iz okvira u svoju okolinu.

Čini se da budućnost umjetnosti nije u stvaranju trajnih remek-djela, nego u definiranju alternativnih kulturnih strategija nizom komunikacijskih multimedijalnih postupaka. Kako umjetnost i neumjetnost postaju međusobno zamjenjive, a remek-djelo može biti samo kolot filma ili magnetske trake, umjetnik sve manje definira umjetnost unutarnjom vrijednošću umjetničkog predmeta nego stvaranjem novih koncepcija načina života i njegovih ciljeva. Općenito, kako novi kulturni kontinuitet naglašava potrošnost materijalnog predmeta, život se definira kao umjetnost, kao jedino iskustvo u stalnoj suprotnosti i stalnom jedinstvu.

POLITIKA



74. «Odlazi! Cezare!... Tvoja je zadaća izvršena; Benito Mussolini izdiže se u Cezara, jakog i moćnog kakvog je zabilježila povijest; njegova odlučnost ima obilježja natprirodnog, božanskog, čudnovatog; on je poput Krista među ljudima!... Cezar je zacrtao, započeo, sanjao; Mussolini je usavršio, utvrdio, stvorio, ostvario.» Iz *Reincarnazione di Cesare - Il Predestinato*, autor: Rosavita, 1936.

Politika je možda uvijek kič, što bi moglo poslužiti kao dokaz da između politike i umjetnosti ne može biti sloge. Ali možda bi bilo bolje reći da je «loša politika» kič, ili da su to barem diktature. Ipak, ni to nije posve točno: Napoleon je bio čovjek vrsna ukusa, a takva je bila i Marija Terezija. Loš politički ukus započinje, dakle, s modernim diktaturama, a razlog za to je očit: u prošlosti su ljudi mogli prihvatiti da su - sudbina ili božanstvo - nekoga obdarili nadljudskim sposobnostima: Aleksandar, Cezar nisu bili kič kao što su to, bez iznimke, bili svi diktatori našeg doba (čak i onda kada je, slučajno, njihova politika bila razborita).

Danas kada umjetnost mora biti podređena politici - ili ideologiji općenito - makar i vjerskoj - preobražava se, *ipso facto*, u kič.

Ipak su velike religije, velike filozofske struje, velike «politike» prošlosti, stoljećima i tisućljećima nadahnjivale «dobru» umjetnost. Koji je onda razlog tako radikalnoj promjeni vrijednosti? To je djelomično onaj razlog kojeg smo već nastojali odrediti u uvodnom tekstu u kojemu objašnjavamo nastanak kiča. Osim toga, čini se da se umjetnost, postajući sve individualističija i sve nezavisnija od «općih» vrijednosti, oslobodila svake angažiranosti. Ma koliko mnogo se posljednjih dvadeset godina raspravljalo o «umjetnosti i angažmanu», vrlo se rijetko mogla utvrditi podudarnost između političkog i umjetničkog angažmana. Sve u svemu, vjerujem da u današnje vrijeme autentična umjetnost više ne može imati političku funkciju ni u dobrom, ni u lošem smislu, barem u zemljama, kao što je naša, koje pripadaju kulturi zapadnog tipa. Možda je takva politička funkcija umjetnosti još uvijek moguća u zemljama kakva je današnja Kina ili u kakvom dalekom afričkom i polinezijskom plemenu.

K tomu, ako ratni dnevnik, pripovijest utemeljena na političkim zbivanjima ili film, lako mogu biti dokumenti od velikog interesa, čak i na umjetničkoj razini, to dakako neće biti spomenici, skulpture, slike, koji su veličali one iste epizode o kojima govore ogled, dnevnik ili film. Temeljni razlog tome, i u ovom slučaju, leži u činjenici da umjetnost danas više ne može imati onu figurativnu zadaću (u ilustrativnom i anegdotalnom smislu) koju je imala u prošlosti, zbog čega bi se svaki pokušaj u tom smjeru mogao samo izroditi u najgori mogući kič.

Nitko nije mogao definirati odnos između avangarde i kiča bolje od Clementa Greenberga, još u ogledu objavljenom 1939. godine. Sama činjenica da je taj ogled napisan istodobno s odvijanjem tih tako zapanjujućih kič epizoda, poput nacizma, fašizma i ždanovljevske staljinizma, ističe i povećava njegov značaj. Stoga smo izabrali samo onaj dio Greenbergova og-



leda koji se najizravnije bavi odnosom između kiča i politike, a izostavili smo ostale tekstove tog autora, koji su isto tako sjajni, ali su nastali kasnije, te su stoga manje značajni za kritičku aktualnost te teme.

Clement Greenberg

AVANGARDA I KIČ

III.

Ako avangarda imitira umjetničke postupke, kič, kao što ćemo vidjeti, imitira njihov učinak. Ta antiteza više je nego točna; ona definira strašni ponor koji međusobno razdvaja dvije simultane kulturne pojave kao što su avangarda i kič. To odstojanje, koje je preveliko da bi se moglo ispuniti svim onim bezbrojnim tonovima populariziranog «modernizma» i «modernističkoga» kiča, odgovara naizmjenice jednom društvenom intervalu, društvenom intervalu koji je oduvijek postojao u formalnoj kulturi, kao i u drugim područjima civiliziranog društva, a čije se dvije krajnje točke stječu i razilaze u fiksnom odnosu prema rastućoj ili opadajućoj stabilnosti određenog društva. Uvijek se s jedne strane nalazila manjina moćnika - dakle, obrazovanih osoba - a s druge strane velika masa siromašnih i izrabljivanih, što znači neukih. Formalna kultura uvijek je pripadala prvima, dok su se oni drugi morali zadovoljiti narodnom i rudimentarnom kulturom, ili kičem.

U stabilnom društvu koje funkcionira dovoljno dobro da rješava proturječnosti među klasama, kulturna dihotomija na neki način postaje zbrkanom. Aksiome malobrojnih dijele mnogi, a potonji praznovjerno vjeruju u ono u što oni prvi vjeruju umjereno. U takvim trenucima povijesti mase mogu osjetiti čuđenje i divljenje prema kulturi svojih učitelja, bez obzira na kojoj je ona razini. To vrijedi barem za plastičku kulturu, koja je svima dostupna.

◀ 75. Napoleonov lik rekonstruiran je nizom razglednica. Svaka razglednica prikazuje jednu epizodu iz njegova života svedenu tek na banalnu sličnost.

U srednjem je vijeku kipar naizgled iskazivao štovanje barem najmanjim zajedničkim nazivnicima iskustva. To se u stanovitoj mjeri održalo sve do 17. stoljeća. Imitaciji je bila dostupna univerzalno valjana konceptualna stvarnost, čiji poredak umjetnik nije mogao promijeniti. Subjekt umjetničkog djela određivali su oni koji su ga naručivali, a djela nisu stvarana, kao u građanskom društvu, radi promatranja.

Upravo zato što je njegov sadržaj bio unaprijed određen, umjetnik se mogao slobodno usredotočiti na svoj medij. Nije imao potrebu da bude filozof, ili vizionar, nego jednostavno izvođač. Sve dok je postojala opća suglasnost o tome što su najvrjedniji subjekti umjetnosti, umjetnik je bio oslobođen potrebe da bude originalan i maštovit u svojoj «materiji», te je sve svoje snage mogao usmjeriti na formalne probleme. Za njega je, privatno i profesionalno, medij postao sadržajem njegove umjetnosti, upravo kao što je danas njegov medij javni sadržaj umjetnosti apstraktnog slikara. S tom razlikom, ipak, što je srednjovjekovni umjetnik u javnosti morao potisnuti svoje profesionalne težnje - individualno i profesionalno uvijek je morao potisnuti i podrediti dovršenom i službenom umjetničkom djelu. Kad bi, kao i svaki drugi pripadnik kršćanske zajednice, osjetio nešto posebno za temu kojom se bavio, to bi samo obogatilo javni smisao djela. Tek s renesansom individualne težnje postaju legitimnima, iako se još zadržavaju unutar okvira lako i općeprepoznatljivoga. Tek se s Rembrandtom počinju javljati «usamljeni» umjetnici, usamljeni u svojoj umjetnosti. Ali i tijekom renesanse i sve dok se zapadna umjetnost upinjala da usavrši svoju tehniku, pobjede na ovom terenu mogle su se iskazati samo uspjesima u realističkoj imitaciji, jer nadohvat ruke nije bilo nijednog drugog objektivnog kriterija. Na taj su način mase još uvijek mogle naći u umjetnosti svojih majstora objekte dostojne divljenja i čuđenja. Čak je i ptica koja zoblje voće na Zeuxisovim slikama mogla pljeskati.

Već je otrcana činjenica da umjetnost postaje poput biserja bačenog svinjama, kada stvarnost koju ona imitira više ni približno ne odgovara stvarnosti koju su svi prihvatili. Ipak, čak se i onda, srdžba koju običan čovjek može osjećati, ušutkava zbog smjernog straha pred mecenama te umjetnosti. Tek onda kada postane nezadovoljan društvenim poretom koji su oni uspostavili, počinje kritizirati njihovu kulturu. Tada plebejci prvi put nalaze hrabrosti da otvoreno izraze svoje mišljenje. Svaki čovjek, od namještenika Tammany Halla do austrijskog soboslikara, otkriva da ima pravo na vlastito mišljenje. Ta se srdžba prema kulturi najčešće može naći tamo gdje je nezadovoljstvo društvom zapravo reakcionarno nezadovoljstvo koje se



76.-78. Paternalistička demagogija i umjetnički i sportski kult rase, pripadaju najgrotesknijim aspektima nacizma



očituje u oživljavanju formi i struktura prošlosti i puritanizmu, a u svojem krajnjem obliku, fašizmu. Tu se baklje i revolveri počinju spominjati zajedno s kulturom. U ime vjere ili spašavanja svoga plemena, u ime jednostavnosti i trajnih vrlina, započinje razbijanje kipova.



79. Povorka ulicama Rima za vrijeme imperijalnog razdoblja fašizma

Vratimo se na trenutak našem ruskom seljaku, s pretpostavkom da mu, nakon što je radije izabrao Rjepina, nego Picassa, državni odgojno-obrazovni aparat dolazi reći i pokazati da je u krivu, jer je trebao izabrati Picassa. To je, dakako moguće u Sovjetskoj državi. Ali ako stvari stoje onako kako sto-

je u Rusiji - i svagdje drugdje - seljak odmah primjećuje kako mu nužda da radi čitav dan da bi mogao živjeti, i grubi, neudobni uvjeti u kojima živi, ne omogućuju ni dovoljno vremena, ni energije, ni udobnosti da bi se mogao uvježbati u uživanju u Picassu. Za to je, u krajnjoj liniji, potreban znatan



80. «Rimski pozdrav»

broj «uvjeta». Visoka kultura jedan je od najartificijelnijih ljudskih tvorevina, a seljak u sebi ne nalazi nikakvu «prirodnu» potrebu koja će ga, usprkos svim poteškoćama, odvesti Picassu. Konačno, ako se zaželi gledanja slika, seljak će se vratiti kiču, jer u njemu može uživati bez napora. Na tom je po-

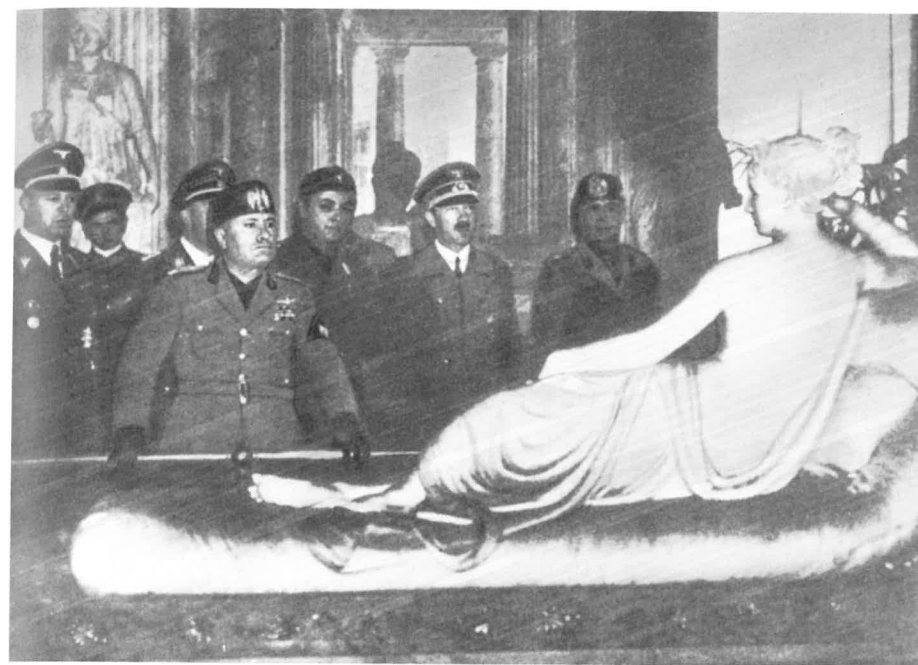


81. Opsesivno ponavljanje slike idola, iako autor fotomontaže pokazuje sumnjiv talent, veseo je kič

lju država nemoćna i takvom ostaje sve dok se problemi proizvodnje ne riješe u socijalističkom smislu. Isto vrijedi, naravno, i za kapitalističke zemlje, tako da sve rasprave o umjetnosti za mase nisu ništa drugo doli demagogija.¹

1

Bit će primjedbi da se takva umjetnost za mase, kao narodna umjetnost, bila razvila u rudimentarnim uvjetima proizvodnje i da je velika količina narodne umjetnosti na visokoj razini. Da, to je točno, ali narodna umjetnost nije Atena, a mi želimo Atenu: formalnu kulturu sa svojim beskonačnim aspektima, njezinu bujnost, široke domete. Osim toga, danas se govori da je mnogo onoga što danas ocjenjujemo dobrim u narodnoj kulturi statično preživljavanje mrtvih, formalnih i aristokratskih, kultura. Naše stare engleske balade, na primjer, nije stvorio narod, nego postfeudalno englesko plemstvo, a one su se održale u narodu i dugo nakon što su se oni za koje su balade bile skladane, zaputili prema drugim književnim formama. Nažalost, sve do ere strojeva, kultura je bila ekskluzivnom povlasticom onog društva koje je živjelo od rada slugu i robova. Oni su bili pravi simboli kulture. Čovjeku koji je trošio vrijeme i energiju na stvaranje i slušanje poezije bio je potreban još jedan čovjek koji dovoljno proizvodi da bi sebe održao na životu, a drugoga u izobilju. Danas, na primjeru Afrike vidimo da je kultura plemena koja posjeduju robove općenito na višoj razini od kulture plemena bez robova.



82. Mussolini i Hitler promatraju remek-djelo Antonia Canove za vrijeme Führerova službenog posjeta Rimu, 3. svibnja 1938.

Tamo gdje danas neki politički režim ustanovljuje službenu kulturnu politiku, to je zbog demagogije. Ako je kič službena tendencija u kulturi u Njemačkoj, Italiji i Rusiji, to nije zbog toga što njihove vlade kontroliraju filistri, nego zato što je kič kultura masa u tim zemljama, kao što je i svugdje drugdje. Poticanje kiča jednostavno je još jedan od najjeftinijih putova kojima se totalitarni režimi žele dodvoriti svojim podređenima. Kako ti režimi ne mogu podići kulturnu razinu masa - čak kada bi to i htjeli - a da ne postanu plijenom internacionalnog socijalizma, laskat će masama svodeći cjelokupnu kulturu na njihovu razinu. To je razlog zbog čega se avangarda zabranjuje, a ne zato što je viša kultura sama po sebi kritičnija kultura. (Može li avangarda ili ne može procvasti u totalitarnom režimu, nije pitanje kojim se ovdje bavimo). Zapravo, glavna nevolja s avangardnom umjetnošću i književnošću, s fašističkog ili staljinističkog stajališta, nije to što su one prekritične, nego što su «prenevine» i u njih je preteško ubrizgati djelotvornu propagandu, dok je kič za to mnogo podatniji. Kič drži diktatora u bližem doticaju s «dušom» naroda. Kada bi službena kultura morala

biti na višoj razini u odnosu na opći nivo mase, postojala bi opasnost od izolacije.

Ipak, kada bi mase tražile avangardnu umjetnost i književnost, Hitler, Mussolini i Staljin ne bi dugo oklijevali da udovolje tom zahtjevu. Hitler je smrtni neprijatelj avangarde, kako na doktrinarnom planu, tako i na osobnom, ali to ipak nije spriječilo Goebbelsa da se 1932/1933. strasno udvara avangardnim umjetnicima i piscima. Kada je Gottfried Benn, ekspresionis-



83. Nakon ukidanja avangarde, valja skinuti kapu režimskim «remek-djelima»

tički pjesnik, prišao nacistima, dočekan je fanfarama, iako je upravo tada Hitler optuživao ekspresionizam kao *Kulturbolscewismus*. To se događalo u doba kada su nacisti osjećali da bi im ugled koji je avangarda uživala među obrazovanim ljudima mogao biti od koristi, a kako su nacisti spretni političari, praktična razmišljanja takve vrste uvijek su nadvladala Hitlerove osobne sklonosti. Kasnije su nacisti ustanovili da je bilo praktičnije



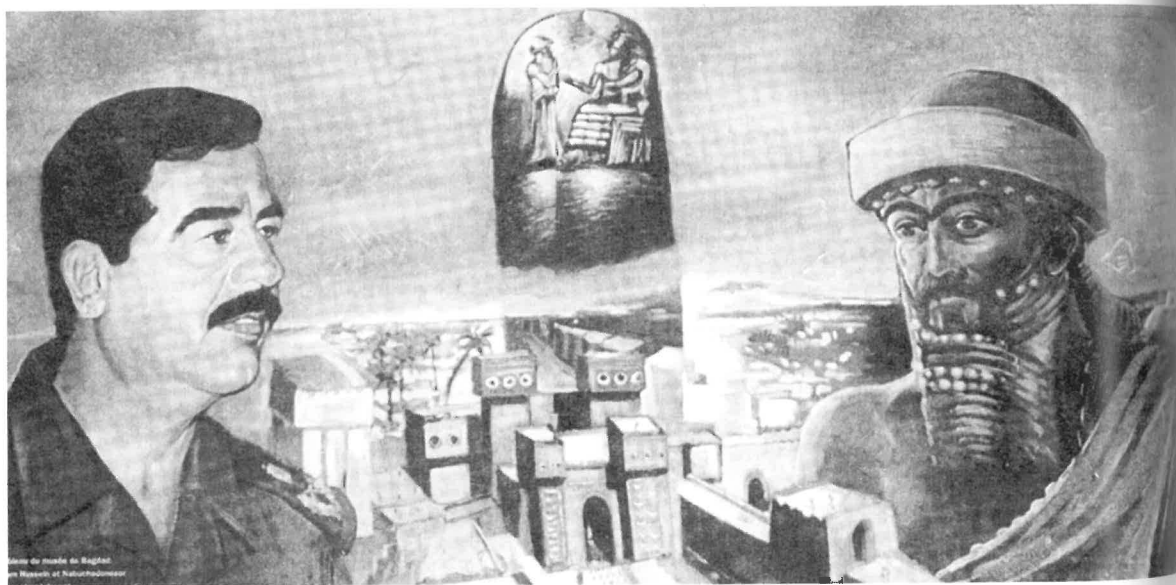
84. «Carska je moć u treptaju oka. Svaka riječ vojnika, vladara, oca koji voli svoj narod lapidarna je; svaki pokret konačan. U njegovim državnicičkim govorima iznenada izbija srdačnost, smiješi se šala, iskri zapovijed. Zanima ga mačevanje. Istančano svira violinu. Za volanom je omiljenog automobila; voli brzinu. Sam pilotira tromotorcem s jednog na drugi kraj Italije». (Francesco Saponi, *Amor di patria*, La Libreria dello Stato, Rim, godina XVI.)

prikloniti se željama masa kad je riječ o kulturi, nego onima njihovih financijera; potonji su, kada je došlo do pitanja očuvanja vlasti, bili spremni žrtvovati svoju kulturu kao i svoje moralne principe, dok se onim prvima, upravo stoga što im je bila oduzeta vlast, moralo laskati na sve druge moguće načine. U masama je bilo potrebno izazvati, na mnogo veličanstveniji način nego u demokratskim zemljama, iluziju da one stvarno vladaju. Književnost i umjetnost u kojima one uživaju i koje razumiju morale su biti proglašene jedinom istinom, a sve se drugo moralo suzbiti. U takvim okolnostima, ljudi poput Gottfrieda Benn, bez obzira koliko žarko podržavali Hitlera, postaju teretom i u nacističkoj Njemačkoj za njih više ne čujemo.

Možemo vidjeti da iako sa stanovite točke gledišta osobno filistarstvo Hitlera i Staljina nije nebitno za političke uloge koje oni igraju, s druge je točke gledišta to samo jedan od činilaca koji je samo slučajno utjecao na kulturnu politiku njihovih režima. Njihovo osobno filistarstvo samo dopunjuje brutalnost i intenzivan mrak politike koju bi ionako bili prisiljeni podržavati pod pritiskom ostalih njihovih direktiva - čak i ako su, osobno, strastveni pobornici avangardne kulture. Ono što prihvaćanje izoliranosti

ruske revolucije prisiljava Staljina da čini, Hitler je prisiljen činiti zbog njegova prihvatanja proturječnosti kapitalizma i njegovih napora da ih zaledi. Što se Mussolinija tiče, njegov je slučaj savršen primjer *disponibilitéa* jednog realista na tom planu. Godinama je dobronamjerno gledao na futuriste i gradio modernističke stanice i stambene zgrade u državnom vlasništvu. U rimskim se predgrađima još može vidjeti više modernističkih stanova nego u bilo kojem drugom dijelu svijeta. Možda je fašizam želio pokazati svoju sposobnost da ide u korak s vremenom, kako bi prikrio činjenicu da on sâm znači nazadak; možda se želio prilagoditi ukusima bogate elite kojoj je služio. U svakom slučaju, čini se da je Mussolini konačno zaključio da bi za njega bilo korisnije zadovoljiti kulturne ukuse talijanskih masa, a ne njihovih gospodara. Masama se moraju dati predmeti koji izazivaju divljenje i čuđenje; oni drugi mogu i bez njih. I tako vidimo Mussolinija kako najavljuje «novi imperijalni stil». Marinetti, De Chirico i drugi poslani su u sjenu, a novi željeznički kolodvor u Rimu neće biti u modernističkom stilu. Da je Mussolini do toga došao prekasno, ponovno pokazuje samo neod-

85. Sadam Husein toliko se poistovjećuje s Nabukodonosorom, velikim kraljem drevne Mezopotamije, da je naručio da ga naslikaju zajedno s njim na ovom «remek-djelu» Bagdadskoga muzeja



86. Izlog u Americi u kojemu su trenutačni politički idoli pomiješani s pseudoumjetničkim reprodukcijama

lučnost s tim u vezi, kojom je talijanski fašizam iz njegove uloge povukao nužne konzekvencije.

Kapitalizam u opadanju zaključuje da bilo koja stvar koja se još uvijek može kvalitetno proizvoditi, gotovo uvijek postaje prijetnjom njegovu postojanju. Napredak u kulturi, ne manje od znanstvenog i industrijskog napretka, upravo nagriza društvo u čijem se okrilju moglo razviti. Ovdje je, kao i kod svakog drugog današnjeg problema, nužno citirati Marxa od riječi do riječi. Danas više ne gledamo u socijalizam tražeći neku novu kulturu, jer neizbježno je da će se neka već pojaviti, budući da imamo socijali-



87. Na ovoj fotografiji izloga staretinarnice u Palermu posve se slučajno zajedno nalaze neki simboli moći



88. Kennedy, Jackie i Johnson (bez supruge) na «dragocjenim» tanjurićima pozlaćenih rubova

zam. Danas pazimo na socijalizam *jednostavno* zato da bismo sačuvali bilo kakvu živu kulturu koja nam je danas potrebna.

1939.



89. Nacističkim je glavešinama očito bilo drago vidjeti kukasti križ i na šalici za kavu

ROĐENJE I OBITELJ



90. Ne možemo poreći da je aranžer ovog izloga postigao vrlo djelotvornu reklamu izlaganjem *king-size* kreveta u Sleep Centeru, kao jamstva za sretan brak

Iz svega što je dosad rečeno trebalo bi već biti očito da svako dvosmisleno, lažno, cmizdravo ili retoričko pretjerivanje u osjećajima vodi onom tipičnom kič ponašanju, koje možemo definirati kao «sentimentalizam». Stoga, ne bismo smjeli biti iznenađeni činjenicom da je obitelj upravo jedno od područja najpodložnijih ugošćavanju takvog sentimentalnog ponašanja. Iako su obiteljske veze među najjačim i najspontanijim vezama - ili bi to barem trebale biti - to ne znači da (osobito zato što nije uvijek tako) veličanje i uzdizanje takvih veza ne može, i više nego jednom, biti kičem.

Već od prvog dana života, dvosmislen i sklon mistifikaciji, kič sentimentalizam se uvlači u sva slavlja i obrede koji prate ljudski život, od krštenja s djetetom umotanim u čipke, od prve fotografije golog djeteta na jastuku (tako čestog motiva fotografija za album), do različitih faza vjerskog odgoja: prve pričesti, krizme (moramo se samo sjetiti skrušenih dječaka sa svile-nom vrpcom oko rukava svečanog odijelca, djevojčica uređenih «poput mladenke», ružičastih konfeta i ostalih popratnih detalja takvih obiteljskih proslava).

Ali ako ta vrsta kiča još uvijek ostaje u okvirima onoga što prati svaku tradicionalnu proslavu koja je u nesuglasju s vremenom u kojem živimo, (kič po sebi već su mladenkina vjenčanica i veo ukrašeni narančinim cvijetom, koji su kopija prevladanih moda i pretpostavljaju mit nevinosti koji danas više ne postoji), a ako je to uopće moguće, još je veći kič, silom «moderan» i *up to date* brak s mladencima u avionu, ili mladencima u kupaćim kostimima kako stoje u valovima i drže podignute čaše sa šampanjcem, ili onima koji su čak goli da bi se mogli uklopiti u nudistički kamp (što tek reći o njihovim roditeljima, puncima i svekrima u skrušenom stavu, koji također kao od majke rođeni, sa svojim drhtavim i zgužvanim tijelima stoje iza čvrstih oblina svoje djece?).

Kič vezan uz rođenje, kao i onaj povezan s različitim etapama obiteljskog života, ulazi u širu kategoriju koju bismo mogli definirati «etičkim kičem». To je onaj oblik lošeg ukusa koji ne pogađa toliko umjetničko stvaralaštvo koliko moralne običaje i stavove, ali koji nužno otklanja sve ono umjetničko ili pseudoumjetničko s čime dolazi u doticaj. Stoga smo spomenuli kič koji prati novorođenče, prvopričesnika, a mogli bismo nastaviti s onim vezanim uz mladence, srebrni pir, majčinstvo, iskaze poštovanja djece prema roditeljima. Majčin dan, Valentinovo, zaruke, koji se slave osobito u SAD-u, s bujicom čestitaka koje su gotovo uvijek najčišći primjeri lošeg ukusa. Čini se gotovo nevjerovatnim da su ljudi mogli obaviti tako gustim slojem lošeg ukusa svoje najsvetije odnose, svodeći ih najčešće na perver-

zne obrede. Božićno drveće, jaslice, Sveti Nikola, Noć vještica ili Sveta Tri Kralja, sve je to dugačak lanac proslava povezanih s nizom prizora koji rijetko uspijevaju izbjeći ugrizu kiča.

Očito je da ćemo ubrzo (a svjedoci smo toga i danas) naići na primjere protuobiteljskog kiča u pravom smislu riječi, kiča hipija i dugokose mladeži, narkomanskog i bitničkog kiča.

Kiču se ne može pobjeći: čim nešto postane konformizmom i tradicijom, teško mu uspijeva izmaći.



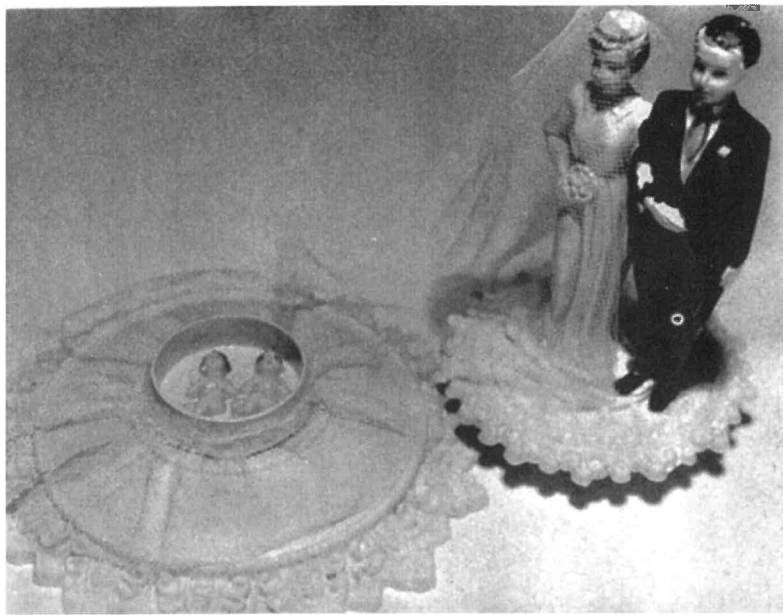
*Nonna nonnina
tutta bella e sorridente,
nella casa lucente
tu sei sempre la regina.
Ci proteggi dagli affanni,
resta ancor con noi cent'anni.*

91.-92. Djeca i starci izvor su najgoreg sentimentalizma koji se neizbježno pretvara u najčišći kič.

Lijevo: slika bakice s odgovarajućom pjesmicom;

desno: prigodni aranžman za rođenje sa sladunjavim tradicionalnim simbolima





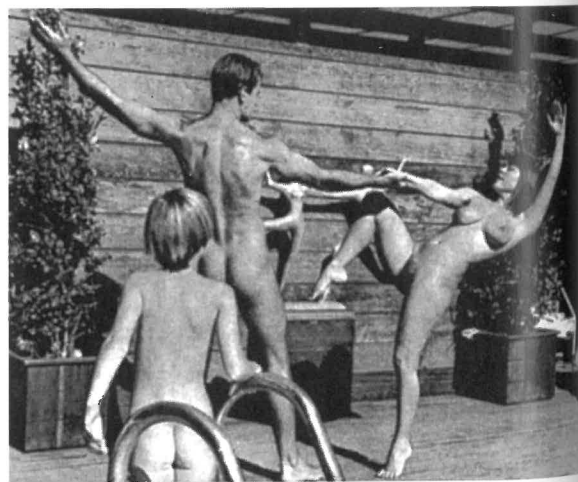
93.-96. Mladenci i brak neiscrpan su izvor kiča

Gore: Ukras za svadbenu tortu koji, kada se podigne, razdraganim i ganutim promatračima otkriva kolu-jevku s blizancima

Lijevo: Izlog jednog američkog fotografa specijaliziranog za «obitelj»

Dolje lijevo: Uobičajeno ekscentrično vjenčanje. U popratnom tekstu iz nekog časopisa za žene stoji: «New York, ožujak 1968. Mladenka je presretna zbog svoje nedostižne ekstravagancije: Arlette Dobson, u *science-fiction* odijelu zaputila se prema oltaru držeći pod ruku Johna Richarda, odjevenog u odijelo dubinskog ronioca.»

Dolje desno: Supružnici Webber, profesionalni nudisti, plešu na otvorenom, praćeni zavidljivim pogledom kćerkice

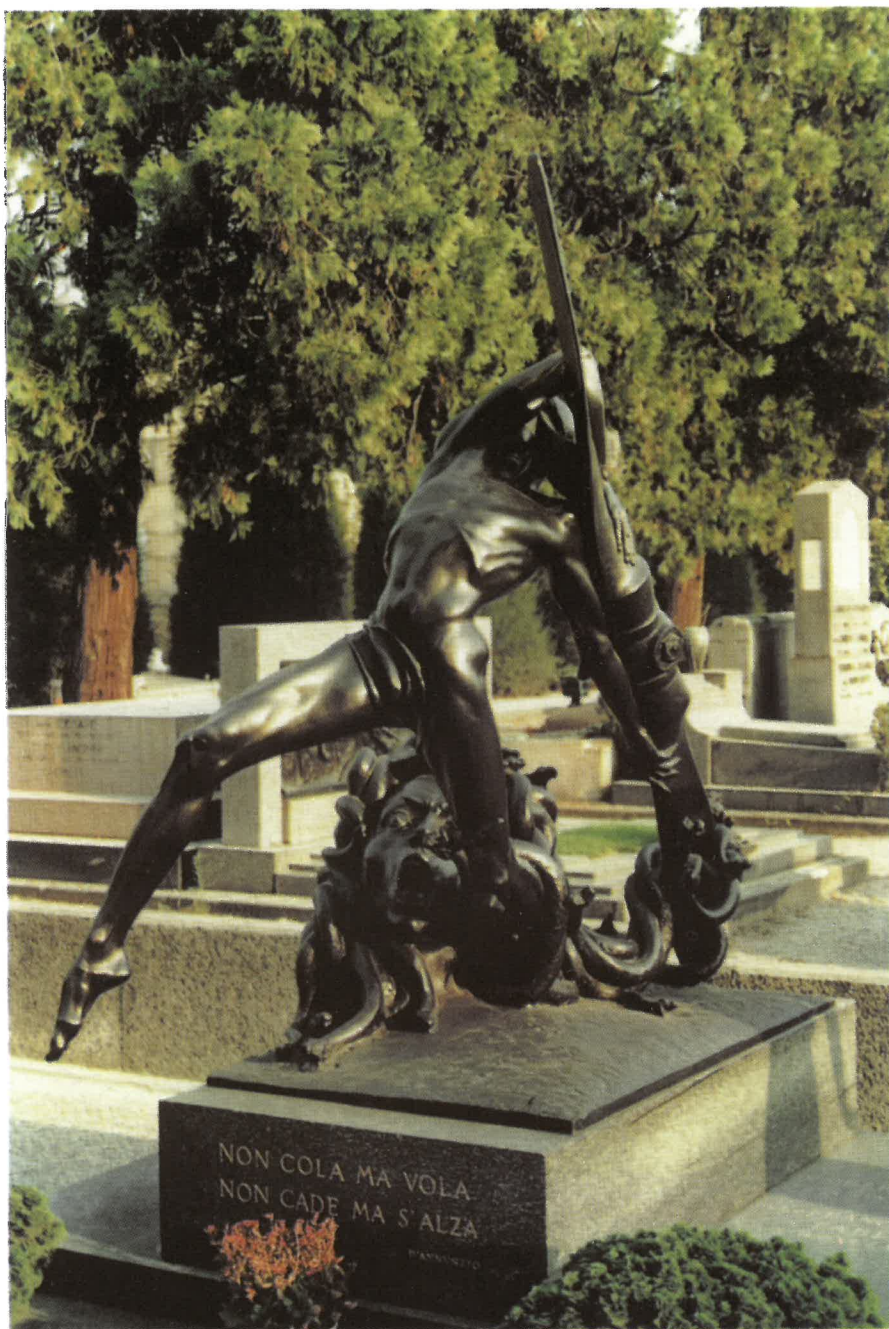


SMRT

Smrt je često velika saveznica kiča. Prije toga dugo je bila dragocjenom saveznicom umjetnosti. Sjetimo se samo srednjovjekovnih fresaka s prikazom *Totentanza* na gotičkim fasadama crkava i na grobljima; baroknih prikaza, čak i onih najjezovitijih, poput Berninijeve *Luise Alberoni* ili *Svete Tereze*; mnogobrojnih mrtvačko-čudovišnih prizora na francuskim i nordijskim katedralama. Prisjetimo se, također, sada ne više na umjetničkom planu, nego na planu «trošenja», tisuća kostura u kapucinskom samostanu u Palermu, podzemnih hodnika prepunih mumificiranih leševa, mumija iz Venzonea... koje nisu uvijek ugodan prizor, ali svakako nisu kič.

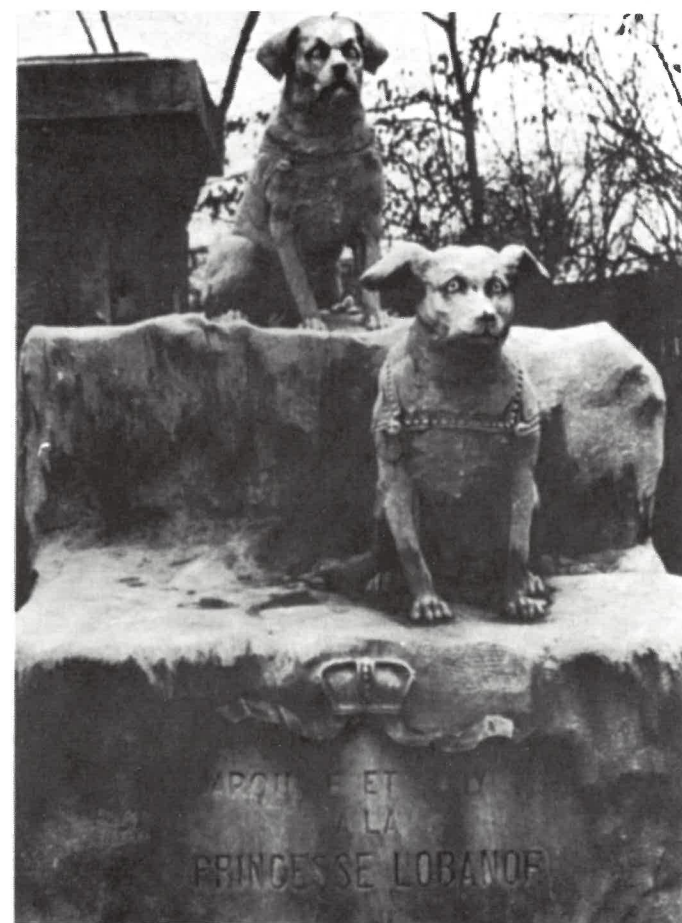
Danas smo (kao i jučer), naprotiv, preplavljeni «ružnim smrtima», ganutljivim i sladunjavim smrtima, obavijenim sentimentom i patosom. Smrt preobučena u život, skrivena, patvorena, «zamaskirana». Svi ti raznoliki aspekti posmrtnog kiča koji se nesmiljeno širi od groblja do groblja; od *morticiane* do *morticiane*, od *funeral housea* do *funeral housea*, od Stagliena do Forest Lawna, od Monumentalea u Veranu (da ne spominjemo već razvikano groblje za pse u San Franciscu). Svima su poznate šume akademskih realističkih skulptura s prizorima tugovanja na našim većim grobljima, kapelice, edikule (mali hramovi, katakombe, moderni dolmeni i menhiri...).

Svjedočanstva o svojoj civilizaciji Etrušćani su odavna bili povjerali nekropolama, a Egipćani golemim faraonskim grobnicama. Smrt koju se tada proučavalo, štovalo, možda i voljelo, a sigurno je «uzimana za ozbiljno», danas je ukroćena, mimetizirana, te iznad svega, krivotvorena. Zbog toga su gotovo sva «umjetnička djela» koja iz godine u godinu zauzimaju naša groblja i dobivaju pohvale u lokalnim novinama takav neprijeporni kič. Pogledajmo stoga nekoliko primjera koje ovdje donosi-



97. D'Annunzijeva rečenica (*Ne tone nego leti/ ne pada nego se uzdiže*) koja može razveseliti, ali samo povećava estetsku dvosmislenost ovog nadgrobnog spomenika

mo: spomenik na kojem otac i sin u prirodnoj veličini pozdravljaju pokojnu majku; božićno drveće postavljeno pored mramorne golubice; veliki portret brkatog gospodina pokraj kojega nije izostao polugoli dvoznačni lik (možda anđeo?, a anđeoski spol, kao što je poznato, bolje je ne istraživati). Tužno je zapaziti da se samo na starim, napuštenim grobljima - kršćanskim ili muslimanskim, židovskim ili valdenskim - može naći poneka, makar i skromna, sveta slika, neki obrtnički ukras koji ne djeluje kao kič; velika je većina današnjih grobnica, kako onih raskošnih u plemićkim kapelicama, uvredljivo drskih sa svojim pretpostavkama da se bogatstvom može pobi-



98. I psi, osobito oni kraljevske krvi, ponovno su oživjeli na nadgrobnom spomeniku, nepomični, s uobičajenim pogledom uprtim u «beskonačnost»

jediti smrt, tako i onih najbijeđenijih jednostavnih pločica s imenom na grobnicama-nišama s urnama pokojnika, (koje će ipak uvijek biti «ukrašene» pokojom girlandicom ili ponekim emajliranim portretom pokojnika), samo posljednji iskaz štovanja uspomene na pokojnika, izražen lošim ukusom.



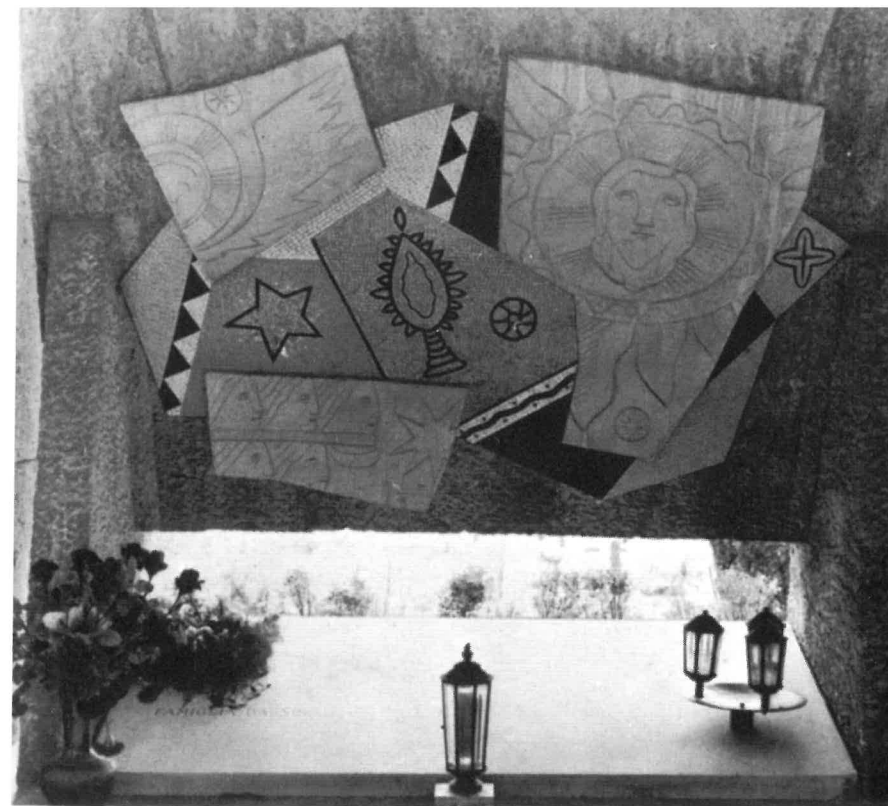
99. Strogi lik brkatog gospodina zaštićen je krilom polugolog dvosmislenog lika (možda anđela?)

Možda je prodor lošeg ukusa - etičkog i estetskog - na područje smrti započeo upravo s gubitkom «poštovanja» prema smrti: s jedne strane do gubitka poštovanja došlo je zbog zamiranja osjećaja, te općenito zbog slabljenja obiteljskih veza, a s druge zbog patvorenja smrti, uslijed njezina maskiranja naizgled samilosnom, no u biti licemjernom maskom.

Zato, bez ikakve sumnje, najgori posmrtni kič imamo u zemlji koja sebe smatra najreligioznijom (ili barem iskazuje pobožnost prema van), odnosno u SAD-u, dok pogrebni obred zadržava izvorno ili barem tradicionalno izvorno dostojanstvo u nekim nerazvijenim i primitivnim zemljama u kojima tehnološka civilizacija još nije u potpunosti pokopala autohtonu obrtničku djelatnost.

Slici smrti očito trebaju čvrstina i strogoća, nevinost i trulež, *albedo* i *nigredo* (da upotrijebimo dva alkemičarska termina), ali nikako joj ne trebaju polovične boje, ružičasta i svijetlo plava, andeoska krila, raspuštena kosa ili sterilizirana tehnologija lišena istinskog morala.

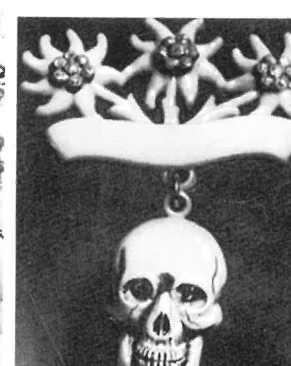
100. Upravo da bi izbjegao sladunjavi posmrtni kič obavijen sentimentalnošću, arhitekt je projektirao ovu «jednostavnu» grobnicu s dekoracijama inspiriranim kubizmom, punim nadzemaljskog simbolizma



101. Groblje Staglieno u Genovi, na kojemu se možemo diviti ovom «remek-djelu» grobišne umjetnosti, jedno je od najbogatijih nevjerojatnih nadgrobni alegorijama



102.-104. Grobišni suveniri, broševi (u ovom slučaju s runolistima) i uzdizanje ratarskog rada, česte su teme ikonografije smrti



RELIGIJSKI KIČ



Tvrdnja da je cjelokupna suvremena crkvena umjetnost kič, možda je pomalo bogohulna, no upravo to mišljenje zastupaju neki (umjetnički i vjerski) prosvijetljeni svećenici kao što su Otac Couturier i Otac Regamey, koji se godinama (prvi sve do smrti, a potonji još i danas) bore za crkvenu-duhovnu umjetnost koja bi uistinu bila takva. Nažalost, ono što znatan dio crkvene umjetnosti, ako ne i cjelokupnu, neizostavno čini kičem, jest činjenica da je ona obično namijenjena publici za koju se smatra da je valja hraniti lošim proizvodima umjesto umjetnički vrijednim tvorevinama, a sve to zbog straha da bi «novotarije» u umjetnosti vjernike mogle udaljiti od vjere (ili prije od «staroga» u vjeri).

Zapravo, vjernici vrlo malo cijene one malobrojne primjere «dobre» crkvene umjetnosti, zbog očitog razloga kojeg sam gore natuknuo, tj. zbog ukorijenjenog kulturnog «konformizma» crkvenih organa (ma kojoj crkvi pripadali). I kod vrlo poznatih sakralnih arhitektonskih spomenika (možda jedinih značajnih modernih umjetničkih dostignuća: Le Corbusierova crkva u Ronchampu, Miesova crkva, Mendelsohnove sinagoge, itd.) kič se uvijek uspijeva uvući u unutarnju opremu i u cjelokupan svetački ikonološki materijal, iako građevina po sebi zavrjeđuje štovanje ili je umjetnički vrlo vrijedna. To možemo reći za «dekoraciju» i opremu glasovite Mendelsohnove sinagoge u Clevelandu, Wrightovu Union Church u Californiji ili Micheluccijevu crkvu uz auto-put pokraj Firenze. Takvih je primjera bezbroj, tako da bi ih bilo nemoguće nabrojiti.

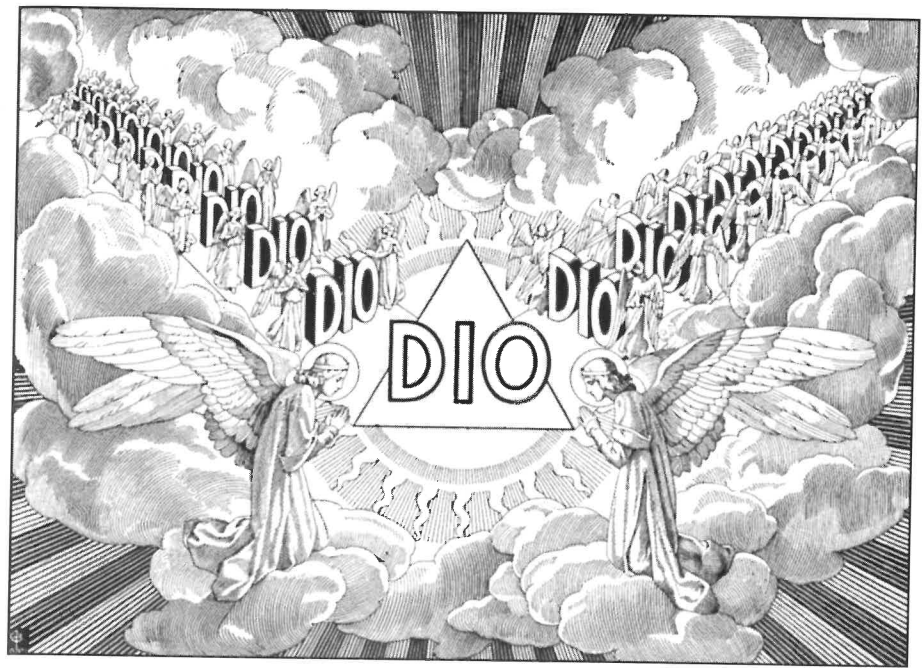
Dakako, ima i primjera modernih crkava (i njihove opreme ili dekoracije) koje su po svome arhitektonskom stilu i dizajnu izrazito čiste i jezgrovite, ali njima, nažalost, nedostaje jedan bitan element: religioznost, duhovnost. Možda zbog izostanka umjetnikova sudjelovanja, možda jednostavno zato što je naše vrijeme doba posvemašnjeg obesvećenja. No, je li bolja siromašna pučka crkva zatrpna tipičnim religijskim kičem, ali ispunjena vjerom, ili hladan i strog hram lišen svakog zagađenja kičem, ali i svakog vjerskog osjećaja? To nije estetski problem i radije na njega ne bismo davali konačan odgovor.

Činjenica je, ipak, da se dobar dio svetih slika koje danas rabi crkva - da ne govorimo o dekoracijama, liturgijskoj opremi, cjelokupnom aparatu koji prati vjerske ceremonije - lako može ubrojiti u predmete lošeg ukusa. I bez navođenja primjera koji idu u krajnost, kao što je pepeljara u obliku nužnika s otisnutom slikom svetog Antuna Padovanskog (ne znamo je li zamiš-

105. Mastroianni je «fotoskulpture» početkom stoljeća često su se rabile za razglednice. Ova *Opera di Dio* (Božje djelo) dio je niza «vjerskih» razglednica s ilustracijama Biblijskih događaja.

ljena kao svetogrđe ili kao «duhovitost» prostačkog ukusa, ali taj se predmet svejedno prodaje pred Svetištem) možemo se prisjetiti još neizmjerljivo mnogo predmeta i slika u kojima se stari vjerski simboli rabe na nepristojan način, korištenjem anakronističkih i tehnički nespretno izvedenih prikaza (grozd grožđa i kruh narezan na kriške umjesto «kruha i vina»). Takve su i Kristove slike uokvirene školjkama i sedefom u kojima je turistički kuriozitet povezan s religijskim suvenirima, da ne govorimo o fotografskim rekonstrukcijama svetačkih prizora (Bogorodica s djetetom, itd.) na kojima se hijeratska ikoničnost svete slike koja je već postala emblematskom, pretvara u vulgarnu fizičku ljupkost kao kod bilo kojeg foto-modela.

106. «Slike» na ispiljenim «kriškama» debla (obično je riječ o rukom obojanim i lakiranim fotografijama), tehnički su vrlo prikladne, ne samo za Srce Isusovo, Blaženu Djevicu Mariju ili svetu Ritu, nego i za J. F. Kennedyja, koji je već uzdignut na ravan vjerskog kiča



107. Stranica iz vjerske propagandne knjižice iz tridesetih godina, namijenjene tečaju narodnog prosvjećivanja, u izdanju Kurije iz Viterba

Karl Pawek

KRŠĆANSKI KIČ

Razmotrimo li visok postotak populacije, sudeći samo prema izgledu izloga prodavaonica svjetiljki, sagova, pokućstva, porculana, prepunih lošeg ukusa, ne može nas čuditi što su i religiozne slike i predmeti kojima se okružuju kršćani, također predmeti lošeg ukusa. Imajući u vidu stravičan izgled većine kazališta, velikih robnih kuća, zgrada osiguravajućih društava, zasigurno ne može čuditi što je i većina crkava vrlo loše kvalitete. Onome tko bez riječi trpi kič u restoranima, barovima i hotelskim predvorjima, nije dopušteno ismijavati kič u vjerskim obredima. Onaj kome u kući visi čudovišna svjetiljka, ili na prozorskoj dasci pod bogato nabranim zavjesama stoje bakreni kotlovi, s punim pravom može biti legitimni pobornik skulpture Svetog Srca Isusova s loknama namazanim mirisnim mastima. Sa stajališta ukusa, kršćanski kič nije usamljen slučaj. On jednako pristaje i nev-



108.-109. Od istinskih i čistih tradicionalnih sličica, do sofisticirane slike iskorištene za nezgrapnu reklamnu kampanju: simboli su isti i imaju isti cilj

jernicima i vjernicima, ateistima i crkvenjacima, onome tko ide u Bayreuth u Mercedesu 300 i onome tko hodočasti u Lourdes.

Sa stajališta ukusa, kršćanski kič nije specifičan problem.

Danas najveći dio onoga što se proizvodi i nudi potrošaču pripada lošem ukusu.

Dovoljno je otići na samo jedan sajam pokušava u Köln ili posjetiti paviljon sa staklom i porculanom na sajmu u Hannoveru, da bismo uočili veliko pomanjkanje ukusa. *Verkitschung* (učiniti kičem) je stil našeg doba. Poduzeća i poslovna društva, vlasnici kina i trgovina, trgovci, svatko tko želi biti uspješan i predstaviti se na «reprezentativan» način, prihvaća se toga stila. Crkve i vjernici ne izlaze iz tih okvira kada dovode kič do praga mistike.

CON UNA FIRMA PUOI MOLTIPLICARE GLI AIUTI AL PROSSIMO. NON È UN MIRACOLO, È LA TUA DICHIARAZIONE DEI REDDITI.



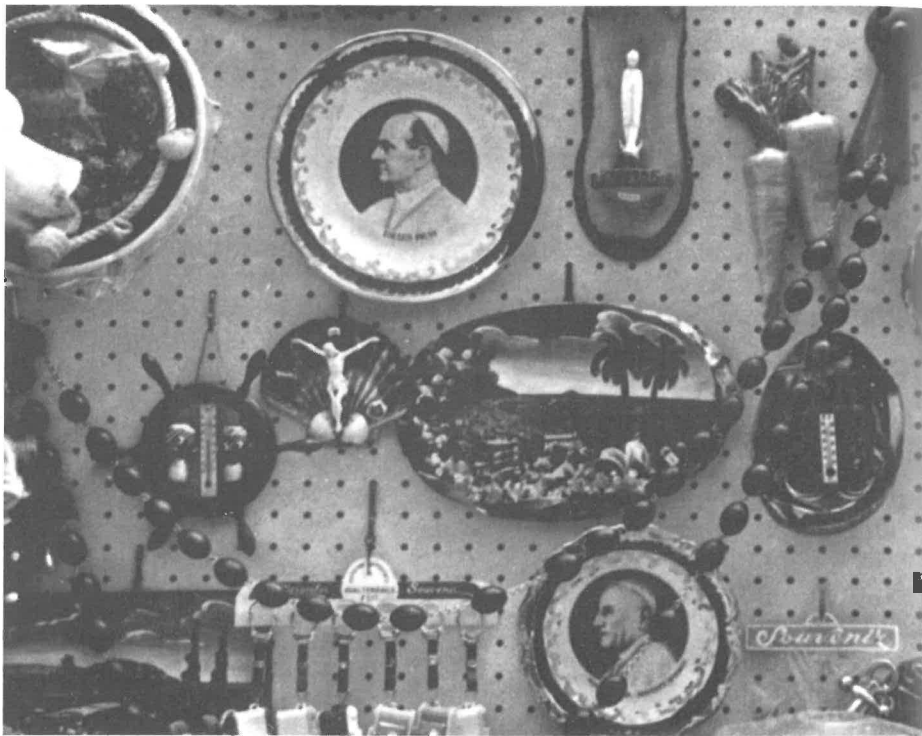
SCELTA DEL DICHIARANTE PER LA DESTINAZIONE DELL'OTTO PER MILLE DELL'IRPEF (in caso di scelta, FIRMARE in UNO degli spazi sottostanti)			
Stato <small>(a scopi sociali o umanitari)</small>	Chiesa cattolica <small>(a scopi religiosi o caritativi)</small>	Unione Chiese cristiane avventiste del 7° giorno <small>(a scopi sociali o umanitari)</small>	Assemblea di Dio in Italia <small>(a scopi sociali o umanitari)</small>

Da quest'anno, con la dichiarazione dei redditi, senza versare soldi in più, puoi decidere a chi affidare l'otto per mille del gettito complessivo Irpef per scopi sociali, umanitari, religiosi e caritativi. Basta una tua firma in uno degli spazi dell'apposito rigo che

troverai nei modelli 740, 101 e 201. Il rigo è riprodotto qui sopra, osservalo bene. Come vedi, tra le scelte possibili c'è anche la Chiesa cattolica italiana. Oltre che per fini religiosi e per favorire il massimo impegno dei sacerdoti verso il prossimo, la Chiesa catto-

lica italiana spende energie e mezzi per le famiglie, i bambini, le scuole, i giovani, gli anziani in difficoltà, i tossicodipendenti, gli emarginati, il terzo mondo. Ricordati di firmare. La tua dichiarazione dei redditi diventerà una dichiarazione di solidarietà.

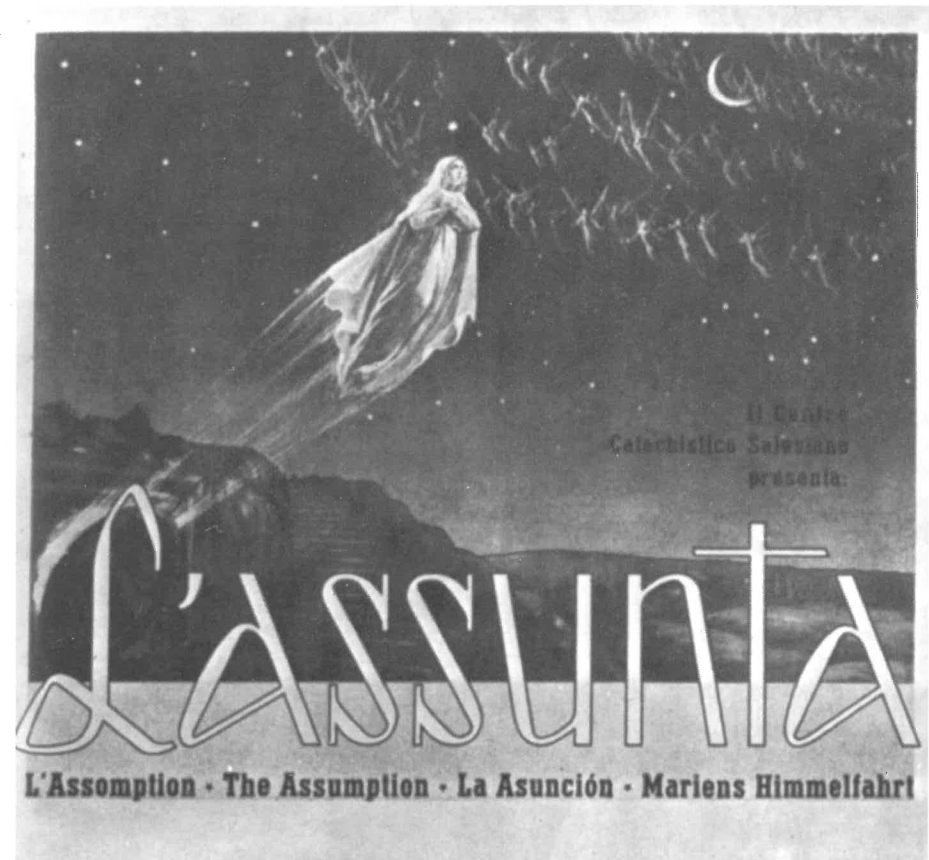
LA CHIESA CATTOLICA ITALIANA



110. U izlogu turističkih *kuriozita* jednak su prostor dobili Pape, raspela i male Bogorodice

«Krivnju» kršćanskog kiča ne možemo svaliti na pleća «malog čovjeka». Taj «mali čovjek» više ne postoji. Postao je dijelom većeg i šireg «potrošačkog društva». Uostalom, ni kič sličice iz našeg djetinjstva nisu nam dali neki nepismeni ljudi, nego vjeroučitelji na satu vjeronauka. A primjeri kiča u kojemu sudjeluju najveći crkveni autoriteti bezbrojni su. Kršćanski se kič ne temelji niti na formalnim obilježjima. S formalnog stajališta on je vrlo često maskiran stilističkim tradicijama, svećeničkim habitom, sakralnim ukrasnim predmetima i arhitektonskim stilovima preuzetim iz drugih kulturnih razdoblja. Drugi je problem koliko je kršćanski kič bio ukorijenjen u tim velikim razdobljima naše kulturne povijesti. Nazarenci, dakako, nisu bili prvi koji su ga otkrili.

Za religijski kič je tipično da je on nešto više od čistog pomanjkanja forme. U kič vazi s cvijećem postoji pomanjkanje forme, ali kič skulpturi Srca Isu-



111. Uznesenje Marijino na čak pet jezika, na slici Salezijanskog katehetskog centra, prikazano je poput rakete na putu u nebo prepuno anđela

sova nedostaje teološka vrijednost. Relativno je nebitno koju vrstu «umjetnosti» ostvaruju kršćani.

Karl Ledergerber istaknuo je da danas ne postoji crkvena umjetnost (*Kunst und Religion in der Verwandlung*, Verlag M. Du Mont Schauberg). A estetski izbor kršćana od drugorazredne je važnosti. Njihov kič bismo mogli dobroćudno trpjeti da taj kršćanski kič nije istodobno svjedočanstvo golemog gubitka teološke biti. Ako kič patetičnih Bogorodica i sladunjavih isuseka ne znači više začim zemlje, to je zbog teoloških, a ne estetskih razloga.

Tu problem postaje sve težim jer se može razriješiti samo imajući u vidu kategorije «vjernika» ili «nevjernika». Onoga tko ne vjeruje u kršćanstvo



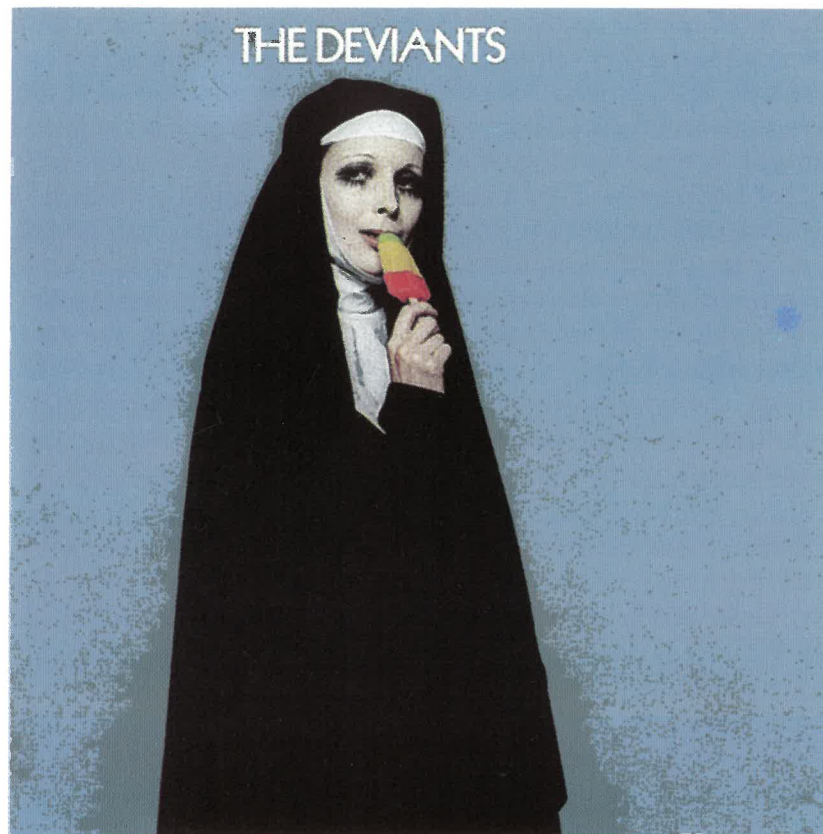
112. Suvenir iz Venecije: plastični Krist raspet na raznobojne školjke, vjerojatno bačene iz nekog restorana



113. Pepeljara, djelo prostačkoga ukusa, prodaje se kao suvenir pred bazilikom Svetog Antuna Padovanskog



114. Papa Ivan XXIII.



115. Omoti ploča uvijek su u tijeku događanja s izuzetno istančanom i aluzivnom ikonografijom, koju pravi «stručnjaci» smatraju najizazovnijom. Krajem šezdesetih godina počinju se javljati erotske aluzije u kojima se glamur, kič i seks stapaju na zadivljujući način, kao na ovom albumu «Deviantsa».

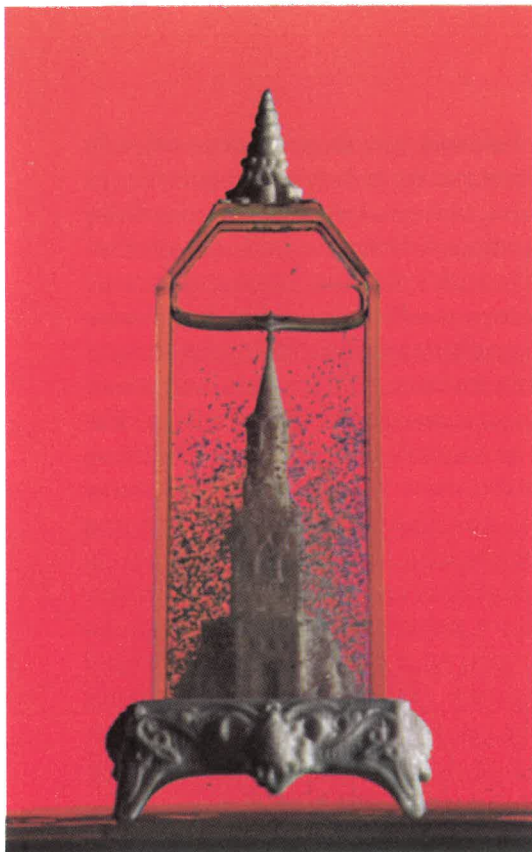
neće ni najmanje impresionirati «gubitak teološke biti» i neće primijetiti veliku razliku između onoga «prije» i «poslije», jer ni Gospu Fatimsku, ni mističnu spoznaju prvih kršćana ne prihvaća kao autentičnu stvarnost, niti smatra da su one utemeljene u stvarnosti. «Vjernici» će, naprotiv, (pritom mislim na katolike jer mogu prosuđivati samo stanje u katoličkoj crkvi i katolički kič) apsolutno isključiti mogućnost gubitka teološke biti. Govorit će o «napretku u procesu dogmatizacije» i neće moći ni zamisliti da je došlo do opadanja duhovnosti u današnjem katolicizmu. Rasprava je moguća, međutim, samo ako su «nevjernici» spremni prihvatiti «fenomenološku» metodu, odnosno, ako se «postojanje» kršćanskih fenomena «stavi u zagra-

de». Na ostalim područjima stvarnosti to se zaista više ne radi. Od Husserla nadalje, naš se realizam preobrazio. Danas nije nikakav problem prihvatiti da nešto postoji. Na polju vjere svakom ponaosob prepuštamo odluku o postojanju takvih fenomena. To je već napredak i o samim se fenomenima može govoriti objektivno. Vjernici otežavaju objektivnu raspravu. Još od Koncila u Trentu oni vježbaju raspravljajući na tu temu. Imat će privlačna i spremna objašnjenja i tumačenja i za Fatimu i za Lourdes i za Sveto Srce Isusovo. To će se tumačenje savršeno uklopiti u divovski katolički kozmos. Zašto onda svaka stvar ne bi imala svoje mjesto u tako univerzalnom viđenju stvari? Posve je drugo pitanje kolike gubitke uzrokuje takav postupak.

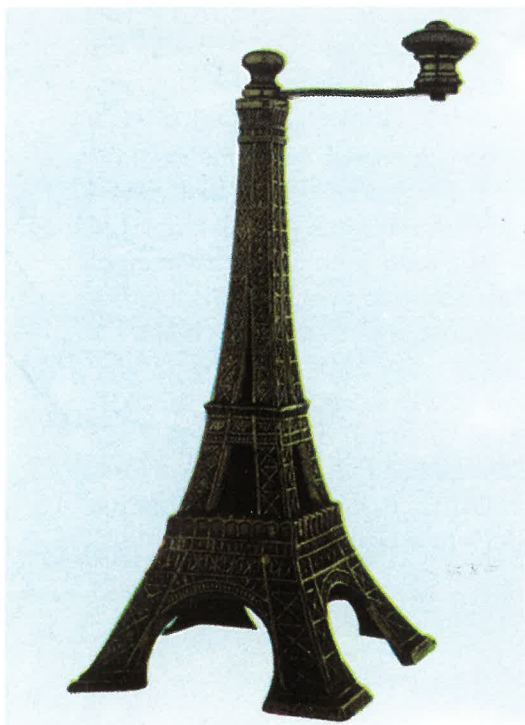
Katolicizam ne optužuje zbog hereze, to jest nikada ne odbacuje autentičnu teološku bit, nego je samo privremeno brižljivo skriva pod stolom (nije bitno što može biti riječ i o stoljećima), dok se na stolu često nađe mjesta za, psihički i moralno, lošu robu. Nema točnog povijesnog opisa toga procesa što bi nam bio vrlo koristan za razumijevanje sadašnje situacije. Danas se, ipak, mogu naći (u katoličkoj literaturi!) mnogobrojni kratki znanstveni osvrti o tom problemu. Mnogi su duboko svijesni onoga što se točno dogodilo. Vino «teološke senzacije», kako ga opisuje kršćanska vjera, pohranjeno je u dubokom podrumu, a gore, u našem svakodnevnom životu pijemo limunadu, bezukusnu limunadu, kiselu ili slatku. Gubitak teološke biti može se ustanoviti na primjeru otajstva svete pričesti, otajstva kruha i vina, tijela i krvi Isusove. Događaj je vrlo jasno pretvoren u «objekt». Krist ipak nije rekao: «Zadirkujte me», nego: «Jedite me!». Zbog toga su procesije Tijela Kristova danas teške i za katolika, jer ne svjedoče samo «protureformaciju», nego ponajprije očit gubitak «teološke biti».

U obimnoj teološkoj strukturi mogli bismo naći bezbrojne slične primjere. Posvuda su ontološko značenje i moćan metafizički element (potonji je samo slabšan izraz izmišljen da bi cjelokupna ideja bila razumljiva i nekršćanima, a valjalo bi reći: «zračni», «duhovni»), sveden na psihičko moralni element. Naoružane povorke u doba seobe naroda možda su to gledale na isti način. «Kršćanstvo» se pretvara u religiju (što je relativno nevažno). I nije uopće toliko važno koji su se teološki mostovi gradili prema novim vjerskim pojmovima i predodžbama i je li kršćanska izgradnja tih mostova bila regularna, nego je mnogo važnije iz kojih opredjeljenja nastaju ti pojmovi i predodžbe i na kojem planu, duhovnom, psihičkom, osjećajnom ili moralnom oni određuju današnje oblike kršćanske pobožnosti. «Sveto Srce Isusovo» još se može tumačiti na taj duhovni način, a tu nije samo bit-

no da tumačenje dođe do autentično kršćanskoga, nego i kakve osjećaje pobuđuje taj «religijski» pojam. Vjerojatno se ne bi bio toliko proširio (u međuvremenu se pojavio i kult Sveta Srca Marijina) da u njemu nije došlo do «odbacivanja» teške «metafizičke» prtljage kršćanstva. Naši današnji teološki pojmovi sve više gube težinu. Gubitak kršćanske suštine golem je. Isto vrijedi i za Marijinu posredničku ulogu u odnosu na posredničku ulogu Krista. I još jedno pitanje: što se dogodilo s jadnim «Duhom Svetim»? Po svojoj aktualnosti daleko je iza Svetog Antuna, iako je upravo on pravo Kristovo obećanje. Ali koga briga za njega u današnjem katoličanstvu? Fatima da, to je posve druga stvar. Neka me čitatelji nekršćani ispričaju zbog ovih teoloških primjedaba, koje su ionako dane vrlo sumarno, ali one su prijeko potrebne za vrednovanje kiča. Tek kada se misterij Kraljevstva Božjega gotovo isključivo sveo na problematiku Rajskih vrata, o čemu je raspravljao tkogod je stigao, «prve i zadnje stvari» mogle su postati dražesno kičastima. Danas kič čeka u zasjedi iza pobožnih riječi propovjednika (većina katolika ispašta posljedice liturgijskog pokreta koji je propovijed učinio redovitom praksom u katoličkoj crkvi, tako da je ona danas postala nedjeljnom pokorom za mnoge katolike, ne zato što bi župnik bio loš govornik, nego zato što je najčešće loš teolog). Kršćanski kič nije toliko prisutan u prikazivanju, u formalnom momentu, koliko u teologiji.



116.-120. Turistički suveniri kao fetiši prošlosti: mlinac za papar u obliku Eiffelova tornja; gondola sa zvonima i pokretljivom balerinom; Moskva (naravno pod snijegom), blještavi suvenir New Yorka; i konačno, kupačica i krajolik Portofina uronjeni u staklene kugle s lažnim snijegom, obveznim *medijem* turističkog suvenira, čak i onda kada je posve neprikladan.



TURIZAM I PRIRODA



121. Dvorac Vufflens u nevjerojatnom krajoliku *Swissminiatura* u Melideu (Lugano)

Kič i turizam: dvije riječi koje pristaju jedna uz drugu. Zašto turizam svaki spomenik, svaki krajolik, svaki predmet narodnog stvaralaštva odmah pretvara u kič? Zašto opisi drevnih putnika - iz predturističkog doba - čak i onda kada su bili približni, apsurdni i nesuvisli, ipak nisu bili kič?

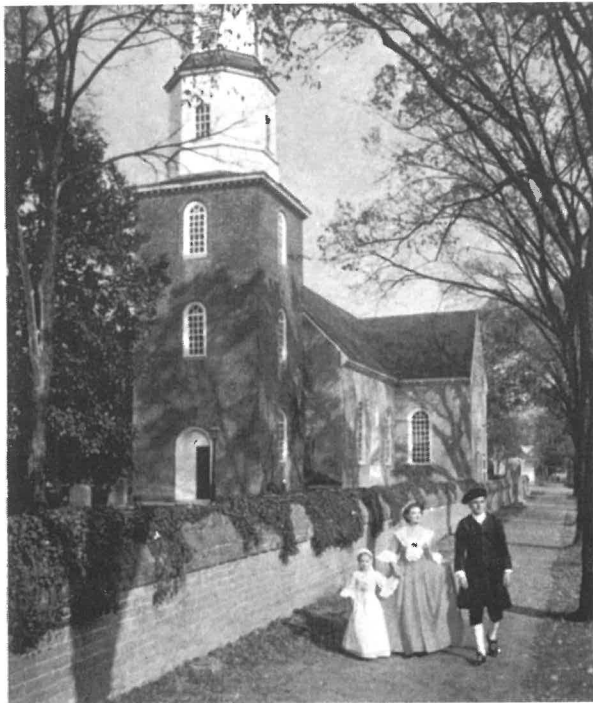
Možda je objašnjenje *verkitschunga* kojeg izaziva turizam povezano s krivotvorenjem svojstvenim tom fenomenu, jednom od najjedinstvenijih i najponižavajućijih u današnje doba.

Ljudi koji putuju u strane zemlje, znajući unaprijed da ne moraju poznavati jezik, jer ih organizator opskrbljuje prevoditeljima koji dovoljno dobro poznaju jezik toga kraja; ljudi koji obilaze zemlje sa željom da posjete samo

Slavna Mjesta; ljudi koji su već unaprijed izgradili svoje (posuđene) osjećaje, prijezir, sažaljenje, divljenje; ljudi koji svaki osjećaj, mit, legendu, folklor koji im se ponudi uzimaju *for granted*.

Turizam možemo smatrati jednim od najbučnijih aspekata obreda koji preobražava i mitizira svaki događaj s kojim pojedinac dođe u doticaj, kad je već jednom uvučen u mitogogički obred (cvjetni vijenci iz Honolulua, gondole na Kanalu Grande, Crvenokošci u Grand Canyonu, Škoti odjeveni u kiltove).

Moramo se zapitati kako Turist uopće može vjerovati da su Indijanci sa svojim uredno složenim i čistim perjanicama autentični? Kako se može za-



122. Williamsburg je još uvijek jedna od najplodnijih turističkih paradigmi kiča. Izvorni tekst uz ovu ilustraciju kaže: «Ni vjetrovito vrijeme ne može umanjiti povijesnu ljepotu Brenton Parish Churcha.» Osobito ako je oživljena prizorom obitelji odjevene u povijesne kostime.

varavati da je ono što sluša pjesma gondolijera ili napuljskog lađara? Kako ne može primijetiti da je slikar koji slika Sacre Coeur u Parizu sve prije nego «pravi moderni slikar», a da je svirač gajdi u škotskoj suknjici tek reklamni dodatak pejzažu?



123. Gradski krajolik često je određen potrebama turista, poput ove ulice u New Yorku

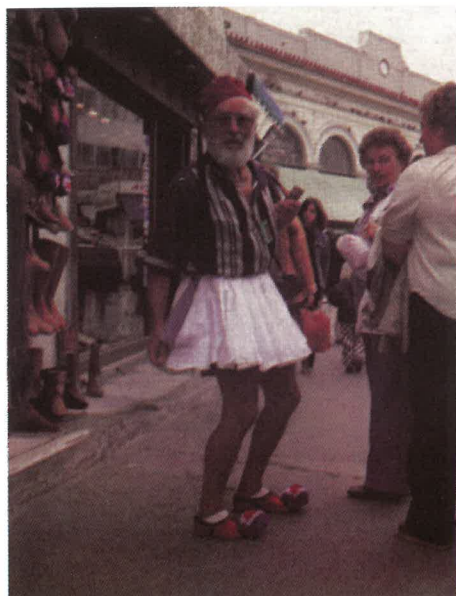
Dakako da se turizam nije baš posvuda proširio, nisu svi Navajosi lažni, ne pjevaju svi gondolijeri i ne nose svi Škoti danju i noću svoje kiltove. Ali valja istaknuti da turist - kada ili ako se namjeri na predmete, osobe ili autentične događaje - ima čarobnu moć da ih *ipso facto* pretvori u zamjenu za stvarnost. Odnos između turista i okoliša koji ga okružuje rijetko je prirodan. Svijetu kojeg doživljava kroz veo lažnosti, imitacije i obožavanog sentimentalizma, najčešće daje obilježja kiča.

(Eto zašto se možemo diviti čistoći linije škarma za vesla na gondoli, ako ga promatramo sama po sebi, dok samu gondolu s turistom u obilasku Venecije po cijeni u koju je «sve uključeno», ne možemo a da ne smatramo kičem). Možda je Boorstinovo objašnjenje turizma najuvjerljivije: turizam nije ništa drugo nego «pseudo-događaj», kao što su to i mnogi drugi koje nam danas prenose mas-mediji, novine, itd. Turist neprestano putuje kroz pseudo-događaje s iluzijom da se divi prirodi, dok se divi samo pseudoprirodi (pripitomljeni geiziri u parku Yellowstone; programirani slapovi Niagara; ledenjaci sa žičarom na Mont Blancu; Vezuv s unaprijed poznatim trenutkom erupcije; safari s pitomim zvijerima, itd.). I u tom je slučaju surrogat prava ključna točka procesa kičizacije.

Priroda također može biti ili, bolje rečeno, postati kičem.

To je pitanje riješeno kada se misli da je - kad se sve zbroji - mnogo toga što čovjek stvara, ili vjeruje da stvara «kopija» prirode.

Dvije su jasno definirane situacije u odnosu prema prirodi: kič-priroda i kič-čovjek nasuprot «normalnoj» prirodi. U drugom slučaju, kič uporaba prirode stvara prirodu koja je sve drugo osim prirode, a to se, kao što smo vidjeli, događa u svim okolnostima u kojima djeluje *Kitsch-mensch*, kič-čovjek. Taj tužni pojedinac ostaje takvim pred remek-djelom kao i pred



124. Turizam stvara neizbježne kič deformacije. Iz knjige o grčkom kiču (čija je naslovna strana objavljena u ovoj knjizi) posudili smo ovu sliku koja je već postala zajedničkim obilježjem svih mjesta mitskog turizma.

njegovom najgorom kopijom; Michelangelov David «živi» kao što bi živjela i njegova zadnja imitacija. Na sličan se način kič-čovjek ponaša pred najljepšim zalaskom sunca (pred kojim mu «suze naviru na oči») kao i pred najveličanstvenijim zaljevom (Napulj i Vezuv, Rio ili Hong Kong, itd.), štoviše najviše ga oduševljavaju prizori iz prirode, jer obara ga samo teški teret «pathosa», pa makar i lažnoga.

Postoji, međutim, i autentični *prirodni kič*, koji se javlja uvijek *kada priroda imitira samu sebe*, ili, bolje rečeno, uvijek kada ljudi otkriju najneautentičniji aspekt prirode. Takav je slučaj parka Yellowstone, slapova Nijagare, Postojnske jame, otoka St. Michel, pa čak i Caprija, Dolomita, itd. Litice Dolomita koje sunce čini «preružičastima», vode lagune koje puni mjesec

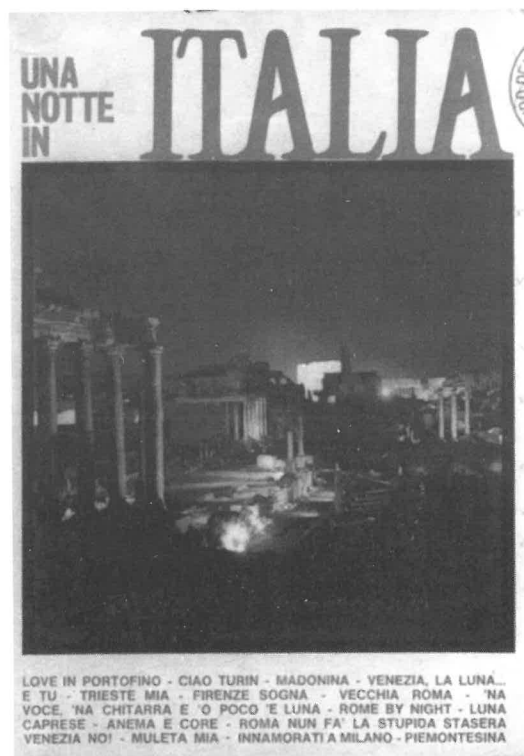


125.-126. Raj kiča: Disneyland



čini «presrebrnima», modro nebo nad Grčkom (ili Sicilijom) koje je «premodro» kada se gleda kroz bijeli luk nekog zida, posude prepune rascvalih begonija na podboju prozora kućice u Alpama...

Kao što se može vidjeti uvijek kada neki prirodni element izgleda kao da je umjetan, kao na primjer neko stijenje («koje nalikuje skulpturama Henryja



127. Italija sa svojim razvalinama i pjesmama, uvijek je jedan od najomiljenijih «turističkih rajeva». Na omotu ploče nabrojena su «opća mjesta» tradicionalne turističke rute.

Moorea»), neko suho korijenje (nalik apstraktnim slikama), neko uvijek živo cvijeće (tako da izgleda kao da je umjetno), neki «pejzaži» (koji izgledaju kao pravi), nadire kič kao rušitelj autentičnih vrijednosti, kao veliki kvaritelj naših najljubomornije čuvanih iskustava.

Profesor Ludwig Giesz, docent filozofije na Sveučilištu u Heidelbergu, za sigurno je najveći teoretičar kiča. Oglad *Phänomenologie des Kitsches* objavljen u Heidelbergu 1960., te ponovno kao reprint 1969. godine u izdanju Piper Verлага, ostaje temeljnim teoretskim tekstom o problemu kiča.

Zbog toga smo ga zamolili za suradnju s ovim ogleđom o kič-čovjeku, s osobitim naglaskom na turizmu i prirođi.

Ludwig Giesz

KIČ ČOVJEK KAO TURIST

Termin «Kitschmensch» (kič-čovjek) kojeg upotrebljava Hermann Broch, a koji posjeduje ne samo sociološki ili estetski, nego i kulturno-filozofski karakter, mnogi njegovi kritičari smatraju previše «općenitim», preuniverzalnim za konkretno korištenje u analizi kič predmeta. Ali neizmjerne je jednostavnije nabrojiti serijske proizvode s obilježjima lošeg ukusa, lišene svake umjetničke vrijednosti, dobronamjerno ili nemilosrdno kritizirajući njihove nedostatke! Postoji bezbroj albuma i antologija koji služe toj svrsi. Kritike se - pod pretpostavkom da se nećemo zadovoljiti duhovitim primjedbama - obično usredotočuju na «kič-predmet»: a) na *estetskom* se planu osobito nastoje suprotstaviti kič i umjetnost, sa sljedećim rezultatima: kič je loš ukus, kič je diletantizam lišen svake originalnosti ili je, pak, konvencionalan, prepun ponešto primitivnih, sladunjavih i površnih čari. Suvišno je navoditi naslove, budući da komentari svih tih zbirki tekstova dolaze do istog zaključka, a taj je da kič nije umjetnost.

Učeni povjesničari umjetnosti često dopunjavju tu vrstu dokumentacije komentarima koji su ponekad euforično-duhoviti, ponekad pedagoško-zajedljivi, ali (uvijek) «kulturno depresivni», poučnim informacijama o povijesti kiča: npr. o kiču u antičkom svijetu (helenističke minijature, srednjovjekovne zavjetne sličice itd.). Sve to pokazuje da je relativnost ukusa ti-



128. Vježbe australske Spasilačke službe uvijek završavaju paradom na plaži. Čete sa zastavama defiliraju kao na vojnom mimohodu.

129. Završni trenutak «krvave» predstave za turiste: isplata Indijanaca



130. Iako je češće riječ o folkloru nego o kiču, u ovom slučaju karneval nam nudi predstavu čije je obilježje nedvojbeno loš ukus



jekom stoljeća i kroz evoluciju kulturne sredine bila velika otežavajuća okolnost: kada i gdje počinje kič? Ovdje ćemo navesti dva ekstremna stajališta: kič je oduvijek postojao, ili: kič je nastao u drugoj polovici 19. stoljeća (uslijed popularizacije romantizma povezane s osamostaljenjem malograđanskog sloja društva). Tu se suočavamo s točkom b) *sociološkim* razmatranjem i sljedećim problemom: nije li kič možda obilježje svih civilizacija u kojima dominira masa, a koje su započele u antici s Aleksandrovim dobom i rimskim helenizmom i postoje sve do danas, do «jednodimenzionalnog» čovjeka sredine 20. stoljeća?

Kakvi odnosi postoje između industrijalizacije, kapitalizma i preobražaja pojedinca u potrošača s jedne strane, i *booma* kiča s druge strane? (Serijska proizvodnja *kitsching* artikala poprimila je neograničene mogućnosti; «pobuna masa» u stilu Ortega y Gasseta dovela je i do trijumfa kolektivnog ukusa; civilizacijske i kulturne elite izgubile su doticaj s publikom i nastao je nepopravljivi lom između modernih «izama» i vladajućeg ukusa publike; itd.). U tom kontekstu sociolozi nastoje istaknuti i novi problem (*circenses?*) korištenja slobodnog vremena masa (D. Riesman, «The Lonely Crowd») koji je, zbog racionalne organizacije rada i automatizacije postao znatno izražen. Time će se istaknuti i problem koji je u naslovu naših zapazanja: masovni turizam sa svojim zbnjujućim rekordnim ciframa (1966. sveukupno 128 milijuna turista; 1965. sveukupna zarada od 57,3 milijarde američkih dolara od turizma u svijetu! Usp. *Unesco Courier* 1966., br. 2). Ne znači li on možda nezaustavljivu eksploziju kiča planetarnih razmjera?

Brojke, statistike, dokumentacija - ukratko *the facts* - imaju nešto nepobitno i pomalo zastrašujuće, ali oni ne pomažu onome tko, potaknut dobrim staromodnim razlozima, želi pronaći «bit kiča»! Vratimo li se našem osnovnom problemu - «kič-čovjeku»- zbog postojanja tako preciznih brojki i tako brojne dokumentacije o kiču, s razlogom bi se moglo vjerovati da se svi slažu što je to fenomen kiča, ali uopće nije tako!

Što se tiče točke a) na *estetskom* planu, na primjer, nije točna tvrdnja da je kič svako «loše djelo, osobito u slikarstvu» (Friedrich Kluge, *Etimološki rječnik njemačkog jezika*, 1960.). Zapravo:

- 1) već je prije dosta vremena kič prešao granice čisto optičke sfere (npr. Schlager, Literatur itd.);
- 2) postoje mnoga «loša» djela koja uopće nisu *kitschig*, nego su jednostavno neuspjela, promašena;

3) proizvod poprima specifično kič obilježje samo karakterističnom prodornošću, koja nema ničeg zajedničkog s «tehničkom nedostatnošću».



131. Turist često «vidi» krajolik i sebe u krajoliku okom fotografskog aparata ili kamere

Nasuprot tome, postoji «kič asimilacija» umjetničkih djela, o kojoj se nažalost vodi vrlo malo računa, ali koju valja pripisati kič svijesti subjekta koji promatra ta djela. Postoji također ne manje zanimljiva pojava da veliki umjetnici «umjetnički integriraju» kič predmete (klasični primjer: ciklus *Die schöne Müllerin* Franza Schuberta, prema izvornom tekstu Wilhelma Mü-

llera, skladan oko 1820. s namjerom da se napravi kič parodija «narodnog» pjesništva u romantičarsko-biedermajer stilu! (Usp. npr. Ludwig Kutsche, *Franz Schubert*, str. 36 i dalje.). Dakako, zbog komoditeta možemo zanemariti te tri točke, ali u tom se slučaju izlažemo riziku da promašimo «cilj», odnosno da govorimo o naizgled uspostavljenoj «stvarnosti» (jer smo nabrojili djela i naveli brojke), ali time nismo fokusirali pravi «cilj» naše analize, nego njegov neodređeni surogat. b) Na *sociološkom* planu mogli bismo odgovoriti da nedvojbeno postoje važni fenomeni (npr. oni koji se odnose na klasnu kulturu, na industrijalizaciju, potrošačko društvo, način na koji mase koriste slobodno vrijeme, sredstva komunikacije, itd.). Ali granice takvog načina promatranja javljaju se upravo tamo gdje započinje naš problem: «problem biti». Zapravo, društveni uvjeti koji se nalaze u temeljima neke pojave ne mogu ništa reći o njezinoj biti, ili o njezinoj eventualnoj vrijednosti. Heinrich Heine jednom se našalio - koristeći vrlo prolicavu metodologiju - s vjerovanjem prema kojemu se prema jajetu može znati koja će se ptica iz njega izleći.

Konkretnije: postoji li nešto poput kiča za djecu? (i počevši od kojeg uzrasta?). Je li pravedno pripisivati kič svijest onome što definiramo kao «masu» koja još ne posjeduje umjetničku svijest? (i ako jest tako, počevši od kojeg stupnja?). Zar se poznavatelj, učeni i sentimentalni ljubitelj umjetničkih djela, zapravo ne napaja kičem - kao što se često događa - kada umjetnost svodi na izgovor za hedonistički užitek? Takva pitanja, a njihov bismo popis mogli proširiti sve do užitka, valja uzeti u ozbiljno razmatranje, jer omogućuju otkrivanje bitnih ograničenja svake vjerojatne «objektivne» metode koja, zapravo, zanemaruje problem bitka i koja svoje cjelokupno zanimanje usmjerava samom objektu.

Možda se počinje cijeniti superiornost neke, naizgled preopćenite, analitičke metode koja se bavi, na primjer, «kič-čovjekom», a ne sakuplja («na znanstvenoj razini») kič razglednice, jastuke i suvenire, niti se brine o njihovoj katalogizaciji? Naš se ukus - kao, uostalom, i autorov - može razlikovati od Brochova, ili možemo kritizirati mnoge postavke njegove filozofije vrijednosti, - ali moramo priznati prednosti Brochova «kič-čovjeka», iako bi to trebalo služiti jedino kao polazište za metodološku raspravu. «Challenge» za «kič-čovjeka» je ponajprije želja da pronade onu dimenziju iz koje proizlazi sud o kiču, a to je, točnije, ljudski život i iskustvo. Drugim riječima, bitna je analiza kič svijesti: ona konačno prosuđuje je li nešto kič ili nije.

Uzmemo li na primjer turista, kao što je već najavljeno u naslovu, to znači da namjeravamo pokazati koje specifične mogućnosti evocira ili provocira turistički život u «kič-čovjeku» (čitaj: «kič-svijesti», ili, što je manje sretno rješenje, «kič-klasi»). Podrazumijeva se da ovdje govorimo o «kič-čovjeku» u smislu specifične ljudske sklonosti da stvara kič ili da uživa u njemu. Namjerno smo govorili o «mogućnosti» «kič-čovjeka», jer turizam - koji uopće ne mari ni za kakve vrijednosti - može isto tako izazvati antikič reakcije: doticaj s drugim zemljama, na primjer, («egzotika») može se pretvoriti u tako neodoljivo snažno iskustvo da praktički neutralizira turistovu nesvesnu potrebu za kičem (koja se sastoji u hedonističkom uživanju u privatnosti, u nježnim osjećajima prema svome domu, u pokušaju da se svako iskustvo smjesti u ugodan kontekst koji će ga pretvoriti u nešto familijarno. Klasičan primjer neutralizacije kič opasnosti je prvo Goetheovo putovanje u Italiju, što je značilo pročišćenje sentimentalizma.)

Dobro je najprije utvrditi točnu razliku između modernog fenomena turizma s jedne strane, fenomena koji se temelji na jednom obliku korištenja slobodnog vremena, tipičnom za modernog čovjeka koji praznike provodi u inozemstvu, najčešće u društvu brojnih osoba «poput njega» i, s druge strane, putovanja u nekadašnja lječilišta (koja su se poduzimala radi zdravlja i zbog tjelesne slabosti), ili poučnih putovanja (studijskih putovanja s manje-više točno određenim ciljem i posebnim programom rada), ili pak pustolovnih putovanja pojedinačnih osoba (uživanje u kiču i pustolovina međusobno se isključuju. Samo estetska, odnosno književna posljedica pustolovine može biti kič: npr. Robinzon i bezbrojni Defoeovi epigoni u 18. stoljeću). Moderni turizam kao organizirani sustav kretanja masa ljudi, (organizirano je i slobodno vrijeme, kao i uvjeti putovanja i mogućnosti stjecanja novih iskustava u mjestu boravka...) izjednačava i kolektivizira psihološke uvjete putnika, sistematski ograničavajući onu mogućnost podlijevanja kič dojmovima o kojoj smo govorili. Ako proučimo reklamne publikacije u cijelom svijetu, odnosno «ponude novih iskustava», očito je da se one, obraćajući se turistu, obraćaju «kič-čovjeku». S fenomenološkog stajališta zanimljivo je primijetiti da propaganda uzima latentni odnos između sklonosti kiču i turizma kao sigurnu činjenicu. Tako ponude koje su općenito «ambijentalne», kao i one specifično materijalne zgotovljene u samom mjestu boravka, obraćaju se potrošačima kiča, vabeći ih često minimalnim materijalnim izdacima.

Sve su nas ove napomene dovele do našeg središnjeg problema: naše se glavno zanimanje ne sastoji toliko u iscrpnom nabranjanju različitih ponuda

kiča, koliko u razjašnjavanju konteksta koji «kič-čovjeka» i turizam čini bliskima. Iz te se bliskosti mogu lako izvesti različite privlačne kič mogućnosti, koje su u osnovi «vrlo homogene» (i na međunarodnom planu vrlo slične), i «rajski» ambijenti za provođenje odmora. Stoga je naše polazište antropološko, što znači da će naš prvi i glavni interes biti čovjek, jer je on nužna pretpostavka svega što je povezano s kičem...

I.

Najbolji dokaz bijede postojanja dobiva se promatranjem njezinih čudesa...

S. Kierkegaard

Analiziran s egzistencijalne točke gledišta, čovjek, kao moderni turist, samo je *jedna* osobito poučna i naočita komponenta onog *divertissementa*, da upotrijebim Pascalove riječi, koji tvori temeljni element našeg postojanja: dakle, bijeg iz stvarne *condition d'être*, čije je obilježje nepostojanost, koja se u svakodnevnom životu samo s naporom guši («odbacuje») u obliku tjeskobe, dosade, brige.

Najraniji prikazi raja (kao eshatološke projekcije ljudske sreće, prehistorijske ili posthistorijske) i sekularizacija «gorkih tjedana, vedrih svetkovina» (Goethe), *bez* ikakvih problematskih postavki (u vezi s postojanjem masa, s kičem, turizmom), integralni su dio *čovjekova osnovnog nemira*, koji se još od najdavnijih vremena artikulirao u obliku «izgona iz raja», «lutanja», «putovanja» (npr. putovanje morem, koje nalazimo još u sv. Augustina: *De beata vita*), «intermedijarne egzistencije» («između zvijeri i anđela»), «dvostruke prirode» itd. «Svijest» o nenormalnosti tegobna normalnog ljudskog položaja (rad «u znoju lica svoga», unatoč «jadu i nevolji», ostaje prokletstvom, kao i «bolni» porođaj - nužan za očuvanje ljudskog roda!), koja je u početku bila shvaćena u vjerskom smislu, i danas ima svoje mjesto («proleter», prema koncepciji najkrućih marksista, još se nisu oslobodili emocionalne aure njihova stanja «izmučenih i potlačenih») u namjerno ateističkim socijalističkim utopijama, («besklasnom društvu!»). «Vječni grad» (Civitas Dei), vječni mir, otkupljenje - sve prastare projekcije «principa nade» (Bloch) - povezane su sa «sviješću» o prolaznosti našeg *condition humaine*.

Ovakva razmišljanja, unatoč njihovoj banalnosti, nisu suvišna za našu temu: kič-čovjek kao turist. Zapravo, i E. Bloch i H. Broch slažu se da čovjeka velike težnje i velike nade, kada izgube svoju draž beskrajna zbog nep-

romišljena pokušaja da ih se ostvari, u svojoj iluzornoj konkretnosti (kao da «ih već posjedujemo», usp. Pavlovu poslanicu Filipljanima, 3, 12 i dalje) završavaju čovjekovim zavaravanjem o samome sebi i o životu. «U tom trenutku naglo se prekinu beskonačna etička čežnja, a beskrajna etička potreba degradirana je na recept.»

Socijalisti - dogmati, vjerski fanatici, «pobožni» praznovjerni fetišisti (takvi su bili već i križari - ali i turistički rajevi, najizrabljivanije opće mjesto u međunarodnoj propagandi!) smatraju se srodnim pojavama s antropološkog stajališta. I ne treba nas čuditi da i estetske objektivizacije (točnije, kič) tog «blokiranog» zavođenja beskonačnosti međusobno nalikuju. Voda iz rijeke Jordan koju su križari donosili u domovinu, bitno se ne razlikuje od berlinske *Spreewasser* (da ne spominjemo konzerve «Berlinskog zraka»!).

Geslo plenarnog zasjedanja OUN-a od 4.11.1966. - koje se održalo na zahtjev «Međunarodnog saveza nacionalnih turističkih organizacija» - vrlo je jasan: *Tourisme, passeport pour la paix!* Tome se posvjetovljenomu hilijazmu OUN-a u Rimu (travanj 1967. - *Kongres o duhovnim vrijednostima turizma*) pridružio čak i predstavnik Vatikana! («Turizam će biti snažan poticaj teološkom napretku»).

Samo ćemo primijetiti da se Pascalov augustinski jansenizam i Vatikan stoljećima nisu slagali. Ipak *divertissement* (kojemu u sv. Augustina ponajprije odgovara *concupiscentia oculorum*, usp. *Confessiones*, X, xxx i dalje) koji za Pascala znači bijeg iz vlastitog središta, a na njegovu tragu, za Kierkegaarda, «estetsku fazu». U Heideggerovoj filozofiji to je stanje «neautentičnosti», dok se nama čini da se sve to odnosi na isti temeljni fenomen ljudske egzistencije kojeg na jednak način tumači Freud u svojoj takozvanoj «teoriji umjetnosti» (ali on, zapravo, daje vrlo preciznu analizu upravo kiča!): «Umjetnik je izvorno čovjek koji se *odalečuje od istinske stvarnosti* jer se *ne uspijeva* odreći zadovoljavanja osjetilnih poticaja u najprimitivnijem obliku, te u skladu s tim daje oduška erotskim podražajima i ambicijama u *svijetu mašte*. On ipak uspijeva pronaći put koji ga iz tog svijeta *vraća u svijet konkretne stvarnosti*. Zahvaljujući svom osebnom stavu, on stvara *jednu vrstu stvarnosti* za te svoje maštarije kojima ljudi pripisuju vrijednost ukoliko ih smatraju dragocjenim odrazima stvarnog života. Na taj način, krećući se posve osobitim putem, on postaje junak, kralj, stvoritelj, miljenik, što je toliko žarko želio, a da ne mora slijediti sve hirove koje bi donijelo *ostvarenje istinskih promjena vanjskog svijeta*» (Freud, Ges. Schriften, IV, 19). Upravo te «maštovite» iluzije o samom sebi i svome svijetu, os-

Novni su element «kič-čovjeka» i njegova *divertissementa*! Moramo priznati da postoje određene granice, jer svi kič-ljudi nisu ujedno i tvorci kiča. Ali najvažnija je činjenica da «kič-čovjek» - između ostaloga i kao turist - mijenja samoga sebe i svijet svojih iskustava pomoću osobitih iluzija, koje se hrane objektivnim uživanjem kiča.

Poznato je da primjeri *divertissementa* koje navodi Pascal obuhvaćaju sve vrste artificijelnih i disperzivnih emocija (*passions artificielles*) naše *imaginacije*, a tako i emocije povezane s osobitom organizacijom igre (hazardne igre), lova (uključujući lov na zečeve u kojem nitko osobito ne uživa), kao i emocije koje se odnose na «ulogu», koju svatko od nas, vrlo ozbiljno igra u životu.

Kakve veze sve to ima s turizmom? «Otkrio sam da sve čovjekove nesreće proizlaze iz jednog jedinog izvora, odnosno iz činjenice da je on *nesposoban da ostane miran u svojoj sobi*» (*Pensées*, 139). A kraljevska sreća sastoji se u činjenici da su «okruženi osobama čija je jedina briga kako se zabaviti, da ne bi razmišljali o sebi» (*op. cit.*). Isto vrijedi za ulogu koju svatko preuzima «u životu»: «Naravno, svi misle da su krovopokrivači ili tko zna što drugo, ali to se ne događa kada su sami u svojoj sobi. Potraga za mirom i dugotrajnom srećom samo je prividna. U traganju za mirom valja prijeći prepreke, ali kada se one prijeđu, mir postaje nepodnošljivom kaznom zbog dosade koju sobom donosi. Treba se osloboditi i krenuti u potragu za strkom. Čak i kada netko misli da je dovoljno siguran na svim frontovima, jednoličnost života (*l'ennui*) nezaustavljivo proviruje iz najdubljih zakutaka duše» (*Pensées*, 138).

Ako na tim antropološkim temeljima nastojimo izbližega opisati kič-čovjeka kao turista, odmah uočavamo da su «čari turizma» kao i turističkog kiča paradigma *divertissementa*. Ne želimo se pridružiti igri *quid pro quo* koja je u tijeku, uzevši u obzir «objektivne» činioce - kao što je postojanje masa - kao uzroka i razloga, i kiča kao posljedice.

Sintagma «postojanje masa», zapravo kvalitativno predstavlja bijeg u *divertissement* (npr. govori se da postoje ljudi koji, u masi, stvaraju i razvijaju neku vrstu osjećaja individualne - «asocijalne» - izolacije!). «Masa», «primitivnost», «infantilizam» - sve su to termini koji sami po sebi znače prešućivanje problema kiča, uporno pokušavajući otrgnuti ga iz njegova pravog korijena: čovjeka.

Ne bismo li se trebali zamisliti nad činjenicom da Pascal dokazuje svoju tezu o *divertissementu* najčešće na račun kraljeva, dvorjana, vojskovođa i svih drugih vrsta *hônets hommes*? (Mnogo rjeđe govori o krovopokrivači-

ma i vojnicima). Počinjemo tako shvaćati zašto Ortega y Gasset želi vidjeti «masu» revaloriziranu kao antropološku kategoriju.

II.

Obratimo sada našu pozornost na, da tako kažemo, paradigmatički način, dvjema omiljenim pojavama čiju strukturu - *pars pro toto* - valja prikazati u kratkim crtama.

Govorit ćemo o *suvenirima* i *razvalinama*. «Pozitivistički» pokazatelj učestalosti tih dviju pojava nebitan je. Ali naša metoda za svoje polazište uzima iskustvo kiča, a ne kič predmete.

Već smo naznačili temeljne preliminarne uvjete: čovjekova žudnja za srećom, njegov bijeg u rasonodu, što međutim - a to je od presudne važnosti - ne znači ni pravu (stoga i pustolovnu) potragu za nepoznatim («egzotičnim») elementima, niti pravu, statičnu mirnoću (usp. Pascal, *op. cit.*). U slučaju turističkog *divertissementa* riječ je prije o ugodnoj «pseudopustolovini». (Ne smijemo zaboraviti da je pogled na planine ili more, a već se nalazimo u 18. stoljeću, izazivao osjećaj «užasa» - usp. Kant. Na primjer: putnici koji su prelazili Mont Blanc preko prozora su spuštali zastore da se ne bi izložili «zastrašujućem» pogledu na Alpe. Hallerova pjesma naslovljena «Alpe» uistinu je značila otkriće, isto kao što je u davna vremena Vergilije prvi otkrio «Arkadiju» - usp. Bruno Snell, *Die Entdeckung des Geistes*, str. 371 i dalje).

Ugodan položaj turista na pola je puta između dosade i pravog angažmana, između iskustva apsolutno nepoznatoga i pretjerano familijarnoga, između nehaja i aktivnog sudjelovanja. Stoga se takozvana «nevjerodostojnost» kiča ne traži samo u «idealizirajućem» zanosu ili u neprirodnom retušu prikazane stvarnosti - kao što se često vjeruje; to su sporedne pojave, koje se uostalom mogu naći i u umjetničkom djelu, a da ne utječu na njegovu vrijednost. Riječ je prije o onom pseudopustolovnom *ma non troppo* karakteru kič psihologije.

a) Uzmimo na primjer suvenir, taj fetiš prošlosti. «U pravilu» naš je osjećaj za vrijeme manje ili više svijesno usmjeren na sadašnjost u kojoj smo prisiljeni živjeti, raditi i u kojoj stalno moramo biti na oprezu, jer nas još nepoznata budućnost drži u pokretu. Jedina vremenska dimenzija koja nepomična i smirena leži «iza naših leđa» jest prošlost. Kao uspomena, sjećanje, zaključeno postojanje, čak je, na izvjestan način, nadmoćna neumitnom protoku vremena. Prošlost, na primjer, zahvaljujući svojoj pomirljivosti, ima izvanredan subjektivni odjek kada se promatra s emocionalnog stajališta: ona posjeduje neku vrstu sklada, patine, osobitu auru (*Tempi passati!*, *Aetas aurea*). Zbog toga Goethe spaja u vrlo sretan estetski odnos prošlost kao takvu i romantizam: «Takozvani romantični element nekog pejzaža nalazi se u osjećaju sublimnoga sadržanom u ostacima prošlosti, ili, što je isto, u osjećaju osamljenosti, odsutnosti, rastanka.» Ovdje Goethe, dakako, uopće ne misli na kič, niti na kič suvenire. Ipak, to kič koketiranje sa stvarima iz prošlosti, kao da je riječ o pseudovječnosti i čovjekova nemogućnost da razlikuje prošlost i pojedina subjektivna iskustva s jedne strane i «osobni» osjećaj, s druge, temelje se na spomenutim zapažanjima. Prošlost je zatvorena u jezgri suvenira kao predmeta - kao što je u školjki zarobljena tutnjava čitavog oceana. Zbog toga smo govorili o «fetišu uspomene», koji može biti i umjetnički vrijedan (npr. povijesni spomenici, muzeji): on će ipak u kič čovjeku izazvati izopačen kič osjećaj za vrijeme. To je lako razumljivo s fenomenološkog stajališta: ako moje osobno sjećanje okruženo sugestivnom aurom prošlosti već unaprijed lebdi između moje sadašnjosti (s njezinom akutnom stvarnošću) i moje «egzotične» prošlosti, suvenir pojednostavnjuje tu ugodnu dvoznačnost, zahvaljujući svojoj tvarnosti. «Egzotizam» u prostoru i onaj u vremenu sjajno se spajaju u suveniru, zahvaljujući njegovu obilježju «mini-spomenika»! Osobitu pozornost valja obratiti na emocionalnu «montažu» dvaju oblika egzotičnoga: egzotičnog u prostoru («daljina», «nepoznato») i u vremenu (prošlost koja, s emocionalne točke gledišta, također podrazumijeva «nepoznatu daljinu»). Možda ćemo sada shvatiti ovaj privlačni paradoks: («objektivno») kič bodež kojeg pustolov donosi u domovinu kao uspomenu na bojeve koje je vodio u nekoj nepoznatoj zemlji, «manje je kič» od («objektivno») vrijednog suvenira kojeg je kupio sentimentalni turist! Nema umjetničkog djela koje se može oduprijeti kič asimilaciji samo snagom svojih objektivnih estetskih kvaliteta! Zapravo, procesom koji može biti i logičan, mnogobrojni suveniri, a možda baš oni najkičastiji, reprodukcije su umjetničkih djela iz zemlje koju

smo posjetili. S antropološkog stajališta uopće nije bitno je li reprodukcija vrijedna, jer je njezino kič obilježje određeno mjestom koje suvenir zauzima na ljestvici sentimentalnih vrijednosti, koju je odredila osoba koja povremeno uživa u njemu.

Nakon ovih kratkih napomena čija je funkcija bila da pokažu «osnovne uvjete za postojanje» kiča, pristupit ćemo, da tako kažemo, određivanju ljestvice *Kitschigkeit*. Za razliku od pustolova koji upravo traži opasnost i čudne stvari, turist pokazuje osobitu sklonost za kič dojmove i doživlja zato što bi sa stranom zemljom želio postupiti jednako «kao» i sa svojim uspomenu: njegova su očekivanja unaprijed uobličena prema manje-više preciznim stereotipima, jer on uopće ne traži nešto «posve nepoznato». Njegovo psihološko stanje prije se može usporediti s njegovom kamp-prikolicom ili opremom za kampiranje u kojima ne nedostaje zaliha donesenih od kuće. Njegova *Récherche du temps perdu*, obično je već od početka *trouvé*, njegovi suputnici jamstvo su da će za stolom biti okružen sunarodnjacima, «atrakcije» mu je već opisala turistička agencija, tako da prilično točno zna kamo valja usmjeriti objektiv svojeg fotoaparata.

U očima kič-čovjeka privlačnost turizma upravo je u tom procesu familijariziranja egzotičnoga - analogno privatnosti kič užitka u umjetnosti (vidi moju *Phänomenologie des Kitsches*, 1960.) - ili u procesu «egzotizacije familijarnog»: ta su dva procesa jednako vrijedna i najčešće se odvijaju paralelno. Turist želi da ga se snimi u pozici toreadora, a Akropola mu se čini pogodnom pozadinom za fotografiranje. Tu se mogu uplesti i kategorije takozvane «znanosti o okolišu» (ekologije), sa svojom distinkcijom «Merkwelt»-«Wirkwelt», ili «Merkling»-«Wirkling» - posuđenom iz promatranja životinjskog svijeta.

Jakob von Uexküll, otac proučavanja okoliša, na sljedeći način demonstrira svoju teoriju: «Dok sam se na atenskoj Akropoli usredotočio na predivan kontrast boje stupova Partenona, koje je pozlatio protok stoljeća, naspram vječito plavog neba nad Atikom, prišla su mi dvojica Berlinčana: jedan, proizvođač naramenica, drugi, vezica za cipele. Promatrajući stupove Atenina hrama, prvi se rasplakao neprestano ponavljajući: »Prelijepo je". Drugi je, naprotiv, zamaknuo za neki stup da bi kemijskom olovkom napisao svoje beznačajno ime na mramor posvećen boginji. Tvorničar naramenica bio je izraziti Merklingski tip (promatrač), dok je proizvođač vezica za cipele bio tipični Wirkling (djelatnik).

Ta bi se Uexküllova tipologija lako mogla prilagoditi našoj temi, kada se dva spomenuta tipa ne bi obično javljala u istoj osobi.

b) Došli smo tako do drugog primjera: razvalina. Ni u tom nam slučaju ne treba pozitivističko opravdanje motiva koji nas je naveo da izaberemo taj problem. Kao minijature ili reprodukcije, i one su suvenir. Ono što smo rekli o povijesnoj «egzotici» još se više može primijeniti na razvaline.

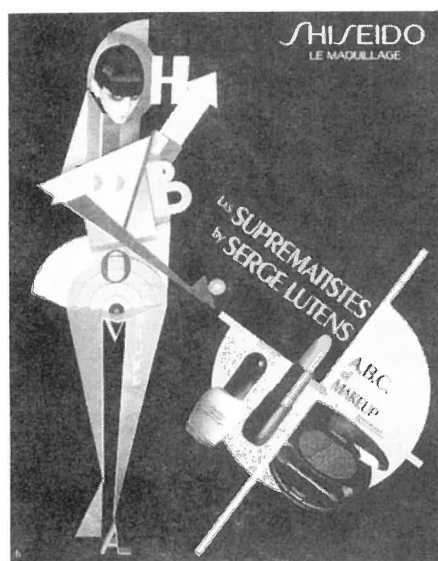
Kao polazna točka poslužiti će nam jedna autobiografska anegdota: 1945. godine, odmah nakon kapitulacije Njemačke, neki vojnici američke okupacijske vojske, koji su marljivo fotografirali heidelberški dvorac, pitali su me o povijesti tog svetišta u koje su hodočastili svi kič-ljudi, a ja sam iz čistog fenomenološkog hira odgovorio: «It was destroyed by american bombs» (Razorile su ga američke bombe). Njihova reakcija bila je vrlo rječita. Želim samo dati kratku teoretsku primjedbu: psihološki šok - dakako, bila je riječ samo o estetskom, a ne o etičkom problemu - bio je izvanredan: u njihovim očima «razvalina» više nije bila «lijepa», dapače, oni su (pokazujući realističnu svijest o sadašnjosti) žalili zbog nedavnog uništenja tako značajne građevine. To je značilo *metanoiu*, koja podsjeća na puritansko lamentiranje sv. Augustina zbog toga što je grješno oplakivao Didoninu smrt, dok je bez suza prihvatio žalosnu stvarnost! (Conf.; I, XIII.).

Günther Anders, uvaženi kritičar kulture i običaja, ukazao je da - suprotno ustaljenom vjerovanju - romantizam nije prvi probudio kult «ljepote razvalina». Naprotiv, dogodila se sljedeća «inverzija»: renesansa je (osobito prva generacija) slavila antički torzo «ne zato, nego usprkos tome što je torzo». Otkrivena je ljepota, ali «nažalost» (!) samo kao razvalina. Druga je generacija, međutim, «preokrenula» «razvaline ljepote» u «ljepotu razvalina». Odatle do «industrijske proizvodnje razvalina» bio je samo jedan put: danas razvaline, poput vrtnih patuljaka, razmještamo po krajoliku ne bismo li ga «uljepšali»!

Sada vidimo kako Augustinova jadikovka zbog uživanja u «tragičnim objektima» ima znatan odjek kod G. Andersa, koji, još od Hiroshime, više ne može štovati nikakve razvaline. (G. Anders, *Tekst na zidu*, str. 214 i dalje).

Upravo taj fenomen inverzije, koji je nekad bio ograničen na umjetnost (njegov posljednji krik je Disneyland) pokazuje izrazitu «srodnost» s kičem. Anakronizmu inverzije savršeno odgovara *second-hand* entuzijazam kič-čovjeka, njegova prekomjerna spremnost da pristane na izvođenje male estetske dosjetke o stvarnoj prolaznosti čovjeka, koje je savršeno svjes-

tan u svakodnevnom životu: riječ je samo o dva ili tri tjedna! U zamjenu za svoj novac može polagati pravo na obilnu porciju kvazi-vječnosti! I u toj anakronističkoj igri *quid pro quo* (nazočnoj i u umjetnosti) sa stvarnim vremenskim ograničenjima lako možemo otkriti onu sklonost familijarizaciji, tipičnu za kič-čovjeka.



MASCHIO O FEMMINA? E SE FOSSE SIEROPositivo?

Per favore, non confondere la prudenza con il pessimismo. Se stai pensando di avere un bambino domandati se sei sempre stata prudente. L'AIDS si trasmette attraverso rapporti sessuali con persone infette. Se hai un minimo dubbio al riguardo, per favore, fai il test sulle sieropositività. È un'attenzione che devi al tuo bambino ed è il modo più sicuro di affrontare la gravidanza ed il parto. La prudenza e la prevenzione sono, da sempre, le armi più efficaci per proteggere la salute. Chiedi informazioni al tuo medico o ad una unità di servizi sanitari. NON AVER PAURA DI SALVARTI LA VITA.


COMMISSIONE NAZIONALE PER LA LOTTA CONTRO L'AIDS
Ministero della Sanità



132.-135. Korištenje umjetničkog djela u reklamne svrhe, često završava kao kič: od reklame za kišne ogrtače iz tridesetih godina, nadahnute De Chiricom, koji je šezdeset godina kasnije inspirirao i sestre Fendi, do «rekonstruiranog» konstruktivizma, da bismo najzad došli do dramatične uporabe Klimtova djela u kampanji protiv AIDS-a.

REKLAME

Reklamiranje je - osobito u svojim vizualnim aspektima - jedno od najučinkovitijih sredstava komunikacije našega vremena: ono je možda, na stanoovit način, revolucioniralo odnos između svijeta slika i svijeta stvarnosti. Očito je, dakle, da upravo to sredstvo može biti - i zapravo jest - jedan od kanala kojim se širokoj publici može djelotvornije prenijeti poruka «dobrog ukusa» ili «lošeg ukusa». Upravo je to jedna od najvećih prednosti i ujedno, jedna od najvećih opasnosti reklame: serijskim reproduciranjem plakata, panoa, letaka, trodimenzionalnih modela, itd. Dnevnim i periodičnim tiskom i, konačno, reklamnim filmovima namijenjenim prikazivanju u kinima i na televiziji, može se potvrditi da su gotovo svi slojevi publike, gotove sve starosne skupine i staleži, pogodeni slikama koje su, upravo s tom namjerom, napravili tehničari i umjetnici uključeni u tu široku i raznoliku djelatnost.

Nema nikakve sumnje da je etičko-estetska «odgovornost» koja pritišće današnju reklamnu industriju golema, jer ona u svojim rukama, gotovo ekskluzivno, drži pravo oružje koje može voditi i usmjeriti ukus običnog čovjeka koji je temeljem našega društva.

Od kakve je koristi to što su poneka avangardna galerija, neki ilustrirani časopis namijenjen malobrojnoj međunarodnoj eliti, posvećeni remek-djelima moderne umjetnosti, ako su ta remek-djela osuđena da ostanu mrtvo slovo, jer su isključena iz masovnih sredstava komunikacije? Ipak, upravo

136.-137. (na sljedećim stranicama) Često se povijesnim ili književnim likovima želi privući pozornost i pridati reklamiranom proizvodu značenje neke vrste statusnog simbola. Julija u reklami za grudnjake i porculanska skulpturica Beatrice, popraćena Danteovim stihovima, kao reklama za proizvod tradicionalnog kiča na kič način.



naturale
una Giulietta
in Europerla
ha sempre
un Romeo
ai suoi piedi



Reggiseno BEATRICE in
pizzo francese, con cop-
pe leggermente imbottite
L. 2.800

NELLA, la fascetta rin-
forzata che lascia la mas-
sima libertà di movimento
L. 5.800



Wiss
Jewelers Since 1848

"Seeing her face that is so fair to see . . .
love sheds such perfect sweetness over me." Dante's Beatrice:
a limited edition sculptured in porcelain by Cybis, 12 inches high \$275.



se u tome krije jedan od specifičnih aspekata današnjeg povijesnog trenutka. Neke od tih grafičkih formula, tih kombinacija boja, koje su sve do jučer bile isključiva baština kulturnih elita, danas se, i više nego što mislimo, «infiltriraju» i u vizualnu poruku upućenu masama, tako da će običan čovjek vrlo često biti u doticaju s djelima moderne umjetnosti - ili barem s nekim predloškom proizašlim iz nje - upravo preko reklamnog panoa, filmskog plakata, televizijskog spektakla.

Ovdje se ne mogu zadržati na još jednom šakaljivom problemu ukusa vremena: modi, osobito ženskoj. Ipak je izvjesno da su, barem djelomično, neke kombinacije boja, neke kompozicijske sheme, kojima se nadahnjivala moda posljednjih pedeset godina, inspirirane - bez znanja samih kreatora te mode - istodobnim, ili nešto ranijim, otkrićima elitne umjetnosti.

Tako su jedan Mondrian, jedan Picasso, jedan Miró, jedan Capogrossi, malo pomalo završili na ženskoj odjeći, u njezinim bojama, uzorcima na šalovima i onima otisnutim na tkaninama, navikavajuću publiku na posve nov način shvaćanja i korištenja kromatskog i plastičkog sklada. Nažalost, ta modernizacija ukusa, koja se ostvarila na razini visoke mode (ili čak i kod prêt-à-porter odjeće), nije mogla dovesti do analogne i sinkrone modernizacije ukusa publike za djela moderne likovne umjetnosti. Kao što vidimo, ta je pojava analogna pojavi na koju smo se žalili u marketingu. Uostalom, naše današnje razmatranje odnosi se samo na loše aspekte reklamiranja, samo na ono što *ne* bi valjalo koristiti, a što se nažalost, najčešće rabi u velikim količinama.

Ovdje se, dakle, neću baviti pozitivnim primjerima vizualnog reklamiranja, onim primjerima koji imaju važnu ulogu u odgajanju ukusa šire populacije, nego ću se ograničiti na razmatranje njegova lošeg aspekta, onoga koji pronosi najgore klice lošeg ukusa.

Kako i gdje se kič nakalemljuje na reklamu? Eto prvog pitanja na koje valja odgovoriti. Možemo razmotriti dvije mogućnosti:

1) uporabu kič materijala u stvaranju reklamne poruke, ili u načinu njezina predstavljanja;

2) uporabu materijala koji nije izričiti kič ili koji je čak prihvatljiv sa stajališta grafičko-slikarskog «ukusa», ali se koristi za reklamiranje predmeta i aspekata koji se mogu smatrati kičem.

Očito je da ovdje mislim na sredinu u kojoj djeluje i kojoj naginje kič-čovjek; sredinu u kojoj se traže i potiču oni osjećaji, one etičke težnje, oni društveni stavovi koji su urođeni kič mentalitetu.

A refreshing new idea for your bathroom!



Every house should have our self-ventilating toilet. Without it, even a brand-new bathroom is already out of date. With it, any bathroom stays fresh, always. How? It's almost embarrassingly simple. The factory-installed ventilator works on water pressure alone. (No extra connections.) Turns the toilet bowl into sort of a vacuum cleaner that sucks away unpleasant air before it ever has a chance to get out into the room. The remarkable Compact Vent-Away™ costs less than \$175.* Installs in about an hour. Comes in a bouquet of colors. If all your present toilet does is flush—call a plumber, smack!

138. Asocijativna veza između kite cvijeća i svježine zraka u ovom je slučaju ponešto groteskna



139. Ova lijepa divovska žena u stilu pedesetih godina promatra nas prodornim pogledom

Imat ćemo, stoga, širok raspon figuralnih elemenata, prožetih lošim ukusom najgore vrste, koji se uklapaju u različita područja koja smo malo pomalo analizirali: u pokućstvo, unutarne uređenje, arhitekturu, vjeru, obitelj, itd. Elementi koji rabe odavno zastarjele figuralne uzorke, starinske tehnike, i čiji su uzori stilske sheme iz 19. stoljeća, ili one lažno «moderne», itd. S druge ćemo, pak, strane imati drugo područje koje će se služiti tehnički i stilistički prikladnim sredstvima, a to će činiti - pa makar i rafiniranom vještinom - nastojeći prokrijumčariti one aspekte za koje smo već više puta rekli da su kič, upravo zato što sadrže neke od «konstanti» takvog «načina postojanja»: zamjenu pravih osjećaja lažnima, iskorištavanje zastarjelih društvenih klišeja, zloupotrebu domoljubnih, vjerskih, mističkih tema, izvan njihova pravog konteksta itd.

Primjera jedne ili druge vrste ne nedostaje, dapače, slijede nas bez predaha; zure u nas sa zidova kuća, sa željezničkih vagona, iz predigre u kinima, u televizijskim predasima, itd.

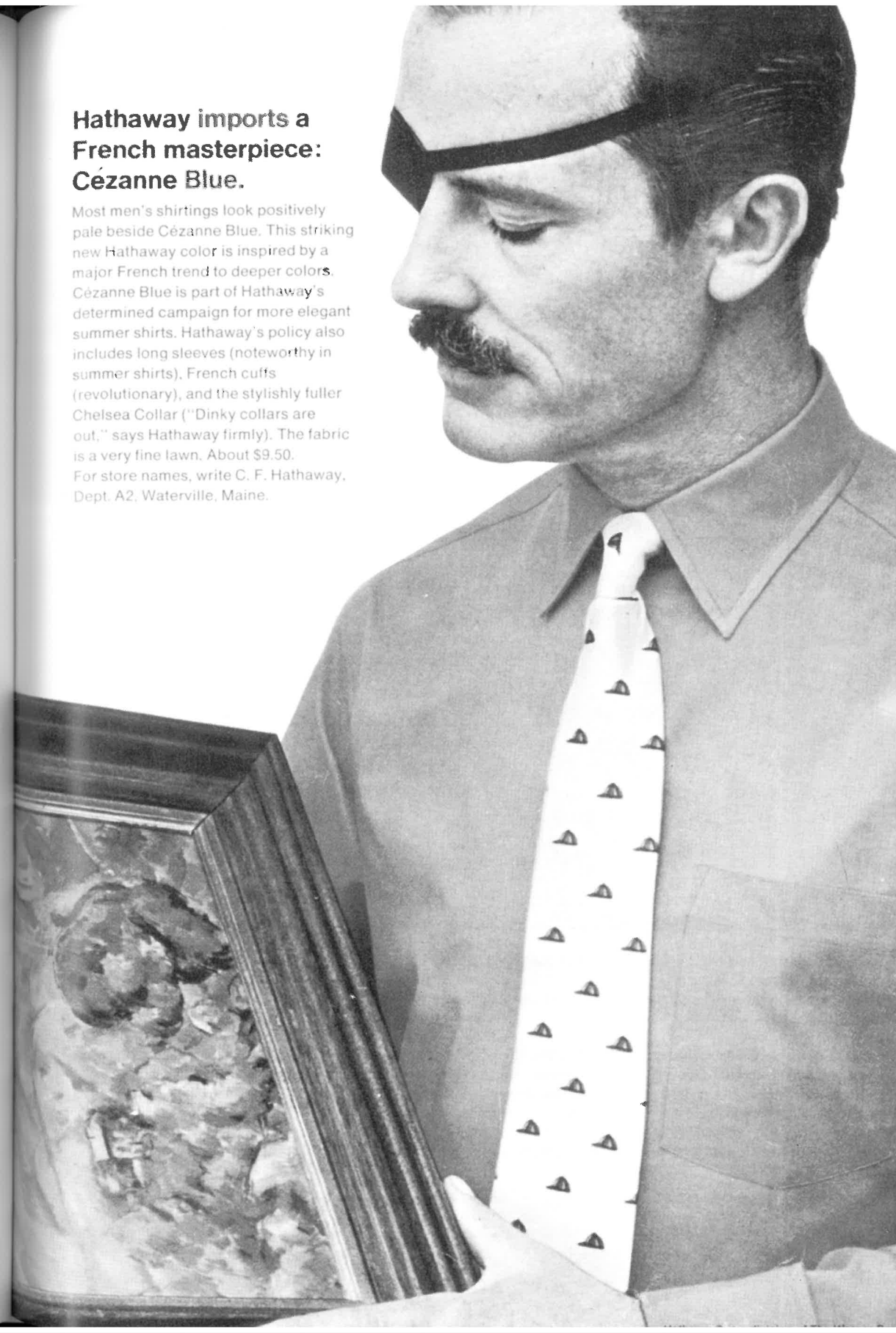


140.-141. U «Van Goghovoj godini» razbuknula se borba impresionistima između dva najznačajnija talijanska dnevnika, od kojih se jedan čak pojavljuje u rukama jednog Vincenta, kojeg su k tomu prisilili i na to da namigne u jednoj televizijskoj reklami. Mit o velikom slikaru rabi se i za lake i groteskne transpozicije, kao što je uspoređivanje Cézannove slike i plavetnila sportske košulje.

180

Hathaway imports a French masterpiece: Cézanne Blue.

Most men's shirtings look positively pale beside Cézanne Blue. This striking new Hathaway color is inspired by a major French trend to deeper colors. Cézanne Blue is part of Hathaway's determined campaign for more elegant summer shirts. Hathaway's policy also includes long sleeves (noteworthy in summer shirts), French cuffs (revolutionary), and the stylishly fuller Chelsea Collar ("Dinky collars are out," says Hathaway firmly). The fabric is a very fine lawn. About \$9.50. For store names, write C. F. Hathaway, Dept. A2, Waterville, Maine.



Sgarbi
di
piede.



*Con questa università
questa con questi giorni
telesi ci non è più tanto
none. Frequente trovare
con qualche modo se
parlare.*

*Sento
c'ormò
deriva
si*
*spietati non
abrei mai come
scato in prato,
non seguire
altre imitazioni.*

Clarks
Libertà di piede

Original desert boot.

142. Kada se pretjera s kičem, on postaje nepristojan. S grafičkog stajališta riječ je, zapravo, o odličnoj reklami. Kič element nalazi se u «unižavanju» lika poznatog likovnog kritičara, na razinu potplata na cipelama.

143. Stručnjake za reklamu ne nadahnjuju samo «majstori boje» i likovni kritičari, nego i uzvišena glazbena umjetnost: brzi (znači i prestižni) auto izjednačen je s «brzinom» neke Beethovenove partiture, zahvaljujući auto-radiju koji se može ugraditi u komandnu ploču automobila. ▶

MILANO - BOLOGNA
alla velocità di Beethoven



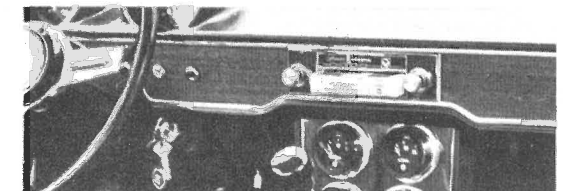
Sonar

**una nuova serie di apparecchi che vi portano in macchina
la musica che preferite con l'affascinante effetto stereo**

Gli apparecchi SONAR rappresentano la gamma più completa e moderna di fonoriproduttori a nastro magnetico. Essi utilizzano le cartucce STEREO 8 che vi danno fino a 80 minuti di musica stereofonica ad alta fedeltà.

Gli apparecchi SONAR sono estremamente compatti (hanno le stesse dimensioni di un'autoradio) e si possono montare nel cruscotto della vettura.

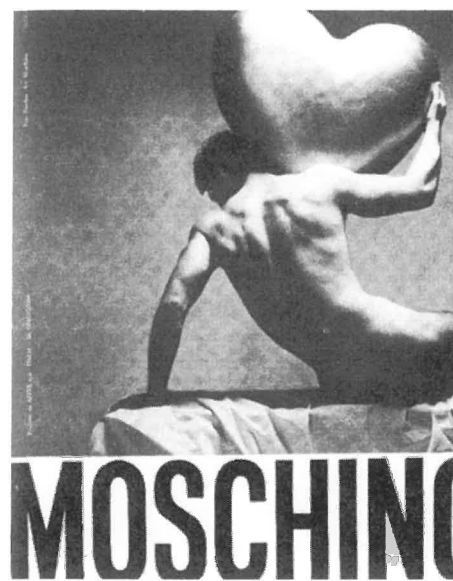
La gamma SONAR è composta da quattro modelli per auto e da due modelli per casa. Ciò consente di utilizzare lo stesso corredo di cartucce in macchina altrettanto bene che in casa.



- Potenza di uscita 7 W per canale
- Regolazione del tono
- Avviamento automatico con l'introduzione della cartuccia
- Commutazione a pulsante della traccia di ascolto con indicazione automatica e luminosa del programma prescelto (brevettato)
- Comando a distanza a pedale per il cambio dei programmi
- Bilanciamento dei canali
- Quadrante con indicazione luminosa del programma e delle gamme radio prescelti
- Alimentazione a 12 V positivo o negativo a massa

Dat ćemo samo jedan primjer: povezivanje Cézanna i plavetnila sportske košulje, ili grančice koralja i istoimenog parfema, gdje egzotične konotacije ovog ploda mora ističu formalnu dvoznačnost; možemo vidjeti i povezivanje brzog (dakle, prestižnog) automobila i brzine jedne Beethovenove partiture, a sve to zbog stereo uređaja koji se može ugraditi u komandnu

144. Plakat Uga Nespola za Campari, napravljen u povodu Svjetskog nogometnog prvenstva 1990. Dobar primjer reklame u kojoj je poznati suvremeni umjetnik znao primijeniti kič elemente da bi reklamnu kampanju učinio djelotvornijom.



145.-146. Dva različita stila istog proizvođača. Lijevo: velika snaga na slici, u stilu preuzetom iz tridesetih godina, može samo izmamiti smijeh. Desno: svjesna uporaba kiča stvara tipičnu talijansku sličicu, kao iz udžbenika.

ploču automobila, ili pak povezivanje kite cvijeća i zahoda sa samoprovjetravanjem!

Imena povijesnih ličnosti i likova iz književnosti: Beatrice, Leonardo, Michelangelo, Dante, Romeo i Giulietta, često se koriste da bi privukli pozornost, a isto tako reklamiranom proizvodu daju obilježje svojevrsnog statusnog simbola (pogledajte na primjer porculanski kipić Beatrice kojega reklamiraju Danteovim stihovima), dok povezivanje s dalekim i ocharavajućim zemljama povećavaju draž nekog imena ili predmeta (jeftina bižuterija «nadahnuta» dalekim Istokom, runolistom s austrijskih planina, ili španjolskom koridom). Drugi će put zaslađeni sentimentalizam primijenjen na kupanje novorođenčeta ili korištenje nekih temeljnih čovjekovih poriva (vjernost, religija, domoljublje) biti vješto, ali gotovo uvijek upotrebljeni na kič način.

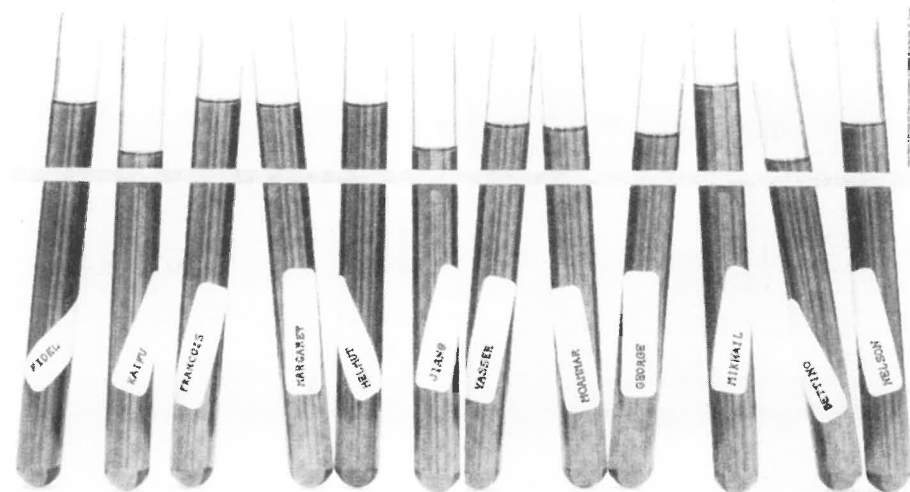
Ali korištenje neke zvijezde (dakle, simbola ženstvenosti i slave) za reklamiranje borbe protiv raka, uistinu je tragikomično. Čak i u svojoj dobrotvornoj ulozi (poticanje na prevenciju raka) reklama pribjegava, ili smatra da mora pribjeći, najgorim asocijacijama koje se poklapaju s čovjekovim najvećim težnjama: bogatstvom, ljepotom, slavom. Druga krajnost su broj-



147.-149. Nedvojbeno vrlo djelotvorna reklamna kampanja za Benetton, započeta s djecom i miješanjem rasa, s pokušajem poticanja na razmišljanje o univerzalnosti boja i rasa, iskliznula je u kič.



150.-151. Čokoladne kekse



ni primjeri u kojima se «dobra» reklama, grafički i koloristički dobro napravljena, poziva na kič osjećaje i aspekte da bi što bolje prodala svoje proizvode: vidjet ćemo tako čokoladne kekse prikazane s prečitim falusnim konotacijama, ili dvosmislenu uporabu predmeta u reklamama za maleni masažer koji se može nositi u torbici.

Ako su primjeri koje smo u kratkim crtama naznačili neki od najistaknutijih među kič reklamama (ili u reklamnom kiču), ili pak u kič načinu reklamiranja bilo kojeg proizvoda (uključujući i one najbolje), ili u načinu, makar (estetski) i najboljeg, reklamiranja nekog proizvoda koji je neosporno povezan s kič ponašanjem, vidimo koje zaključke ili koja upozorenja iz toga možemo izvući.

1) Prva je, a k tome i najvažnija činjenica da umjetnička vrijednost reklame nije presudna za njezinu učinkovitost (barem u stanovitim granicama, kao što ćemo još vidjeti). Tako će reklama koja odražava izvrstan ukus (poput onih koje su dizajnirali jedan Nizzoli, ili Cassandre, ili Saul Bass, ili Steinberg...), kao i ona koja je odraz najgoreg ili zastarjelog ukusa, moći izvršiti svoju zadaću. Nema nikakve sumnje da običnog čovjeka snažnije privlači neka slika koja mu je bliska, odnosno koja je u skladu s njegovim «lošim ukusom». A upravo to vjerojatno opravdava činjenicu da su neki (često lu-



GIVE IT TO HER

She can enjoy an instant massage with this new cordless massager. Fits in pocket or purse. Just twist the base and away she goes. Gives fast, penetrating comfort. Makes strained, sore muscles feel new. Stimulates circulation, too. Five minutes does the job. Give it to her. Ideal gift. Also good for you. Ladies: \$8.95. Men's, \$9.95 postpaid.

GRAN PRIX ENTERPRISES

Dept. D-2/565 Western Ave.,
N.W., Atlanta, Ga. 30314

150.-151. Ove reklame koje zadovoljavaju s grafičkog stajališta, zbog dvosmislene uporabe predmeta i keksa falusnog oblika, postaju lakim plijenom kiča

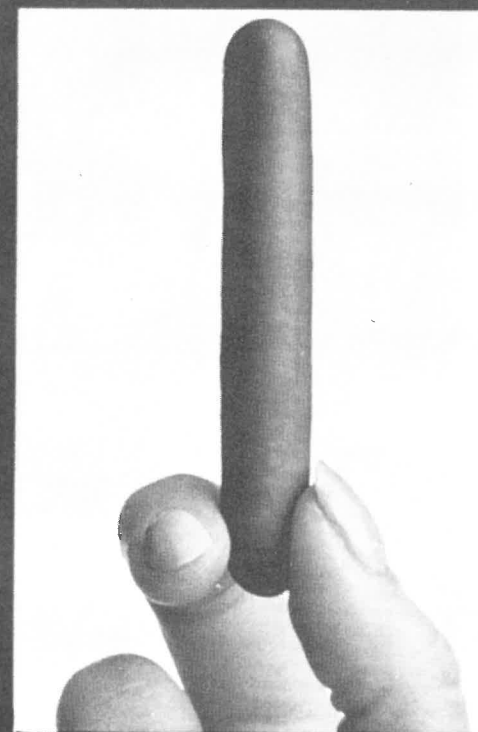
kavi) reklamni stručnjaci pribjegli uporabi nekih prizora i raspoloženja koje bi trebalo odbaciti (i koji su *out* s društvenog i mondenog stajališta) u reklamiranju određenih proizvoda.

2) S druge strane, moramo priznati da će, i više nego što pretpostavljamo, dobra reklama ili reklama koja se služi sofisticiranim ili avangardnim grafičko-slikarskim modelima, postići itekako dobar učinak. To se nedavno moglo vidjeti na primjeru «loše» reklamne kampanje neke naftne kompanije, koja se temeljila na slikama djevojaka u mini-suknji koje su držale zastave što vijore na vjetru, a koja je, umjesto povećanja prodaje benzina dovela do njezina smanjenja jer ju je javnost ocijenila dosadnom i neprivlačnom, upravo zbog njezine sladunjavosti. Analogni proizvod koji je reklamiran na nov način (u Lichtensteinovu stilu, što znači da potječe iz svojevrsne elitne umjetnosti) polučio je znatan uspjeh u javnosti i izazvao povećanje prodaje, iako je javnost bila posve nesvjesna veze između stila te reklamne kampanje i djela određenog pop umjetnika, koje je poslužilo kao uzor.

C'est comme
un doigt.

Avec
du chocolat
autour.

Ça dispara
très vite.



C'est un biscuit: Finger, de Cadbury.

Le nouveau sablé-chocolat au lait en forme de doigt.

Nous n'arrivons pas à leur donner une autre forme. Ronds, carrés, bicornus, nos biscuits Finger n'auraient pas été moins bons.

Quand on entoure le plus délicieux des biscuits avec le plus fin des chocolats au lait, on obtient toutes les chances de régaler les gourmands.

Le chocolat donne envie du sablé, le sablé rappelle le chocolat. C'est une recette infail-

ble, on ne peut y échapper.

D'ailleurs, ouvrez une boîte de 32 Finger devant vos amis.

Laissez-les faire. Vous allez voir.

Les Finger sont préparés en Angleterre par Cadbury, la plus importante chocolaterie du monde. Maintenant dans les magasins spécialisés et grands magasins.



3) Konačno, valjalo bi razmotriti subliminalni činilac - o kojem se danas mnogo raspravlja i koji je sigurno važan - a koji je često u igri kod vizualnih reklamnih poruka i kojim se - manje ili više svjesno - proizvođači često

THE INSULT THAT MADE A MAN OUT OF 'MAC'

CHARLES ATLAS, World's No. 1 Body Builder, says:

Don't Be Half A Man!

Let ME SHOW How I Can Make You a Real HE-MAN From Head to Toe - in Just 15 Minutes a Day!

A Sensation... at every fun-occasion!
LIFE SIZE INSTANT PARTY DOLL

SHE'S THE LIFE OF EVERY PARTY!

...stands 40-20-40... is instantly inflatable and molded of sturdy flesh-like vinyl with lovely soft-skin finish. You'll think of a thousand uses for her at:

- the office • beach or pool • club • parties
- conventions • parades • advertising displays • mannequin (plastic stand \$10.00 extra)

guaranteed as advertised **\$69⁹⁵**
includes postage and mailing anywhere in U.S.A. or A.P.O. address

DO YOU WANT... THEN MAIL THIS NOW!

152.-153. Nemoj biti polumuškarac, a ako ti zatreba društvo, kupi lutku na napuhivanje koja će te posvuda pratiti

služe. Taj činilac koji je obično povezan s prikazima simboličkog, kriptoseksualnog karaktera, često se udružuje s očitim kič konotacijama (navedeni primjeri masažera i keksa), koje pokazuju kako neki aspekti pomaknute seksualnosti često lako iskliznu u loš ukus, kao što se u verbalnom smislu događa s nekim dvosmislicama i prostačkim, manje ili više zamaskiranim riječima.

Još ćemo se nakratko vratiti na prvu točku, koja nam je najzanimljivija od svih koje smo ovdje nabrojili, jer bih još želio istaknuti da je podilaženje ukusu publike pomoću umjetnički zastarjelih elemenata, što se često doga-

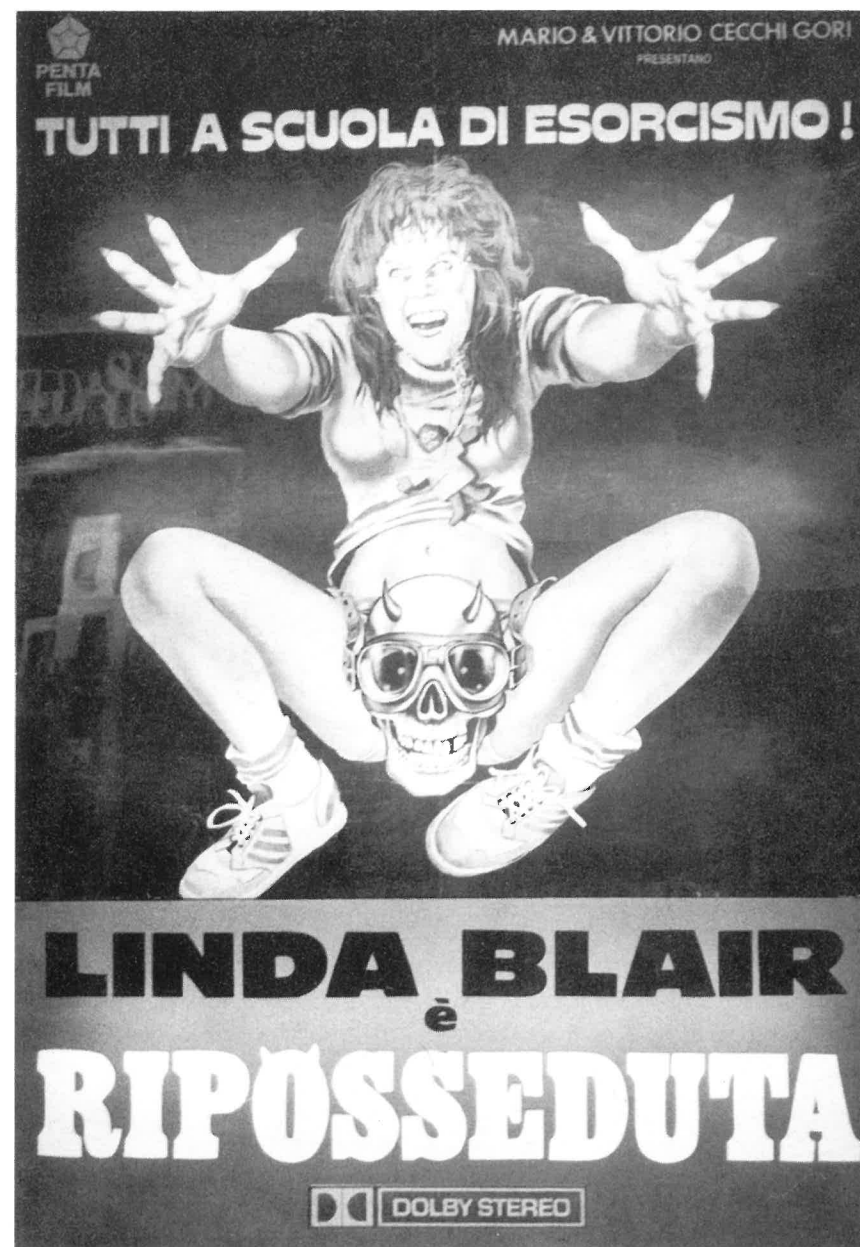
Der Schick injector (superflech!) geht glatt wie ein Rennwagen durch die Kurven in Ihrem Gesicht!

154. Brzina i sigurnost trkaćeg automobila nezgrapno su prenesene na lice, na kojem su obilježena i mjesta zavoja

USCITE DAL BRANCO TORNATE LIBERI INDOSSATE TREND IN TREVIRA

155. «Izlazak iz gomile» znak je profinjene individualnosti. Na ovom primjeru Brueghelova Kula babilonska simbolizira mnoštvo.

da u reklamama, dio istog idejnog poretka koji utječe na nastanak mnogih kič djela, što možemo zahvaliti fenomenu *stylinga* - kojeg analiziramo na drugom mjestu u ovoj knjizi - primijenjenom na industrijske predmete. Štoviše, riječ je o dvjema pojavama koje se u svemu poklapaju: kada se radi prodaje nekog proizvoda pribjegava nagovaranju koje je isključivo komercijalno i nema nikakvo funkcionalno ni estetsko opravdanje, upuštamo se u sramnu radnju koja, na duge staze, može biti samo kontraproduktivna i za sam proizvod kojeg se reklamira, ili za proizvod koji se sam reklamira nefunkcionalnom linijom *stylinga*.



156.-160. Reklame za filmove često zapadaju u kič (čak i kada sam film to nije). Na plakatima su nagomilani događaji, likovi i simboli, u želji da publika dobije cjelovitu sliku djela koje reklamiraju.





FILM

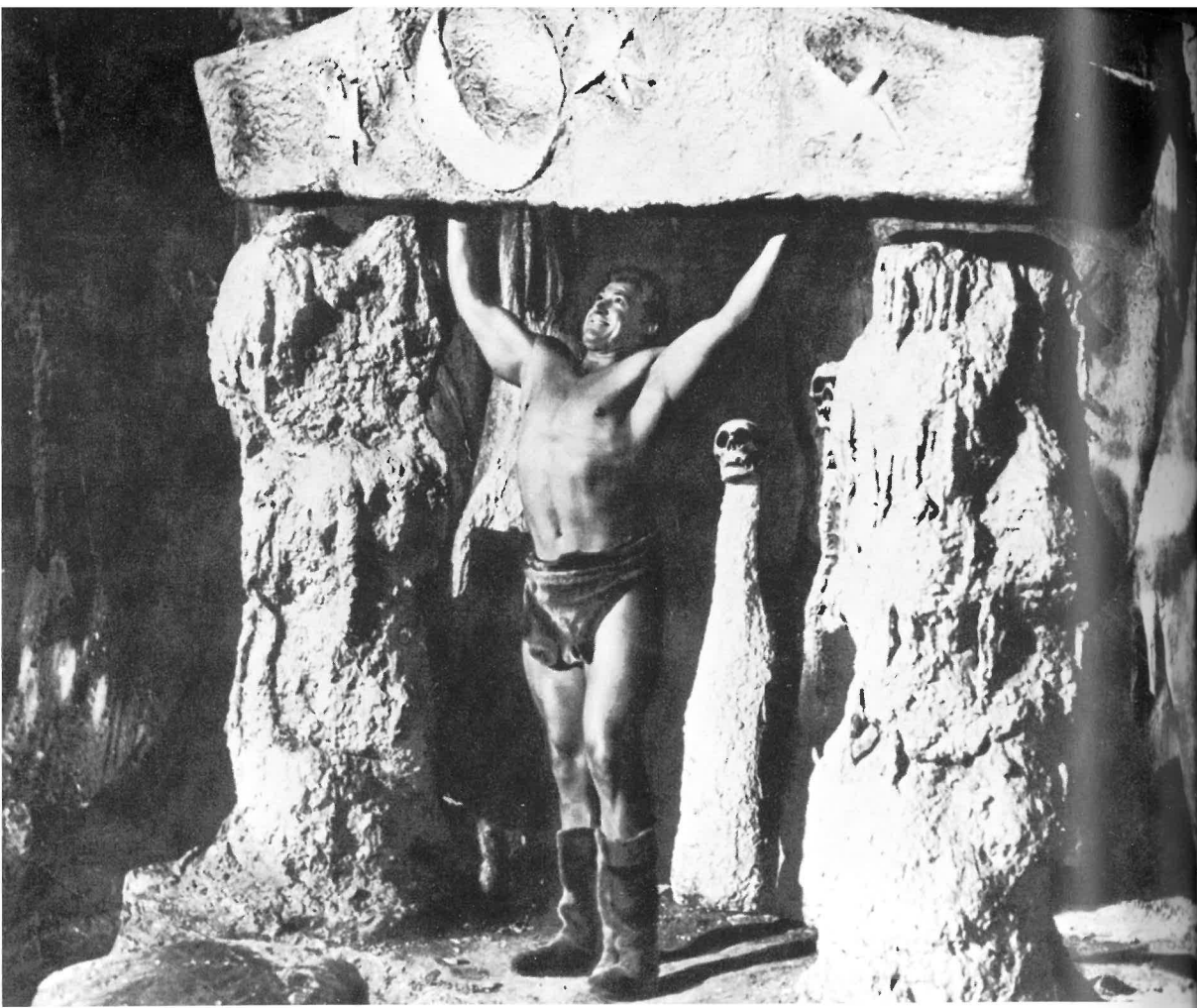
Lako možemo razumjeti zašto se umjetnost poput filmske tako spremno prepušta kiču. To je ponajprije zbog činjenice što je film, od svih umjetnosti, najviše povezan uz komercijalne probleme, te je stoga gotovo uvijek dužan zadovoljiti široku publiku. Ipak, čini mi se da u filmskoj umjetnosti nema ništa više kič elemenata nego u drugim «čišćim» umjetnostima današnjice. Svakako ne više nego u mnogim djelima «moderne» arhitekture, književnosti i «potrošačke» glazbe.

Najistaknutija obilježja filmskog kiča analogna su onima u drugim umjetnostima: uvijek kada film koristi lažne elemente, nadomjestke pravih (lažne krajolike umjesto autentičnih, lažne glumce, lažne dijaloge, lažno oživljavanje povijesti) zapada ili se izlaže opasnosti da zapadne u kič. Ali lažnost može biti i «namjerna»: film je, mnogo više nego druge umjetnosti izrastao iz imitacije i prurušavanja stvarnosti. Zbog toga će, u nadrealističkom filmu poput *La diabolica invenzione*, pozadine od papir-mašea biti sve drugo prije negoli kič.

Mnogo se češće susrećemo s kičem kada imamo posla s prijenosom glasovitih romana ili djela u povijesne filmove, ili još i više sa skraćivanjem romana u strip za ilustrirani časopis, a potom u filmski scenarij.

Velik dio današnje kinematografije pravi je sažetak kiča: milijunaševa kuća, krevet filmske zvijezde sav u svili, luksuzni hotel, *dandy* kavanskog društva. Nismo sigurni treba li u tim slučajevima film smatrati autentičnim dokumentarcem o društvenim običajima toga vremena ili vješto izloženom zbirkom kič elemenata.

◀ 161. Prikaz slavnog slikara na platnu, težak je čak i onda kada redatelj filma ima ukusa. Film Vincenta Minellija o Van Goghju, *Lust for life*, iz 1956. godine.



162. Herkul podiže golem kamen od papir-mašea u junačko-komičnoj borbi protiv čudovišta

Smatram da je u velikim povijesno-legendarnim «musakama», poput Požara Rima, Tisuću i jedne noći, Nerona, Nibelunga, ili u komičnim herojskim filmovima (Herkul, Ursus, Tarzan), kič toliko eksplicitan da mu ne treba nikakav kritički komentar.

Nitko od povjesničara filma ne bi bolje mogao pisati o filmskom kiču od Lotte H. Eisner, autorice poznatog djela *Demonški ekran* i brojnih drugih ogleđa. Njezina germanska kultura i dubinsko poznavanje golemog materijala kojeg obrađuje u Cinémathèque Française, temelj su ovog ogleđa o kiču na filmu, koji zavrjeđuje još i više prostora.

Lotte H. Eisner

KIČ NA FILMU

...Mogli bismo dakle vjerovati da je za kič karakteristično upravo njegovo pozivanje na čovjekove neuništive nazadnjačke fermente. Ipak, kombinacija kič elemenata u svakom će razdoblju biti drukčija.

Herbert Ihering, *Dvadesete godine*
Aufbau Verlag, Berlin 1948.

Definicija kiča na filmu mnogo je blaža i beskrajno je nepostojanija nego u svim drugim izričajima figurativne umjetnosti. Teškoća možda leži u činjenici da u ovom slučaju nije riječ o fiksnoj slici na koju se možemo pozvati da bismo potkrijepili naše tvrdnje. Filmska slika ostavlja samo kratkotrajan dojam i kako priča teče, odmah ga zamjenjuje sljedeći.

U slikarstvu neka je slika apriori kič ili, kao u slučaju Hansa Makarta, ona može izražavati suštinu «ljepote» u očima jedne generacije, da bi je već sljedeća generacija odbacila kao kič.

Kada je riječ o filmu u igru su uključena i druga promišljanja. «Kič je», kako tvrdi jedna izreka, «u promatračevu oku.» Da sam išla u kino još 1914/15., zacijelo bih smatrala kičem filmove koji su veličali vojničke uniforme i domoljublje, koji su se u to doba vrtili u Berlinu, ili filmove poput *Liebesglück der Blinden* s Hennyjem Portenom.

Danas, šezdeset godina kasnije, našli bismo načina da ih rehabilitiramo kao «dokumente jednog razdoblja»: u međuvremenu su oni, zapravo, trebali postati izrazom svoga vremena, povijesno zanimljivim kako za sociologe, tako i za povjesničare filma. S društveno-povijesnog gledišta i sa stajališta običaja, danas se ti filmovi smatraju dragocjenim «primitivnim» primjerima, štoviše, primjerima naivne umjetnosti. Oni imaju neku vrstu

patine i žao nam je što ih nismo spasili i sačuvali. Nije isključeno da se nešto slično može dogoditi s pojedinim djelima likovne umjetnosti. Danas ne možemo predvidjeti kakve će dojmove i reakcije, u budućim generacijama, izazvati neke Böcklinove slike, ponos građanskih salona na prijelazu stoljeća, ili uglađeno, stilizirano Stuckovo djelo, ili pak Hodlerovo pseudomoderno slikarstvo.

Na početku svojeg djelovanja, Cinémathèque Française usredotočila je sav svoj interes na zbirku «povijesnih» ili «umjetnički vrijednih» filmova. Ipak, neumorni sakupljač Henry Langlois, gotovo je odmah napustio taj kriterij, prihvaćajući kasnije sve filmove koji su mu bili ponuđeni, čak i takozvane «Schinken» («musake») koje su Francuzi prozvali «des navets». On je uvjeren da se ne možemo ograničiti samo na svojevoljno čuvanje onoga što nam se danas čini vrijednim. Moguće je da će za deset, dvadeset ili trideset godina neka nova generacija, iz nekog razloga, neki film koji se nama danas čini groznim, smatrati vrlo zanimljivim.

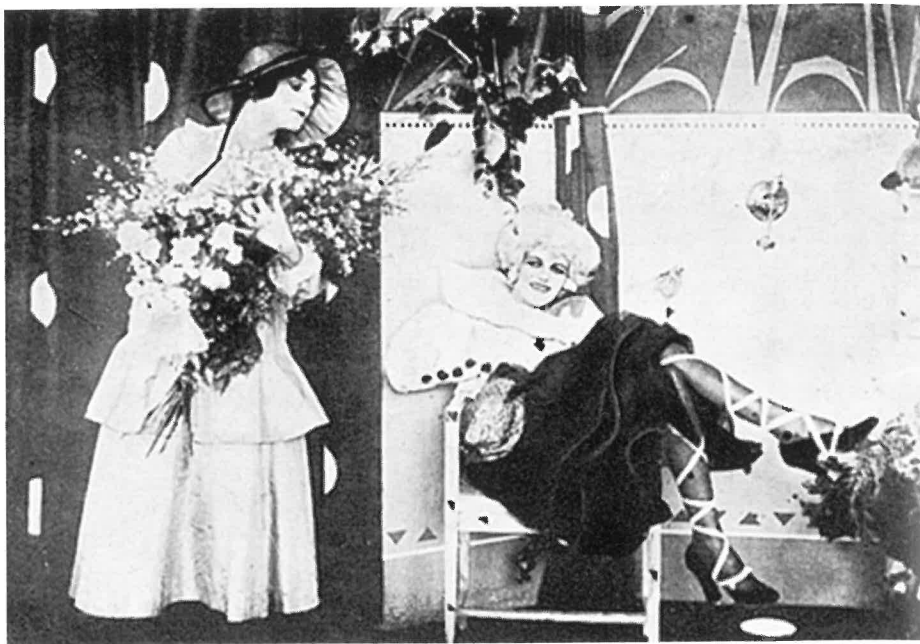
I meni se dogodilo nešto slično, prvo kao povjesničaru filma, a potom kao kritičaru. Krajem dvadesetih godina na jednoj sam retrospektivi prisustvovala projekciji filma *Nibelungen* (1923/24.) Fritza Langa (sl. 163), kojeg sam doživjela kao vrlo «teutonskog», a ljubavni par pod drvetom u cvatu djelovao mi je vrlo kičasto. Isto tako, kič su mi bile i zabave u bogataškim vrtovima, ples lažne Marije i ekstatična nesvjestica mladoga Frederu u trenutku kada je klečao pred dobrom Marijom u Langovu *Metropolisu* (1926.).

Ali četrdeset godina kasnije, kada sam ponovno vidjela te filmove, primijetila sam da su takve sekvence najvećim dijelom bile tipični primjeri «bečke» ili «münchenske industrijske umjetnosti» - uvedene na film sa zakašnjenjem od deset ili petnaest godina u usporedbi s drugim umjetničkim formama, prema kojima je film uvijek kasnio, kao što je bilo i s Caligarijem i ekspresionizmom.

Shvatila sam još i da su pretjerano patetični elementi u filmovima Abela Gancea, Marcela L'Herbiera ili Fritza Langa iz dvadesetih godina, tipične manifestacije one izrazite sentimentalnosti koja se pojavila krajem Prvoga svjetskog rata.

163. Prizor iz filma *Die Nibelungen* Fritza Langa, može ostaviti krivu predodžbu da je riječ o kič djelu. Pretjerana sentimentalnost posljedica je Prvoga svjetskog rata i ne znači uvijek kič.





164. Prizor iz filma *Perfido incanto* (1916.) Antona Giulia Bragaglie, svjesno ostvarenje futurističkih principa otklanja svaku mogućnost kiča

To isto vrijedi i za cvijećem okićene podnaslove i poetične didaskalije u filmovima D.W. Griffitha, Gancea ili L'Herbiera, koji nam danas mogu biti smiješni, kao i povremeno prenemaganje u *Faustu* (1926.) F. W. Murnaua. Međutim i u ovome, kao i u već navedenim filmovima, neke divno napravljene sekvence pricinjavaju tako duboki užitak da nas inkriminirane scene gotovo ne smetaju, štoviše, u očima generacije koja na stvari gleda realističnije, one postaju pravim izrazom osjećaja toga razdoblja. Osim toga, mnogo govori i činjenica da nema ni traga kiču u filmovima napravljenim prema strogim futurističkim ili ekspresionističkim pravilima, jer u tim djelima ni na jednom mjestu ne zapažamo neki definitivan stilistički lom. Najbolji dokaz za to su filmovi A. G. Bragaglie *Perfido incanto* iz 1916. (sl. 164) i Roberta Wienea *Das Kabinett des Dr. Caligari* iz 1919. Prema definiciji iz Knaurove Enciklopedije «Kič je ostvarenje umjetničkih motiva izopačeno pretjeranom sentimentalnošću ili stilskom neprimjerenošću.»



165. Prizor s Pinom Menichelli u Pastroneovu filmu *Fuoco* (1915.). «Divino» promjenjivo raspoloženje nije nužno kič.

Da se pretjerana sentimentalnost ne mora nužno pretvoriti u kič, već smo imali priliku vidjeti na primjeru Gancea i L'Herbiera u francuskoj kinematografiji, te Langa i Murnaua u njemačkoj.

Isto je i s usiljenim ponašanjem i afektiranjem «diva» talijanskog filma u razdoblju između 1910. i 1930.

Pina Menichelli (sl.165) nikada nije kičasta iako pretjeruje s mačkastim pokretima «poput pantere» i s razbludnim ponašanjem: i ne samo u Pastroneovu filmu *Fuoco* (1915.) ona utjelovljuje bit tajnovitih heroína Gabrielea D'Annunzia.

Pastroneov *Tigre reale* (1916.), *Il giardino della voluttà* (1918.) Nina Oxilia, ili film istog autora *Rapsodia satanica* (1915.) s Lydom Borelli, zrcala su toga razdoblja, izraz mentaliteta koji je ponekad toliko drukčiji od našega i možda nije uvijek u potpunosti razumljiv.

Ali kič na filmu posve je druga stvar.

Da bismo ga shvatili moramo se poslužiti jednim drugim njemačkim terminom koji je i sam, poput termina kič, praktički neprevodiv: «Stimmung»,

koji je već postao neizostavnim dijelom filma. «Stimmung», osobito u njemačkom i francuskom filmu znači i «atmosphère» i «ambiance», u engleskom «mood», u talijanskome, otprilike, «intonazione» ili «ambiente», ali nijedan od tih termina ne obuhvaća najdublji smisao te riječi. Možda riječ «intonazione» barem djelomično posjeduje muzikalnost «Stimmunga», o čemu je govorio Novalis, ali sigurno ne uspijeva u potpunosti prenijeti njegovo cjelokupno značenje.

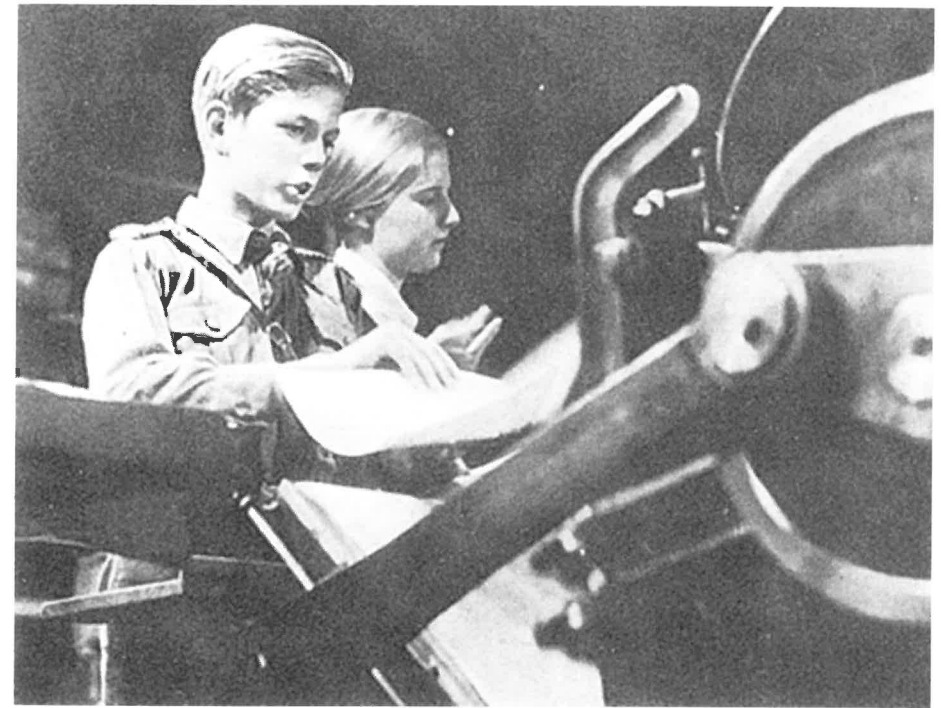
Film može imati autentičan ili mistificiran «Stimmung»: «Stimmung» filma *Das Alte Gesetz* (1924.) E. A. Duponta strog je, jednostavan, bogat istinskom poezijom. Mistificirani «Stimmung» *Heimkehr* (1928.) Joea Maya, s pretjerano usiljenim *chiaroscuro*m, s izvještačenim *sfumato*m koji poništava jasne obrise, postat će karakteristikom takozvanog reakcionarnog «Ufastila» krajem dvadesetih godina; postat će oznakom svih kasnijih kostimiranih filmova nacističkog razdoblja. Upravo tu pronalazimo ono lažno «umjetničko» ostvarenje o kojem govori Knaurova Enciklopedija.

166. Izraz lica Lyde Borelli u filmu *Rapsodia satanica* Nina Oxilie (1915.), tipičan za određeno razdoblje i za mentalitet toliko drukčiji od našega, da izaziva različite ocjene



U svijetu bogatom mistifikacijama, poput onog nacističkog, sa svom njegovom lažnom sentimentalnošću tipa «Blut und Boden» (Krv i zemlja) ili «Kraft durch Freude» (Snaga kroz radost), lako je zapasti u kič.

Chiaroscuro, naslijeđe ekspresionizma, sveden je na izvještačeni grisaille i nametnut snimateljima; reljefi gube snagu i oplošnjavaju, volumeni postaju neodređeni i gube plastičnost. Sve se to događa usprkos Goebbelsovim proglasima, koji je želio da se snimaju filmovi «s narodom u prvom planu», s ambijentima i ljudima koji bi odgovarali stvarnosti.



167. Kič ljepote «plave kose». Film *Hitlerjunge Quex* Hansa Steinhoffa (1933.).

Tako dolazimo do fatalne idealizacije germanske «blond» ljepote, veličane u jednoj sceni Steinhoffova filma *Hitlerjunge Quex* iz 1933. (sl. 167).

Ta glorifikacija «blond» ljepote ipak se ne može smatrati posve novom pojavom. U Njemačkoj je, pored ograničenog broja filmova koje danas smat-

ramo «klasicima», oduvijek postojala poplava osrednjih komercijanih filmova namijenjenih masovnoj publici. Takozvani «Heimatfilm», koji je uznosio njemačku šumu, njemačka polja i «obične» ljude, u kojemu je Paul Richter - Fritz Langov Siegfried - glumio grubi i «snažni» lik lugara, postojao je mnogo ranije od nacističke ideologije. Uz obnovljenu naklonost cvjetat će i nadalje u post-hitlerovskom periodu, jer je publika mrzila glasovite «Trümmerfilme» (filmove ruševina), kronike o slomu njemačkog svijeta. To je razdoblje u kojemu su dovtljivi distributeri Truffautova filma *Les quatre cents coups* (1959.), koji se prema svakoj logici trebao zvati *Flegeljahre* (Pubertetske godine), morali, međutim, izmisliti dugačak kič naslov - *Sie küssten ihn und schlügen ihn* (Ljubili su ga i udarali).

Kič roman, *Die Heilige und ihr Narr* (Svetica i njezin lakrdijaš) (sl. 168), koji pršti od nepodnošljivih prenemaganja, adaptirao je za filmsko platno još 1928. Wilhelm Dieterle (danas živi u SAD-u kao William Dieterle). U tom filmu susrećemo istu fatalnu maniju za «blond» ljepotom i dvosmislenom nevinošću.

Jasno je da to nije povlastica isključivo njemačke kinematografije: lažni folklor mnogobrojnih američkih filmova pandan je kič sekvencama o kojima smo govorili. Sjajan primjer je *Maytime* (1937.) Roberta Z. Leonarda

168. Dvosmislena i usiljena nevinost pretvara se u kič. Film *Die Heilige und ihr Narr* (1928.), W. Dieterlea.



169.-170. Kič lažnog američkog folklor. *Maytime* Roberta Z. Leonarda (1937.) i *End of the Rainbow* Alana Dwana (1947.).



(sl. 169), musical prepun farmera koji nemaju nikakve veze sa stvarnošću i uobičajenih rascvalih stabala, u kojemu nažalost nema ni traga štrohaj-movske ironije. Ali još katastrofalniji je učinak navodne «autentičnosti» ruskih likova u filmu Allana Dwana iz 1947. godine, *End of the Rainbow* (sl. 170), iako u ovom slučaju postoji vjerojatnost da su statisti bili pravi izbjeglice u svojim izvornim nošnjama.

Analogije s njemačkim filmom iz nacističkog razdoblja mogu se naći u talijanskom filmu iz fašističkog perioda. To je razdoblje čuvenih «bijelih telefona», društva lažne elegancije, čemu je podlegla većina velikih redatelja toga vremena.

Možemo slobodno ustvrditi da je kič, barem djelomično, izraz reakcionarnog mentaliteta i pogleda na svijet.

Lažni «*Stimmung*»; ali postoje i lažni subjekti, pogrešni od samog početka. Gotovo uvijek je bolno gledati slavne ličnosti na ekranu. Bolno je vidjeti previsokog Napoleona - Charlesa Boyera, koji je u *Mariji Valeskoj* Charlesa Browna (1938.) prinuđen hodati posve pogrbljeno; bolno je misliti na jednoga Josèa Ferrera koji je, igrajući ulogu Toulouse-Lautreca u filmu *Moulin Rouge* *Johna Hustona*, «morao hodati na koljenima». Bolno je vidjeti i Modiglianija u filmu *Montparnasse 19* (1957.) Jacquesa Beckera, iako ga glumi glumac kalibra Gérarda Philipea i iako je riječ o dobrom redatelju kao što je Becker. Isti je slučaj i Kirkom Douglasom kojega gledamo kao Van Gogha kako slika svoju najpoznatiju sliku, iako film resi diskretna režija redatelja kojemu ne manjka ukusa, Vincentea Minnellija (sl. 161). Ipak, kod ovih se primjera ne može u potpunosti govoriti o kiču. Kad bi u filmu o Van Goghu bila riječ o nekom anonimnom gospodinu X, ne bi bilo nikakva razloga da nas rasrde zbivanja u toj «priči».

Opasnost kojoj se ne uspijevaju oduprijeti ti filmovi leži u pretjeranom ushićenju kojim se promatraju slavne ličnosti. Tako gubimo mogućnost da uhvatimo neizrecivu bit neke ličnosti onako kako smo je sami zamislili. Prisiljava nas se na *make believe*, što nas čini potpuno pasivnima kao naspram *day dream*. Imamo dojam da se nalazimo pred voštanim figurama, koje se, poput automata, pokreću zahvaljujući oku skrivenom mehanizmu. Čak i kada Abel Gance, taj filmski Victor Hugo, u svojem filmu *Un grand amour de Beethoven* (1936.), postiže neke rijetke momente zanosne ekstaze, ili kada veliki glumac poput Jeana Louisa Barraulta u *Symphonie fan-*

tastique (1942.) uspijeva svome Berliozu dati stanovitu plastičnost (sl. 36), ne može se posve izbrisati dojam da se radi o gipsanim figuricama.

Te je filmove dovoljno usporediti s autentičnim dokumentarcima o životu velikih slikara - na primjer Clouzotov *Le mystère Picasso* (1965.), ili *André Masson et les quatre elements* (1958.) Jeana Grémillona - da bismo vidjeli kako je tu prikazana i razjašnjena tajna kreativnog trenutka, izravnog, neposrednog otkrića genija: upravo to nas privlači i oduzima nam dah tijekom projekcije.

To nas čini svjesnima surogata, kiča - artefakata, vlasulja, kostima koji izgledaju kao da su izašli iz staretinarnice - u komercijalnim igranim filmovi-



171. Mladi Beethoven za glasovirom u filmu *The Magnificent Rebel*, Georga Tresslera (1961.)

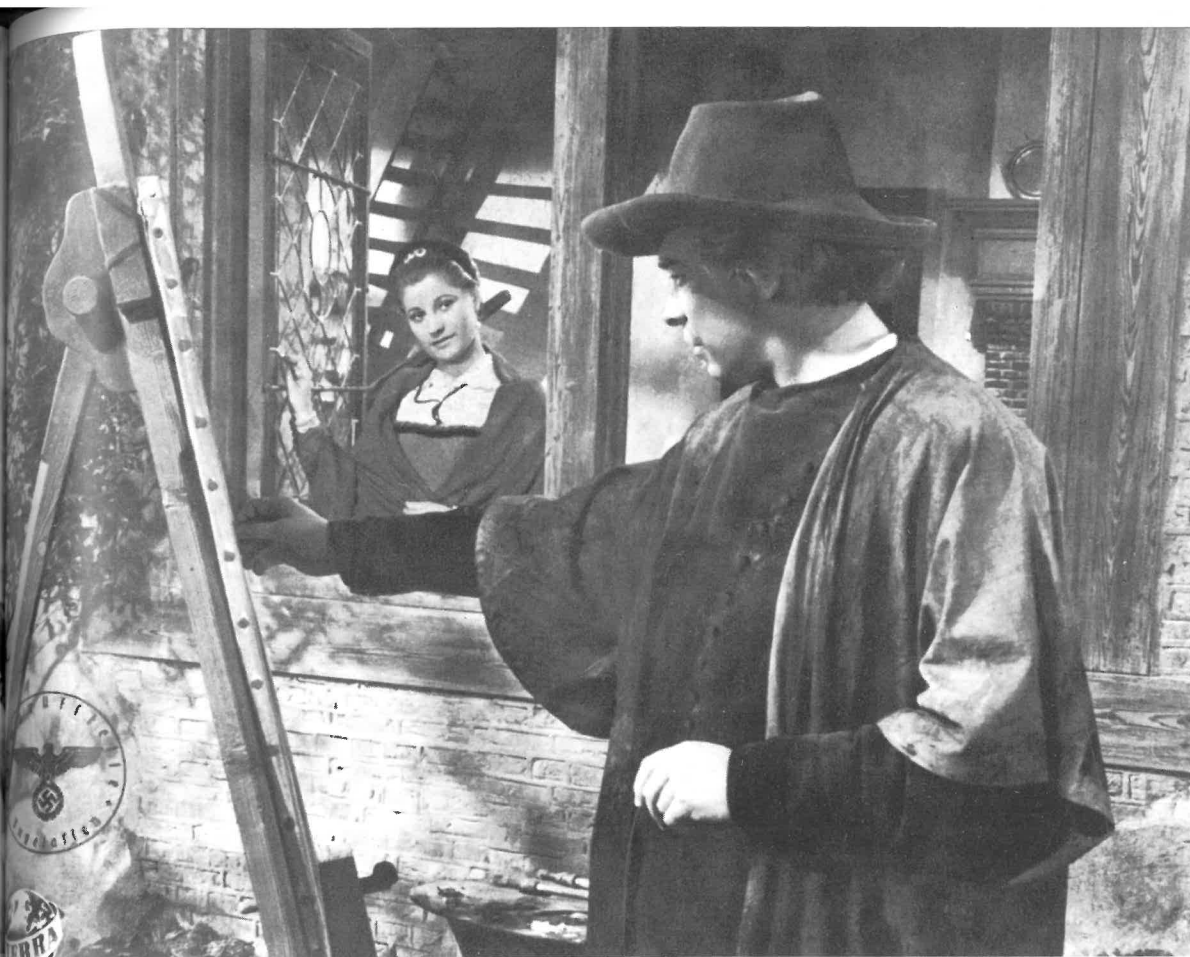
ma o životu velikih umjetnika, koji pokazuju analogiju s poznatim «tableaux vivants», rasonodom mondenih domjenaka u 19. stoljeću.

Razmotrimo posebno filmove posvećene velikim glazbenicima, koji bujaju još od pojave zvučnog filma, uveseljavajući nas ljubavnim avanturama slav-



172. U filmu o Schubertu velika sličnost glumca s glavnim likom filma odmah postaje kičem. Film Willyja Forsta *Leise flehen meine Lieder* (1933.).

nih skladatelja i neizbježnom poplavom pjesmica - Lieder. Osobito pogledajmo vrlo nasretne filmove o Schubertu, poput dvaju njemačkih filmova redatelja Willyja Forsta: šaljivi *Dreimäderlhaus* ili *Leise flehen meine Lieder* (1933.) (sl. 172), ili njihov engleski pandan *Blossom Time* (1934.) Paula Ludwiga Steina, u kojima Hans Jarosy i tenor Richard Taubert na licu nose istu «vjernu» reprodukciju Schubertove posmrtno maske. Ali još je neprihvatljiviji mladi Beethoven s lažnim trepavicama, kojeg glumi beznačajni glumac široka lica koji sjedi za glasovinom u filmu *The Magnificent Rebel* (1961.) Georga Tresslera (sl. 171), te najgori od svih, mladi Rembrandt pred svojim štafelajem u uvredljivoj Steinhoffovu filmu *Rembrandt* iz 1942. godine, dakle iz razdoblja nacizma.



173. Mladi Rembrandt pred slikarskim stalkom u Steinhoffovu uvredljivom filmu *Rembrandt* (1942.), snimljenom usred razdoblja nacizma

Ono što je uistinu važno jest kako je film napravljen, a ne ono o čemu priča. Događaji ispričani u prvom *Napoleonu* (1926.) Abela Gancea izmjenjuju se bez predaha, iako Albert Dieudonné koji glumi mladog Bonapartea ne pokazuje osobitu darovitost.

U Ganceovim filmovima predvladava autentično «junaštvo», *pathos* u najboljem smislu riječi. Ono što u našim očima iskrivljuje sliku neke poznate ličnosti ponajprije su banalne situacije, svakodnevni život.

Ne bi bilo ispravno prigovoriti da je u Ganceovu slučaju riječ o takozvanom klasiku dvadesetih godina. *Napoleon auf Sankt Helena* Lupua Picka (1928.), koji je snimio dva glasovita «psihointimistička» filma - *Scherben* (1921.) i *Sylvester* (1923.) - u usporedbi s njim je suh i beživotan; to je «konstruirana priča» koja vodi u kič.



174. Filmska geneza *Kleopatre*. Jedan od prvih filmova na tu temu bila je *Kleopatra* Thea Baran iz 1917. Kič je uočljiviji u krupnim planovima.



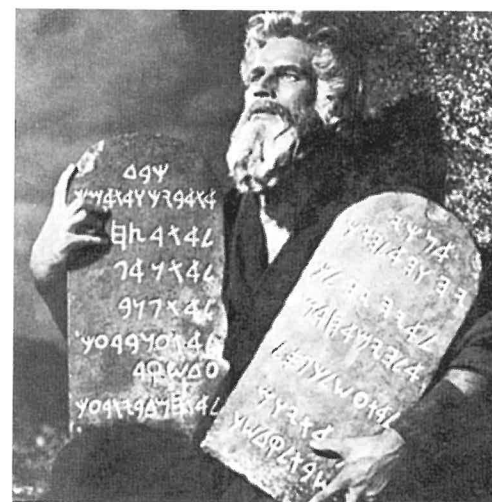
175. *Kleopatra* kao film-revija, Cecila B. de Milla, s Claudette Colbert



176. Modernija *Kleopatra* koju utjelovljuje Elizabeth Taylor u filmu Josepha L. Mankiewicza

Čak i kad bismo film *Cleopatra* (1917.) J. E. Edwardsa, s vampom Theodom Barom (sl. 174) promatrali kao «povijesno vrijedan film», ne može se poreći da krupni plan navodne «egipatske» geste ruku ima ikakav drugi učinak osim komičnog. Je li Cecil B. de Mille, američki Gance, snimajući svoju *Cleopatru* (1934.) (sl. 175), zaista želio napraviti film-reviju? Čak i u prvim filmovima s biblijskim temama, ocijenjenim kao «povijesno vrijednima», poput onog Pathéova, nije se znalo izbjeći kobni dojam «oleografije».

U prvom filmu Cecila B. de Milla *The Ten Commandments* iz 1922. ima veličanstvenih sekvenci, kao što je izgon Židova iz Egipta i prelazak Crvenog mora, ali u njegovu drugom filmu *The Ten Commandments* iz 1956. osjeća se pompoznost. Krupni plan koji pokazuje uredno začešljana Mojsija kako drži ploče sa zapovjedima zaista je nepodnošljiv (sl. 177). Realizam pojedinosti u gotovo svim tim biblijskim filmovima, postaje mučnim, čak i



177. Uredno počesljan Mojsije odmah postaje kičem. Prizor iz filma *The Ten Commandments* Cecila B. de Milla (1956.).

onda kada ih režiraju slavni redatelji poput Johna Hustona, Georgea Stevensa ili Nicholasa Raya. Holivudska tradicija sentimentalizma «Nedjeljne škole» (nedjeljnog vjeronauka) nameće neprikladne klišeje.

Biblijske se ličnosti mogu tumačiti samo na herojskom planu ili pak na planu jednostavnosti. (Herojski element u prvim filmovima Cecila B. de Milla okružuje likove svojevrsnom aureolom, misterioznom austom mita). Kada se te granice prekorače, neizostavno se zapada u kič.

Pasolinijev film *Il Vangelo secondo Matteo* (1964.) (sl. 179) uvjerljiv je upravo zahvaljujući krajnjoj ljudskoj jednostavnosti: nismo suočeni s glumom iskusnih glumaca, nego s golom egzistencijom ljudi izvan vremena. Teško je izvesti valjane zaključke o filmu kojeg nismo vidjeli, na osnovi fotografije izvučene iz svojega konteksta. Očito je da se tu susrećemo s činionicima koji ne postoje u likovnoj umjetnosti, te se stoga ne mogu ni odrediti. U takozvanim anticipation-filmovima, filmovima strave ili erotskim filmovima, mnogo je jednostavnije utvrditi i odrediti zastranjenja u kič. U Harry Hoytovu filmu *Lost World* (1925.) (sl. 180), njegova prehistorijska čudo-



178. Hollywoodska tradicija prisiljava i velikog redatelja na oleografiju. Prizor iz filma *King of Kings* Nicholasa Raya (1960.).

višta od papir-mašea jednako su groteskna kao čovjek-krokodil Roya del Rutha (sl. 181).

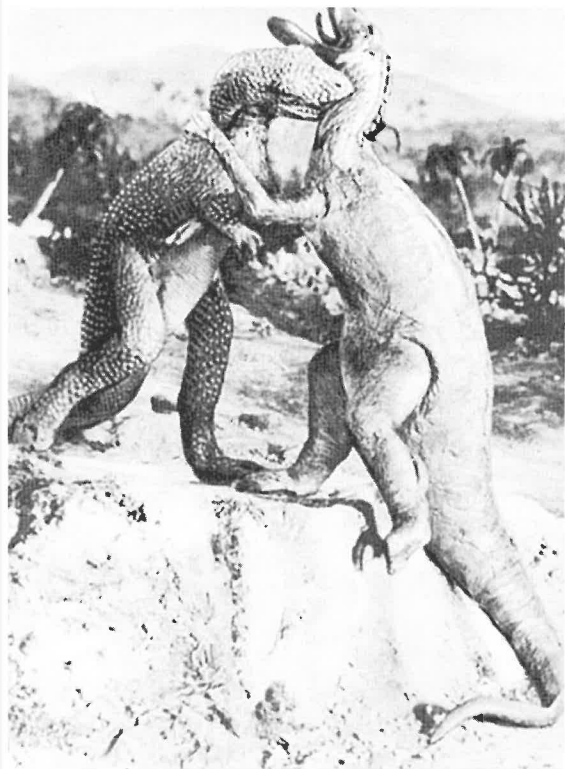
Kada redatelj ne posjeduje uvjerljivu snagu ni genijalnost, koje bi mu omogućile da nametne apsurde nekog drugog svijeta kao da su stvarni, kič je neizbježan.

Koji su to elementi u engleskom filmu strave *The Skull* (1966.) (sl. 183), redatelja Freddiea Francisa, koji ga čine kičem? Možda lascivne grimase mlade žene? A u filmu Michela Garrere *The Curse of the Mummy's Tomb* (1964.) je li to možda djevojčino pretjerano profinjeno vladanje kada je mumija vuče za ruku želeći je povući sa sobom? Strava nas, kako tvrdi Bela Balazs govoreći o Murnauovu filmu *Nosferatu* (1921/22.) (sl. 182), može potaknuti na uživanje samo ako je gledamo kao «ledeni vjetar što puše iz drugog svijeta stvarajući uvjerljive slike stvarnosti.»



179. Prizor iz Pasolinijeva filma *Vangelo secondo Matteo*. Promišljenom jednostavnošću izbjegnuta je velika opasnost kiča i otvorene su nove mogućnosti u filmu s vjerskom tematikom.

U filmovima strave i pseudoerotskim filmovima, spekulacija koja se temelji na voajerizmu publike i na njezinim najnižim porivima, vodi devijaciji ukusa.



80. Prehistorijska čudovišta od papir-mašea u filmu *Lost World* Harryja Hoyta (1925.)

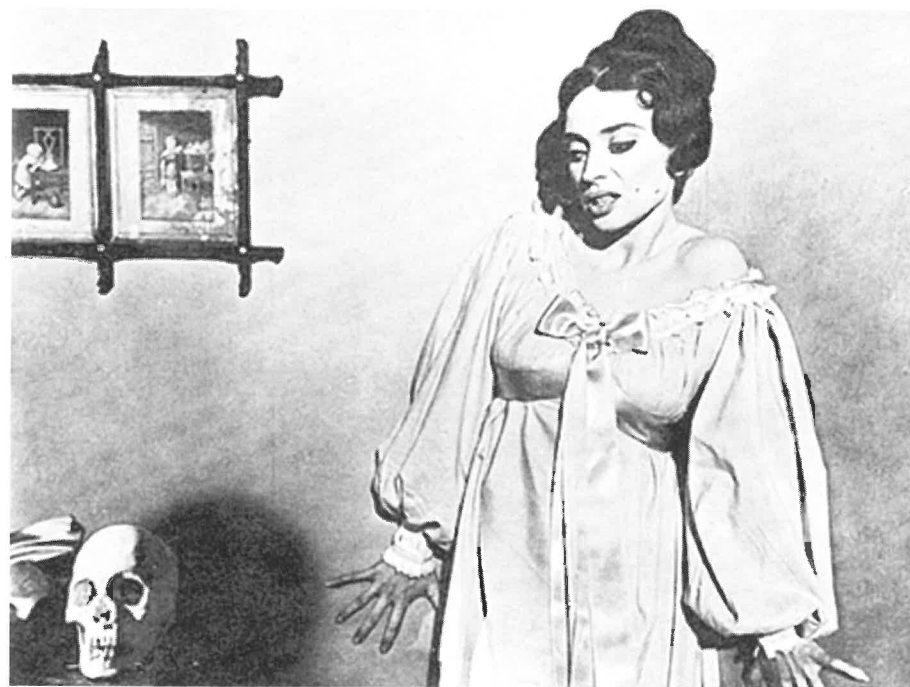


181. Nevjerodostojan i groteskan kič: *Mammi Crocodilia* Roy del Rutha (1959.)

82. Genijalni talent omogućio je Murnauu da vampira učini prihvatljivim: *Nosferatu* (1921/22.)



Kada nam Erich von Stroheim prikazuje odurnog bogalja koji pohlepno miluje očima lijepu Mae Murray u filmu *Merry Widow* (1925.), ili vrlo sličnu situaciju u ponovno otkrivenim scenama iz filma *Queen Kelly* (1928.), gdje su protagonisti jedno drugo nakazno stvorenje i lijepa Gloria Swanson, element koji takve scene pretvara u najviši umjetnički izričaj jest jetka udarna snaga genija.



183. Kič nastaje iz spoja opscenosti i jeze. Prizor iz filma *The Skull* Freddija Francisa (1966.).

Ali kada gledamo slične scene iz filma *Mondo di notte* (1960.) Luigija Vanzija (sl. 185), one nisu ništa drugo nego kič i pornografija. U Stroheimovim filmovima u kojima se degeneracija i perverzija često uzdignute na veličanstvene dimenzije, gađenje može postati dimenzijom erotskog čina. Dovoljno je usporediti neke sekvence tog genijalnog redatelja, Stroheima - na primjer vrlo erotsku pojavu kraljice u njoj bjeloputoj nagosti, tek izašle iz pjene za kupanje, među stražarima - s reklamnih fotografijama obnaženih zvijezda, a to su gotovo uvijek Lili Damita ili Joan Crawford, koje



185. Pseudoerotizam postaje pornokičem u filmu *Mondo di notte n. 3*.

su u opticaj stavile američke agencije dvadesetih i tridesetih godina, da bismo zapazili da potonje imaju istu vulgarnu privlačnost kao i određene «posjetnice» skupih bordela.

Erotizam ne možemo poistovjetiti s kičem, isto kao što s njime ne možemo poistovjetiti ni istinski užas koji osjećamo gledajući velike (a tako rijetke) filmove strave.

Naposljetku možemo ustvrditi da i na filmu, kao i u svim drugim umjetnostima, kič nije ništa drugo nego neoprostiva osrednjost.

◀ 184. Reklamna fotografija filmske zvijezde Lili Damite kružila je američkim agencijama tijekom dvadesetih i tridesetih godina

IL SEXY QUIZ DI CHI SONO QUESTI TOPLESS?



1 Grazie a *Domenica in...* diventò famosa e trovò il primo amore, Pino Insegno. Ora ha cambiato fidanzato e, in attesa di nuovi impegni di lavoro, «rosola» un topless davvero «dieci e lode»!



2 Un nudo mondiale quello di «Miss Galagol». Con dolci sorrisi e commenti competenti su Telemontecarlo ha conquistato tutti. Il fortunato marito è Franco Oppini, un Gatto di Vicolo Miracoli.



3 «In trasferta» alle Hawaii col marito, si è concessa una tintarella quasi integrale. Lui è rimasto (come sempre) «aboccaperta»: dopo nove anni d'amore il topless di lei continua a «turbarlo».



4 Ha un cognome «ecologico». Piena di energia e impegni, dopo una stagione di *Biberon* ha trascorso l'estate tra tournée, sport e, per la gioia dei fan, attimi di relax «in libertà» al sole.



9 Quest'estate è stata più che generosa in fatto di topless. E di altro. L'abbiamo vista in ogni posa, far smorfie, gesti e follie di ogni genere, e con partner «a rotazione». Dove? A Monaco!



10 È figlia della signora n. 11, qui accanto; un anno e mezzo fa l'ha resa nonna di due deliziose gemelle. Da mamma ha preso la bellezza, il fascino, ma non l'amore per scandali e colpi di scena.



11 Ed ecco la sempre affascinante nonna. Lei, per la verità, non si sente bene in quel ruolo: lo dice e soprattutto lo dimostra offrendoci piccanti rivelazioni scritte e orali sulla sua vita amorosa.



12 È la beniamina dei più piccoli, «reginetta» del programma tv *Big!* Ma quando arriva l'estate e decide di concedersi un'abbronzatura così, diventa anche la beniamina dei più grandi.



17 Ha un nome da cartone animato e un corpo mozzafiato. Di lei tutti conoscono il fondoschiena, «protagonista» di una nota campagna pubblicitaria. Ma anche il resto non è male!



18 Quest'estate l'abbiamo sorpresa così ai bordi di una piscina; in altri «panni», in genere più castigati la si è vista sul grande schermo (*Io e mia sorella, Burro, Ne parliamo lunedì*) e in televisione.



19 Un altro strano seno. Tanta abbondanza non vi tragga in inganno: non è una maggiorata della televisione. Sul piccolo schermo, comunque, questo busto (per fortuna vestito!) lo si vede spesso.



20 Ha trascorso un'estate rovente sulla riviera romagnola: balli, bagni, foto, tuffi e topless a volontà. Gli ammiratori sono in continuo aumento. In autunno la aspettano due film: *Paprika* e *Nanà*.

MORAL I PORNOKIČ

I etika ima svoj kič. A to, čini mi se, dokazuje dvije temeljne činjenice:

1) da je kič plod morala, krivotvorenja i zamjene istinskih osjećaja lažnima; odnosno sentimentalizmom (*sentimentalitaetom*, kako tvrdi Giesz).

2) da, tamo gdje se uvuče etika, trpi estetika.

Dovoljno je prelistati stranice pornografskih časopisa, zaći u sumnjive noćne klubove, pogledati reklamne fotografije kabarea na mjestima poput Pigallea, da bismo pronašli hrpu kič materijala.

Možda je to rezultat moralne degradacije našega doba? Obratno: rekao bih da je to rezultat estetske degradacije do koje je došlo zamjenom autentičnog «poroka», autentičnog «užitka», lažnim porokom ili užitkom.

Nastanak kič ukusa primijenjenog na poroke i užitke, povezan je s eksplozijom «zatvorenih kuća» u 19. stoljeću. Još i danas neki avangardni kafei (zaslužni za otkrivanje i vrednovanje «dobrog ukusa u lošem ukusu») koriste takav grješni dekorativni stil za stvaranje rafiniranog ambijenta. Ipak prostačka obilježja takvih ambijenata bila su na visini ponuđenog «užitka» (surogata užitka koji je ovdje «legalno» zaodjeven). Legalizacija poroka kao užitka dodatna je potvrda kič elementu.

Uostalom, možemo reći da kič ide pod ruku s takozvanim «građanskim moralom» (koji je sada već u opadanju, ali koji je prevladavao u zlatnom razdoblju kiča prvih desetljeća našeg stoljeća.), zazirući od otvorenijeg narodnjačkog morala, kao i od korumpiranijeg morala viših slojeva. Rekao bih da veliki lopov, pravi raspuštenik i legendarna kurtizana nisu nikada

186. Ovaj kviz, objavljen u poznatom časopisu popularnom 1990. godine, uz očitovanje lošeg ukusa, potiče voajerističko pamćenje

bili kič, ali to su svakako «pokvarenjaci» iz respektabilnog malograđanskog sloja.

Pornokič

Rasprava o «aktu u umjetnosti» već je zastarjela. Pogotovo ona o kič-aktu. Ukratko: tri četvrtine publikacija koje se temelje na ženskom (također i muškom!) aktu kojima vrve zemlje Zapada, ne mogu se definirati ni kao umjetničke, ni kao anti-umjetničke: one nas zanimaju sa sociološke, psihološke i pedagoške strane, ali i tada samo marginalno. Mi bismo, naprotiv, željeli utvrditi kako je vrlo često, izlaganje pornografskih aktova s niskim hedonističko-reklamnim i erotskim ciljem, popraćeno čitavom aparaturom «lošeg ukusa», analognom onoj brojnih masnih viceva i mnogih «pretjeranih» i prostačkih priča.

Sofisticirana, čak sadistička pornografija drukčija je i često je povezana s avangardnim oblicima umjetnosti, kao svojedobno s nadrealizmom. U nje je kič element - čak i kada se javlja samo u naznakama (a takav slučaj nije rijedak: primjer su poznati umjetnici poput Delvauxa, Magrittea, Labissea) - uzdignut na estetsku razinu, tako da je svatko tko je dovodio u pitanje dopuštenost uporabe pornografskog materijala (ili, u ovom bi slučaju, bilo bolje reći jednostavno erotskog) odmah «vraćen na svoje mjesto».

S druge strane, trivijalni pornografski materijal u kojemu je akt prikazan samo zbog niskih bludnih i komercijalnih ciljeva, jedan je od najboljih saveznika kiča.

Sugestivni pokreti, dvosmisleni osmjesi i poze golog modela ili striptizete, često će biti obilježeni lažnim stidom i snishodljivim erotskim implikacijama. Njihovi su stavovi namjerno dvosmisleni: reći i ne reći, otkriti i ne otkriti; dekorativni aparat koji uokviruje akt bit će naglašen najgorom vrstom zastarjelih ili hotimice osuvremenjenih banalnosti (na jednoj od naših ilustracija (213-214) može se vidjeti akt u pozlaćenom okviru), a što je možda najzanimljivije, sama «narav» akta često će, ako ne i uvijek, izgledati odvratno: mlohavo, istrošeno, umorno, pokazujući kako je i ukus koji se odnosi na «anatomsku ljepotu» - u ovom slučaju anatomski kič - isti kao kič-ukus u umjetnosti.

Da je u pornografiju prodro neprirodni element, pokazuje činjenica da golo tijelo «kao od majke rođeno», lišeno ukrasa (ili nagrđivača) gotovo nikada nije erotično ni erotizirano.

Očito je da se lascivnost mora služiti pojavama koje bismo u moralnom smislu mogli definirati «grješnima», ali koje su, zapravo, grješnije za estetiku, nego za moral, te pokazuju nazočnost onog elementa «dvostrukog značenja», zlobne skrivene misli, što je još jedan od atributa velikog dijela kič umjetnosti.

Pornokič vjerojatno zaslužuje više prostora, osobito danas kada je sve prisutniji u mnogim zemljama, što je potpomognuto tiskom koji objavljuje foto-stripove, a također i crtane stripove erotskog sadržaja. I na ovom se području nameće sljedeća distinkcija: s jedne su strane stripovi poput *Jodelle*, koji erotski element koristi ne samo šarmantno i sa stanovitom finocrom izrade, nego i s jasnom autoironijom (valja također pogledati elitni strip koji je zapravo grafička adaptacija Queneauove *Zazie dans le Metro*), dok je posve različit primjer mnogobrojnih jeftinih pornografskih tiskovina u kojima je erotika popraćena najgorim banalnostima sveopćeg lošeg ukusa.

Rompe un silenzio antico!
IL SESSO NON E' PIU' TABU'

EURO INTERNATIONAL FILMS



HELGA

EASTMANCOLOR
WILTH GASSMANN - EDERHARD MONDRY
1960 FROM 1960 | UFFUNG BRICH F. BENDER

Attenzione!!!

IL FILM È PER TUTTI, TUTTAVIA IL PUBBLICO È AVVERTITO CHE QUESTO FILM CONTIENE SCENE CHE PER IL LORO VERISMO POTREBBERO NON ESSERE ADATTE AGLI SPETTATORI PIÙ GIOVANI.

A CAUSA DI MALORI VERIFICATISI TRA IL PUBBLICO DURANTE LA SCENA DEL PARTO, IL CINEMA HA MESSO A DISPOSIZIONE DEGLI SPETTATORI UN SERVIZIO DI INFERMERIA ALL'INGRESSO.

INIZIO FILM: 14,40 - 16,50 - 18,45 - 20,40 - 22,50

187. Moda filmova za «seksualni odgoj» gotovo je potisnula «seksi» filmove. Nije izostavljen nijedan element koji može privući publiku: od «razbijanja drevne šutnje» i tabua, do činjenice da, iako je riječ o filmu «za svakoga», «on sadrži prizore koji bi, zbog svojeg naturalizma, mogli biti neprikladni za mlade gledatelje», pa sve do nazočnosti «zdravstvene službe» za moguća - besmisleno je reći, željena - «onesvještanja nekoga iz publike za vrijeme scene poroda». Za film se tvrdi da je poučan, čak i odobren od zdravstvenih i, dakako, vjerskih vlasti, ali on svejedno potiče čulna uzbuđenja i potencijalno je opasan.

Ugo Volli

PORNOGRAFIJA I PORNOKIČ

Pokušaj uspostavljanja veze između kiča i pornografije, uvođenje nove etičko-estetske kategorije i sam neologizam pornokič, na prvi bi se pogled mogli činiti, ako već ne nečim što je za osudu, onda barem nečim što nije posve opravdano, nego zaslužuje raspravu.

Zapravo, iako je prošlo vrijeme kada se bavljenje problemima poput lošeg ukusa i pornografije moglo činiti neozbiljnim ili pomodnim, uvođenje pornokiča može potaknuti barem dvije dvojbe.

Moglo bi se reći da je riječ o suvišnom prijedlogu, jer pornografija je čak i etimološki stvar lošeg ukusa (πορνή je prostitutka najnižeg ranga), te stoga nema razloga za razlikovanje pornokiča od kiča; ili bi isto tako netko mogao reći da je to nedoličan i loš prijedlog jer se pornografija uopće ne može razmatrati s estetske strane (ali ne i etičko-antropološke), te služi svojevrsnoj čulnoj konzumaciji.

Međutim, upravo nam suprotstavljenost tih dviju mogućih primjedbi može omogućiti da razjasnimo značenje pornokiča i utvrdimo po čemu se on razlikuje od pornografije. Seks za čovjeka nikada nije samo fiziološka i instinktivna činjenica. Štoviše, uvijek je pun kulturalnih, odnosno inicijacijskih, vjerskih, estetskih, sentimentalnih značenja.¹ Pornografija i pornokič oblici su kulturnih i povijesnih stavova prema seksu: prva nije ništa drugo nego specifično viđenje erotizma kroz leću iskrivljenu represijom i morbidnošću, dok je potonji, prema našem mišljenju, lažna i sladunjava, slatkasta i pomalo hladna upotreba pornografije od strane kič-čovjeka.

1

Desmond Morris zastupa suprotnu teoriju u knjizi *The Naked Ape* (Goli majmun), Cape, 1968., talijansko izdanje: *La scimmia nuda*, Bompiani, 1968., fascinantnim, iako slabo potkrijepljenim argumentima koji, konačno, nisu ni jako znanstveni. Pozvat ću se samo na psihoanalitičke teze (Freud, *Tri ogleda o seksualnosti*, itd.) ali tu je riječ o neospornom stavu.

Pornografija je po svojoj naravi sirova i gruba, a ako postigne estetske ili filozofske rezultate, ne pokušava se zaštititi, ne nastoji sakriti svoj morbidni karakter, ne pokušava se proglasiti umjetnošću ili znanošću².

Pornokič, osim što je negacija istinskih ljudskih vrijednosti ljubavi i seksa, također je negacija pornografije, koju zbog stalne i sistematske uporabe

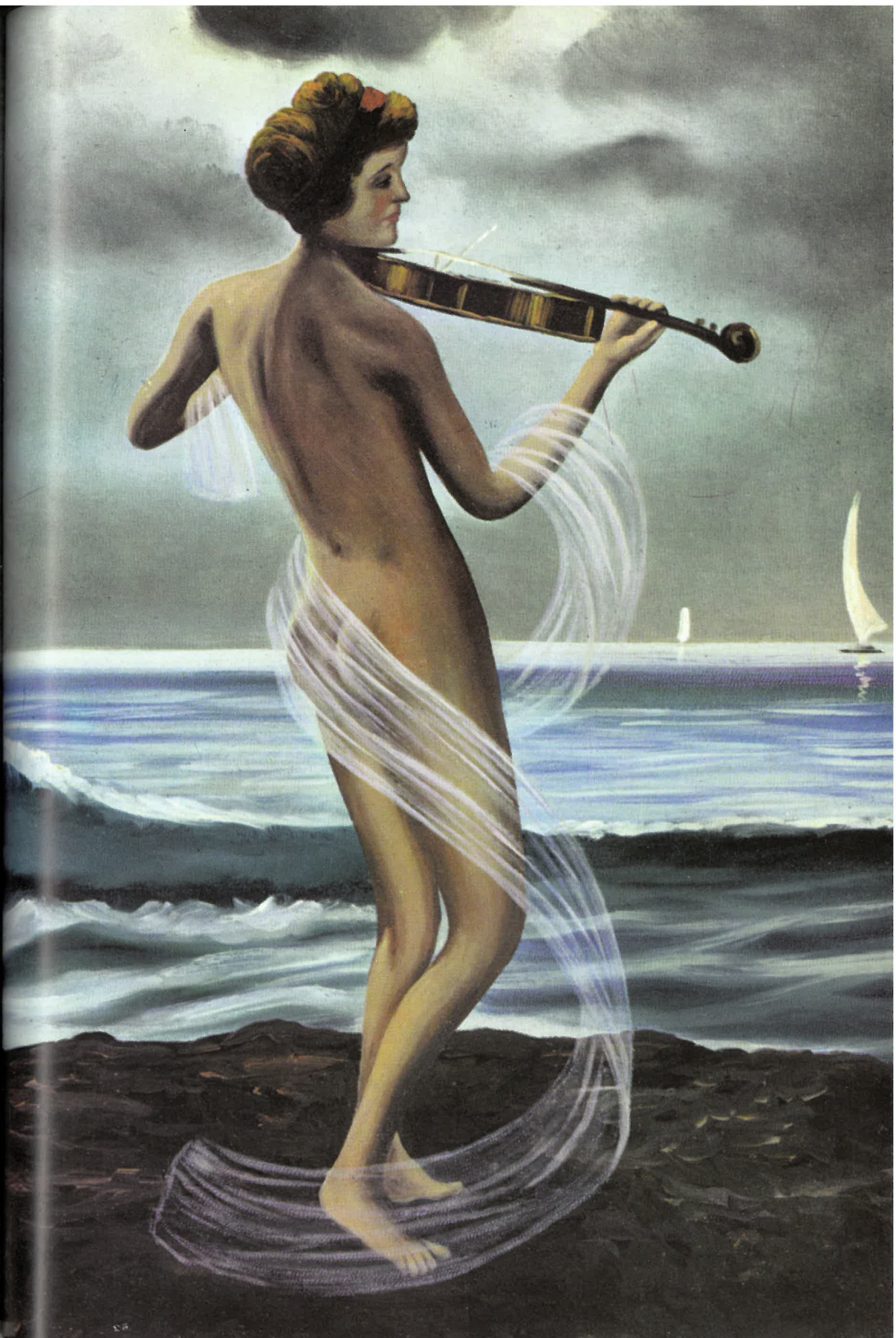


188. Ilustracija iz džepnog izdanja Boccacciova *Decameron*. Obratite pozornost na frizove, imitaciju antičkih minijatura, kojima je uokvirena fotografija, te na «ograničenu» prisutnost pornografskih elemenata.

189.-190. (na sljedećim stranicama) U pornokiču nalazimo veći ili manji spoj ili jukstapoziciju elemenata estetskog ili drugog «opravdavanja». Violina i komad secesijskog pokućstva stvaraju «atmosferu» koja bi trebala biti sugestivna i profinjena.

2

Dovoljno je sjetiti se, primjerice, Sadeova djela, kojeg se samo u današnje doba pokušava opravdati zbog njegovih estetsko-filozofskih vrijednosti.



eufemističkih tehnika, lišava sirovosti i realizma, zajedno s dobrim dijelom seksualnosti.

Zbog toga je pornografija, u biti, neestetska činjenica za, kao što smo već rekli, tjelesnu, čulnu konzumaciju, a pornokič je fenomen lišavanja ukusa, kako s estetskog, tako i s antropološkog stajališta.

Vrlo očit, iako možda samo približan način za dokazivanje istinitosti činjenice da su ta dva fenomena međusobno različita, ali da su oba u domeni kulture, nalazi se u značajki koju smo već spomenuli: njihovu povijesnom kontinuitetu.

Sa stanovitim točnošću mogu se odrediti, ako ne baš datum nastanka i pornografije i pornokiča, onda barem povijesne odrednice koje su uvjetovale njihove korijene i njihov razvitak.

O pornografiji se, barem u onom smislu u kojem je danas shvaćamo i kako smo je do sada nastojali definirati, može govoriti samo ako mislimo na one činioce u starom svijetu koji proizlaze iz određene vrste religioznosti, koja je uvijek bila latentna, ali koja ima nadmoć u židovsko-kršćanskoj tradiciji. S jedne strane riječ je o snažnom emotivnom odnosu prema grijehu (kojeg je Kierkegaard imenovao *strahom, drhtanjem i tjeskobom*), a s druge strane o širenju tog odnosa na cjelokupnu tjelesnost, dakle na svijet, na ljudsko meso, na cjelokupni djelokrug seksualnih fenomena, shvaćenih kao kozmički izvor i simbol zla³.

Pornografija je prirodan odgovor takvoj vrsti potiskivanja, uznošenje negativnosti seksa, mistificiranje njegova prakticanja, upravo stoga što je potisnut i pretvoren u *tjeskobu*⁴.

Nasuprot tome, pornokič nastaje s pojavom kič-čovjeka, s njegovom urođenom nesposobnošću ili da prirodno živi seks, ili da ga se stidi, ili da u sebi prizna postojanje jedne iskonske negativne komponente: *etičkog romantizma*⁵, čije su prirodne pretpostavke najprije vladajuća ideologija

3

Opsežnu povijesnu analizu koja opravdava tu oznaku možemo naći kod Waylanda Younga u djelu *Eros Denied* (Weidenfeld and Nicolson, 1965., poglavlja VII, VIII, IX i passim), talijansko izdanje: *La repressione dell'Eros*, Feltrinelli, 1968.) sa zaista obimnim materijalom, iako se njegovi zaključci ne mogu uvijek prihvatiti.

4

Općenito o potiskivanju usp. Freud, *Il disagio della civiltà* (Bijeda civilizacije) i Marcuse, *Eros e civiltà* (*Eros i civilizacija*).

5

Izraz je Croceov, iz djela *Storia d'Europa nel secolo XIX* (Povijest Europe u XIX. stoljeću), Laterza, 1932.

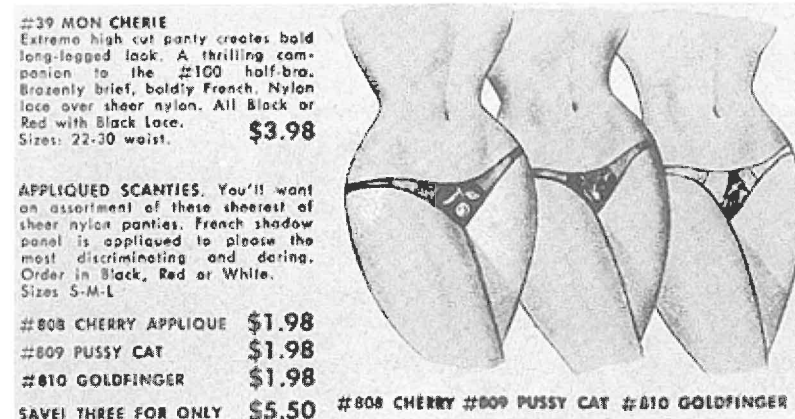


Lilli So Cyr PRESENTS
MORE THAN NUDE
#104 This bra is almost sinful. Lilli's special sheer-sheer marquezette with circles of CUT-OUT
Tips to show a dazzling bit of you It's the latest rage.
Nylon, Black or Nude.
Sizes 32 to 36 A Cup
32 to 38 B Cup
34 to 40 C Cup
\$3.98
INDICATE SIZE



Gegen Einsendung von **DM 2.-**
im Brief erhalten Sie einen echten
MINI-SLIP mit Rosenduff
aus Perlenspitze, mit Rückband eingefaßt, dazu unseren Farbkatalog mit Traumwäsche aus hauchdünnen Chameusen, Haus-Bikinis, Bettmodellen, Pandalon und Robbys, mit viel Sex, raffinierten Bühas und vielem Interessantem.
Bestellkarte

191. Reklame za proizvode za uljepšavanje i rublje često se temelje na elementima pornokiča koji potiču prikrivene seksualne komplekse prosječnog čitatelja



#39 MON CHERIE
Extreme high cut panty creates bold long-legged look. A thrilling companion to the #100 half-bra. Brazenly brief, boldly French. Nylon lace over sheer nylon. All Black or Red with Black lace.
Sizes: 22-30 waist. **\$3.98**

APPLIED SCANTIES. You'll want an assortment of these sheerest of sheer nylon panties. French shadow panel is applied to please the most discriminating and daring. Order in Black, Red or White.
Sizes S-M-L

#808 CHERRY APPLIQUE **\$1.98**
#809 PUSSY CAT **\$1.98**
#810 GOLDFINGER **\$1.98**
SAVE! THREE FOR ONLY **\$5.50** #808 CHERRY #809 PUSSY CAT #810 GOLDFINGER

buržoazije, a potom i neokapitalistička ideologija. Iz nemogućnosti življenja i viđenja seksa bilo na autentičan, bilo na tjeskoban način, nastaje potreba za njegovim opravdanjem, za tim da ga se pretvori u estetsku ili znanstvenu činjenicu, u nešto što lijepo izgleda ili što je važno znati, a što u svakom slučaju ne dotiče osobnu odgovornost, nego se proživljava sentimentalno, nastaje kič Erosa - pornokič.

Ovdje je važno uočiti da upravo subjektivni elementi, načini upražnjavanja seksa, određeni erotski subjekt čine nečim sramotnim, stoga i pornografskim, ili mu pridaju laka i budalasta obilježja, te ga pretvaraju u pornokič, naizmjeničnim postupkom pražnjenja i zamjene značenja, koje bismo mogli nazvati dekontekstualizacijom.

V A C A N Z E

T E S S O T



Sesso, successo, soldi e salute.
Quattro «S» per scoprire la vostra personalità.

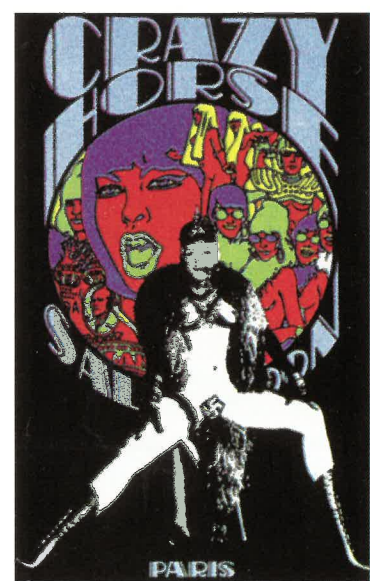


Il grande gioco delle «Quattro S» che «L'Espresso» vi propone per questa estate 1990 si compone di quattro puntate dedicate ciascuna a una «S» che domina la nostra vita. Attraverso test maliziosi ma probanti, verrete condotti a conoscere la verità sulle vostre inclinazioni (e quindi sul vostro destino) in fatto di Sesso, Successo, Soldi e Salute. Si comincia, ovviamente, dal Sesso con tre

Siete artisti del sesso?

test diversi che saggeranno aspetti distinti del vostro carattere. Fateli coscienziosamente e leggete sia i vostri profili parziali, sia, nell'ultima pagina, il vostro identikit erotico complessivo.

- 1** Riempite la navoletta che abbiamo aggiunto a quest'opera di Jeff Koons dal titolo «Jeff e Iona made in Heaven».
- a** L'arte è un'amante gelosa (Ralph W. Emerson)
 - b** L'arte vien meglio un po' di nascosto (Emilio Cecchi)
 - c** L'emozione estetica è statica (James Joyce)
 - d** Con la virtù si fanno solo opere fredde. Sono la passione e il vizio ad animarle (Denis Diderot)



193.-195. «Politički» element, kako u slavljenju djece cvijeća, tako i u vrijedanju kukastog križa, samo može biti sumnjiva ukusa

192. Uobičajeni ljetni kviz časopisa L'Espresso (1990.) podsjeća na «uspjeh» Jeffa Koonsa na Venecijanskom bijenalu: taj se američki umjetnik nije bojao «bliskih susreta» s Cicciolinom



196. Fotografija iz knjige *Erotik in der Photographie*

S tim u vezi, kao istaknut, ali ne i usamljen slučaj, valja spomenuti da se na Zapadu djela poput *Kama Sutra*, ili sustavi mišljenja kao što su *Tantra Yoga* ili seksualna *yoga*, sagledavaju u pornokič ključu, dok su ona, naprotiv, u svojim zemljama i dalje sačuvala inicijacijsku i mističnu vrijednost iskazanu i u prikazima u nekim hramovima, koje mi također doživljavamo kao pornokič⁶.

Očito je da, usprkos iznošenju subjektivnog aspekta tih fenomena, ne možemo zaboraviti da je za pothranjivanje lažne i umjetne osjećajnosti kič-čovjeka nastala čitava kulturna industrija, čije se veliko i profitabilno,

6

Valja vidjeti analizu dvaju talijanskih prijevoda kineskih tekstova u *Sextrapolazioni*, Carla Coste, članak objavljen u *Quindici*, br. 11, lipanj 1968., gdje se govori i o talijanskom prijevodu *Disgrazie della virtù*.

iako općenito zanemareno područje, bavi širenjem pornokiča putem najrazličitijih medija: od fotografije do književnosti, od crteža do filma, od reklama do *strip-teasa*.

Iako, bez daljnjega, ne možemo na isti način govoriti o svim medijima, možda je moguća jedinstvena analiza jezika pornografije i pornokiča, upravo zato što je on «strukturalno» namijenjen različitim načinima komunikacije, te stoga posjeduje svoju homogenost koja zasjenjuje onu koju posjeduju mediji, iako ga u stanovitoj mjeri oni mijenjaju⁷. Tako razlika između neke fotografije, crteža i nekog pornokič opisa ne bi trebala biti veća od razlike između nekog književnog teksta u tiskanom obliku, snimljenom na ploču ili odglumljenom u kazalištu.

Zanimljivo je kako se kulturna industrija, u svojoj proizvodnji pornokiča (kao uostalom i kiča općenito) služi mitogogičnim tehnikama u želji da stvori *nove mitove*,⁸ lažne ali brižljivo konstruirane, koji se suprotstavljaju klasičnoj i narodnoj mitologiji jer su heterodirektni i jer su artificijelni i zato što, upravo zbog svoje lažnosti, demistificiraju znanstveni duh.

Veza između mita i Erosova kiča osobito je očita - na primjer kod vamp-žena poput Brigitte Bardot, Marylin Monroe ili Sofije Loren - ali prisutna je u cjelokupnom pornokiču, što ćemo još vidjeti, kao njegova bitna komponenta.

Opravdanja i eufemizmi⁹ u kojima se ostvaruje pornokič brojni su i različiti, ovisno o izabranim tehnikama skrivanja.

Prvi i osnovni trenutak mistifikacije jest fenomen s kojim se susreću proizvođači pornokiča i njihovi klijenti, ali i njihovi moralistički tužitelji: riječ je

7

Svakako je moguća strukturalna analiza pornografskog jezika, iako se odbacuju one krute analogije s jezikom (proučavanje sintagmi, monema, leksema, dvostrukih ili trostrukih artikulacija, itd.) koje su, s više strana, bile izložene kritikama. Usp. G. Dorfler, *Artificio e natura*, Einaudi 1968., pogl. IX.; U. Eco, *La struttura assente*, Bompiani 1968.; R. Barthes, *Elementi di semiologia* i općenito sva prebogata literatura o semiotici i semiologiji. Možda bi se moglo uzeti Proppa kao dobar model (V. Propp, *Morfologia della fiaba* (Morfologija bajke), Einaudi 1966.).

8

O suvremenoj mitologiji i razlozima njezine lažnosti, kao i njezinih mogućih pozitivnih komponenti, britko su pisali G. Dorfler: *Nuovi miti, nuovi riti*, Einaudi i R. Barthes: *Miti d'oggi*.

9

Eufemizam je, zajedno s mitom, bitna komponenta pornokiča, toliko da jednog od njih možemo koristiti kako bismo našli drugog, ili obrnuto. O toj temi usp. N. Galli De' Paratesi, *Semiotica dell'eufemismo*.



o onome što bismo mogli nazvati kičem morala, onime što seks čini anti-septičkom i pomalo znanstvenofantastičnom činjenicom, ili «nečim» što ne treba ni imenovati, ili tehničkom činjenicom poput procesa reprodukcije biljaka ili morskih zvijezda.

Filmovi kao što su *Helga ili Eva* (sl. 187) tako ponosno pokazuju «preporuke medicinskih, obrazovnih i vjerskih vlasti», časopisi koji tvrde da objavljuju fotografije ženskih aktova zbog seksualnog odgoja ili zbog psihološkog i moralnog zdravlja (parola jednog francuskog časopisa takve vrste sve je do nedavno bila *Plexus décomplexé*), knjige koje se pretvaraju da podučavaju kako postići seksualnu sreću i sklad. Svi oni se pozivaju na visokovrijedne ljudske i moralne motive, kao što uostalom čine i njihovi omalovažavatelji.

Onaj tko prodaje pornografski materijal ne čini to radi svojeg interesa, nego time obavlja važnu misiju; onaj tko ga kupuje ne čini to zbog vlastitog užitka, nego da bi se obrazovao i civilizacijski uzdigao; onaj tko se tome protivi ne čini to zato što ga sve to uistinu uznemirava i brine, nego zato što na taj način čuva najsvetije vrijednosti zapadne civilizacije.

Već ovdje možemo vidjeti kako se pornokič razlikuje od pornografije zbog činjenice da odgovara najlicemjernijem mentalitetu, bel espritu buržoazije koja ga kupuje. Kič-čovjek ne može prihvatiti činjenicu da je njegova uporaba erotskog materijala jedan oblik voajerizma, morbidni čin, koji uključuje čitavu osobu. On više voli vjerovati da je riječ o nečemu što mu i dalje ostaje relativno tuđe, o nekoj vrsti tehničkog odgoja ili obrazovanja, kao što smo upravo vidjeli, ili o nekoj vrsti estetske kontemplacije.

Taj eufemistični aspekt pornokiča, kojeg smo definirali kao moralni aspekt, dopunjuje još jedan, složeniji i artikuliraniji oblik opravdavanja, kojeg bismo mogli nazvati estetskim opravdavanjem.

Svi aspekti pornografske komunikacije, sve mogućnosti pojedinih medija koriste se da bi pornokič učinile estetski lako prihvatljivim, da bi mu pridali banalnu i očekivanu dopadljivost, što su zajednička obilježja svih oblika kiča.

◀ 197. Dvostruki smisao ove fotografije popraćen je pozivom na pretplatu na mjesecnik u kojemu je objavljena. Falusna simbolika ptice, koja se očituje u dugačkom kljunu, čini ovu fotografiju klasičnim primjerom svoje vrste.

◀ 198.-199. Najnapadniji primjer umjetničkog pornokiča je *Živi Rodin*. Razlika u dojmu koji ostavljaju originalna skulptura i poza modela, jasno je vidljiva. Ostavimo li po strani učinak medija, stečeni dojam posve se razlikuje od željenog, unatoč površnoj sličnosti.

Na prvom se mjestu koristi lažni avangardni stil pisanja kako bi se čitatelj zavarao da čita «umjetničku prozu» ili gleda fotografirane ili naslikane «umjetničke aktove», te se tako nastoji uzdići što je više moguće, uz pomoć odabranih sredstava komunikacije.

Tako je književni jezik pretrpan pridjevima, «poetskim slikama», retoričkim figurama i tropima naslaganim jedan na drugog bez ikakve estetske ili logičke veze. Prevladavaju hiperbole, sugestivne litote, metafore, u želji da se zapanji, omami čitatelja, kako bi on stekao dojam, čak i posredstvom laganog zanemarivanja sintakse, da se, kao što smo rekli, nalazi pred «umjetničkom prozom». Ali njezin cilj je ujedno i da ga uzbudi prešućivanjem istine, podmetanjem ponekad vrlo jasnih, ali bujicom riječi prikriivenih, seksualnih simbola.

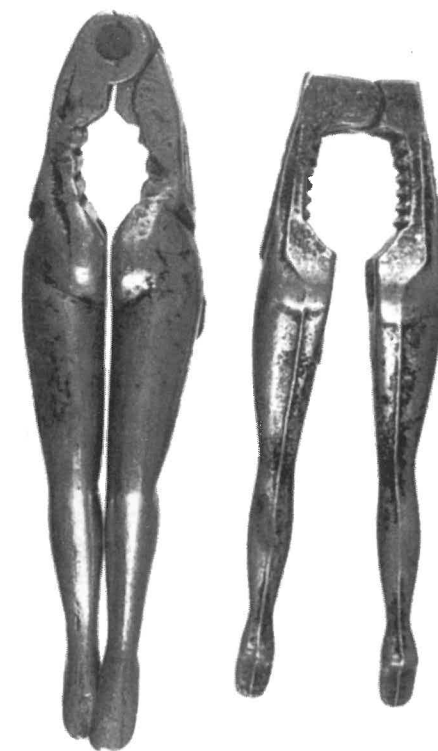
Pri pokušaju da se na svakoj stranici izgradi novi mit ili pronadu nove magijske osobine kod svake žene, ne ostaju pošteđene ni klasične slike, ni uzvišene riječi, ni učena pozivanja na skolastičku kulturu: žena je *šumska nimfa* ili *božica*, često *Venera* ili *grčki kip*, ponekad *vila*, a s vremena na vrijeme čak i *vragolanka*. Takva ulazi u sve mitologije i živi na svim najegzotičnijim geografskim širinama.

Svi ti ukrasi imaju određenu ulogu - mistificiranje seksualne pozadine pornokiča, njegovo skrivanje, obavijanjem u što nerealnije i što bajkovitije ambijente i situacije.

Štoviše, taj proces skrivanja često podrazumijeva zamjenu termina kao što su «mašta», «san», «imaginacija», «bajka» i tako dalje, koji se jednostavno spomenu i za njihova primaoca one funkcioniraju kao *ključne riječi*, na koje reagira na unaprijed određen način, kao da su to Pavlovljevi podražaji. Na posve analogan način on reagira i na reklame. Uostalom, broj ključnih riječi znatan je, jer na primjer, i klasicizirajući opisi žene, koje smo prije naveli, imaju istu ulogu - zamjenu opisa semantičkom aurom jedne riječi ili nekolicine sugestivnih termina, stvarajući tako dojam dvoznačnosti, koja je, za razliku od one poetske, predvidljiva i banalna.

To se ponajprije može naći u didaskalijama i komentarima fotografija u pornografskim časopisima, u kojima se književni pornokič vrlo jasno očituje.

U tim tekstovima dvoznačnost o kojoj smo govorili, između ostalog, potpuno zapada u redundanciju, jer je u njima jednostavno opisan sadržaj fotografije, iste one koju je promatrač već sam vidio, a s druge strane ona se, uobičajenom zlouporabom konotacija i retoričkih figura, smješta u ne stvarnost, u san ili maštu.

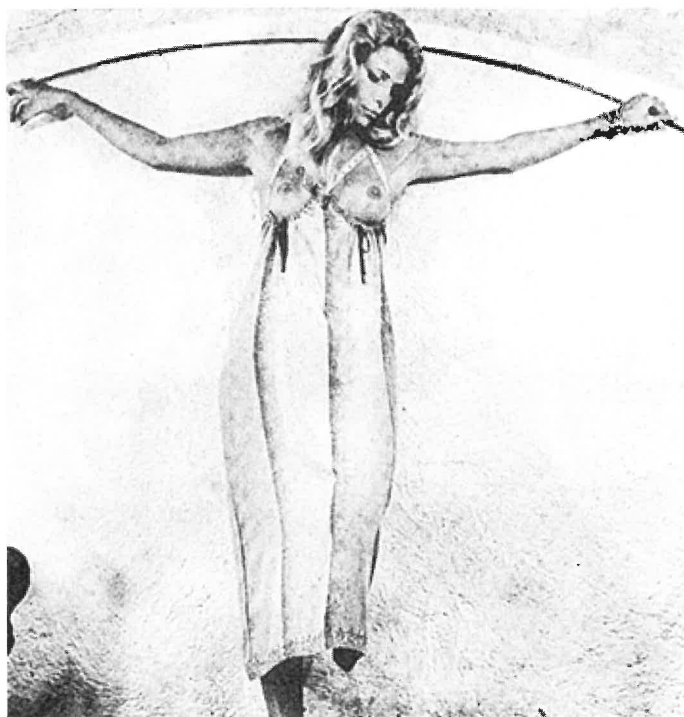


200. Dvije krckalice za orahe
(lijevo: u stilu svoga vremena;
desno: jeftina, u egipatskom stilu)
kao primjer transpozicije

Primjer takvog teksta, koji ni konceptualno ni lingvistički nije zamršen ni složen, ali koji nam se čini znakovitim, jest komentar ilustracije pod brojem 201, gdje se, između ostalog, može pročitati:

... Sve u svemu, ako i izgubimo strpljenje i sve bacimo u zrak, sve djeliće koje nismo uspjeli smjestiti na pravo mjesto, uvijek ostaje činjenica da postoji ovako lijepa plavuša i ovakva haljina iz 1001 noći. Možda Mimmo Lisa (ime modela, što smo prethodno mogli saznati) nije Švedanka, a ni Sicilijanka. U svome toplesu boje plavičastog dima u empire-stilu izašla je iz neke boce ili amfore, kamo će, poput Pepeljuge, otrčati da se sakrije kad odbije ponoć...

Činjenice koje prizlaze iz ovog odlomka (ali i iz cjelokupnog teksta, ili bilo kojeg sličnog napisa, jer spomenuti je navod gotovo slučajan) malobrojne su: ime modela, koje su već znali oni koji su pročitali ostatak teksta i koje u



201. Mimmo Lisa, čija je «povijest» ispričana u tekstu

svakom slučaju uopće nije bitno, njezina tjelesna obilježja koja su vidljiva na samoj fotografiji, kao uostalom i njezina smiješna odjeća, tako pompozno opisana. Preostaje lažno pitanje njezina podrijetla, koje sigurno ne može utjecati na gubljenje strpljenja, pogotovo ne urednika, jer oni ga znaju, niti čitatelja kojima ono uopće nije bitno. Po izgledu djevojka bi mogla biti Švedanka (uz egzotičnost, eto i površnog i naivnog, no znakovitog, primjera rasizma karakterističnog za *latin lovera*), Sicilijanka... po imenu. Naposljetku, onirička atmosfera, odnosno preobrazba stvarnosti u san, te mitska atmosfera u kojoj je osobito zanimljivo povezivanje dviju različitih i međusobno nespojivih mitologija: mitologija *duha iz svjetiljke* iz 1001 noći i germanske mitologije *vila*, na koju se odnosi bajka o Pepeljugi.

I drugi su mediji podložni analognim procesima lake i banalne uporabe estetskih pojava, koje su već toliko potrošene da su izgubile svaku informativnost i ne uvijek implicitnim tvrdnjama da su te pojave «umjetničke», pa je to «opravdavanje» njihova sadržaja.

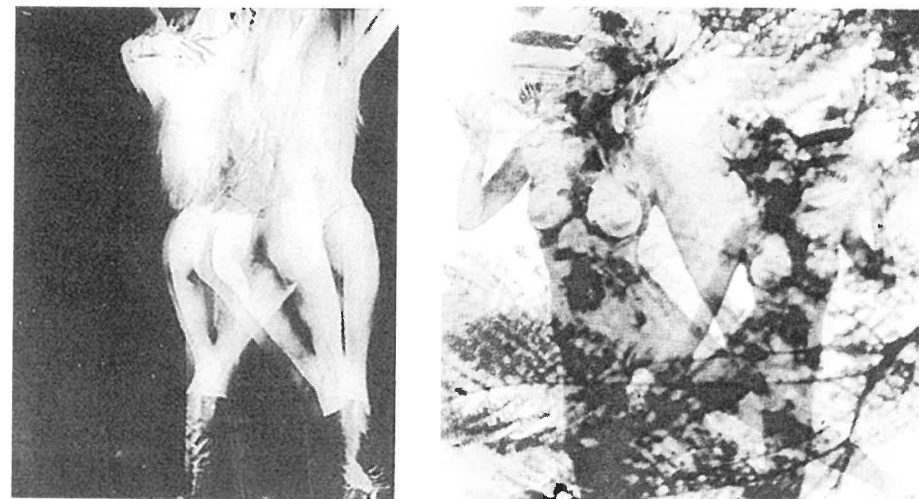
U fotografiji su osobito zanimljiva djela onih autora koje, s hvalisavom navidnošću, nazivaju *majstorima ljepote*, koji uvijek fotografiraju u crno bijeloj tehnici i posjeduju neuobičajeni talent za izradu malo nadeksponirane ili malo podeksponirane fotografije, ili djelomično neoštre, s pomalo drukčijom zrnatošću od one na fotografijama s iskaznicama, ili s pomalo iskrivljenom perspektivom i neobičnim osvjetljenjem, u što spada i poneki pokušaj uporabe stroboskopije (sl. 202-3).

Gotovo je suvišno reći da, usprkos velikoj ponudi tehničkih sredstava, koja se uvijek koriste na banalan način, većina slika izgleda isto, bez ikakve bitne novosti ili estetske zanimljivosti, osim stanovite prividne i mlitave dopadljivosti i očite želje da se ponudi «lijepa» ili «umjetnička» slika.

Taj retorički aparat, kao i onaj književni, očito ima namjeru pribaviti neko opravdanje tvorcu i gledatelju fotografije, koja, ako je «umjetnička», ne može biti pornografska.

Upravo producenti pornokiča ustrajavaju na pravljenju razlike između njihovih djela i pornografije, te tako uspostavljaju razlikovanje analogno našem, ali, dakako, u biti posve drukčije.

Gledajući iz drugog kuta, jedan od najčešćih argumenata samoopravdanja pornokiča tvrdi da je ljudsko tijelo, osobito žensko, «najljepša stvar na svijetu», u čemu možemo uočiti kako poistovjećenje lijepog i dopadljivog



202.-203. Stroboskopski efekti i ostali fotografski trikovi rijetko postižu estetski učinak. Ovim se fotografijama samo željelo uobičajenom ženskom aktu dodati patinu modernosti i sofisticiranosti.

tipično za kič, tako i pojam, ili bolje rečeno, mit *žene objekta*. To je specifičan oblik buržoaskog otuđenja čovjeka koji se nalazi u osnovi cjelokupnog pornokiča, ili barem onoga namijenjena muškarcima.

Isto bi se moglo reći i za pornografski crtež, koji vrlo često prerasta u kič. To je svakako prihvatljivo u teoriji, a ponekad se događa da se pornografski elementi koriste u vrijednim crtežima (no može li se to nazvati pornografijom? Na temelju prijašnjih razmatranja smatramo da ne može. Još manje smatramo da se tu može govoriti o pornokiču, osim kada je riječ o slučaju *ostranenia*, ili klasičnoj uporabi kič elemenata u kontekstu koji ih otuđuje od njihova uobičajena okruženja, pretvarajući ih u zaseban element s vlastitom vrijednošću).¹⁰

Međutim, mnogo se češće pornografski crtež nastoji prilagoditi tekućim stilovima i u tome traži opravdavajuće elemente. A s obzirom da u suvremenom slikarstvu ima zaista malo mjesta za ljudsku figuru, osim u socijalističkom realizmu, u nekim primjerima slikarskoga kiča ili apsurdnog mizoneizma, kao i u nekim primjerima pop slikarstva, gdje se, na primjer, povećani kvadrat stripa teško može usuglasiti s pornokičem, autori takvih djela prinuđeni su baviti se ženskom modom, stripom ili unutarnjim uređenjem; ili pak izgubiti svaku vezu sa stvarnošću, zbog, suviše je i reći, primjene umjetničkih izražajnih sredstava koje je vrijeme odavno pregazilo. Tako se zajedno s modom secesije afirmira pornokič s neosecesijskim prizvukom, ali istodobno se rade i neogotička djela, ili pseudonadrealistička, ili lažna naiva.

I ovdje se posvuda rasipaju simboli, množe aluzije i slika se pretrpava detaljima, nekad s ciljem postizanja «umjetničke» vrijednosti, a nekad da bi se prešutno potkrijepila seksualnost lika.

Ali ona strana pornokiča koju smo definirali estetskom, ne troši se na uporabu lažnih umjetničkih i pseudomodernih obilježja, tj. na posve formalni aspekt, koji se odnosi na korištenje medija. K tome, važna je eufemizacija (dakle kič, kao što smo već mogli uočiti) pornografskog subjekta kao takvog.

I tu se koriste različite tehnike u mnogostrukim varijacijama, ali sve one služe skrivanju pornografske stvarnosti iza bilo kakvog argumenta koji se čini samosvojnim i bitnim, a on može biti i kulturni ili «umjetnički», dok je zapravo riječ samo o izgovoru.

10

Za pojam *ostranenie* ili otuđenje (što je posve različito od *dekontekstualizacije* o kojoj smo već govorili), usp. G. Dorfler, *Artificio e natura*, str. 234-236 i V. Erlich, *Il formalismo russo*, Bompiani 1966.

Tako nastaju specifične «romantizirane» biografije i priče (na primjer o Lucreziji Borgiji ili Katarini Velikoj), knjige koje «etnološki» ili «povijesno» prikazuju seksualni život «egzotičnih» naroda (a u tom smislu «egzotični» su i Parižani) ili drevnih civilizacija, s takvim rekonstrukcijama čijoj bi preciznosti i detaljnoj razradi svaki komentar bio suvišan; bez daljnjeg, posve bezvrijedni «realistični» književni uradci.

Osobito je zanimljivo da se djela koja su nekad bila pornografska, ali nisu imala veze s kičem, danas čitaju kao pornokič: Boccaccio i Sade, Katul i Sapfo, Ovidije i Flaubert, itd.



204. Priroda je element koji se često rabi u pornokiču zbog stvaranja dojma «spontanosti» i «čistoće» koje je *medium* već posve uništio

Takav način čitanja, analogan onome što smo ga upravo naveli, iako se ponešto razlikuje od njega - djela koja nisu napisana kao pornografska - potaknuo je izdavanje čitave mase ponovnih izdanja određenih klasika, koji su jako promijenjeni, izrezani, ilustrirani (ponekad fotografijama), dani u sažecima, prijevodima (poznat je prijevod Dekameronu s Boccacciova jezika

ka na suvremeni talijanski jezik, ilustriranog lažnim minijaturama i apsurdnim fotografijama, očitim pornokičem. Izlazio je jednom tjedno, a kao što samo možemo zamisliti, rezultat je bio opscen u svakom smislu te riječi).

Valja se prisjetiti da su i u likovnoj umjetnosti u prošlosti zabilježeni primjeri takvog ponašanja, s poprilično teškim posljedicama. Takav oblik kiča čest je na pornografskim fotografijama, a očituje se na vrlo razrađen i složen način. S jedne strane imamo egzotiku, koja fotografije lijepih i nešto manje lijepih djevojaka koje su uvijek gole ili polugole, ili su pak Indijanke, Kineskinje, Vijetnamke, crnkinje, Havajke (sl. 205) opravdava zanimanjem za zemljopis, a zašto ne, i turizam. S druge strane očituje se kao *arhaiizam*, s patetičnim rekonstrukcijama poza ili rublja Marije Antoniette ili «faraonica» (sl. 206), ili u obliku najgorih mogućih reprodukcija grčkih kipova, pompejanskih zidnih slika, Goye ili Tiziana.

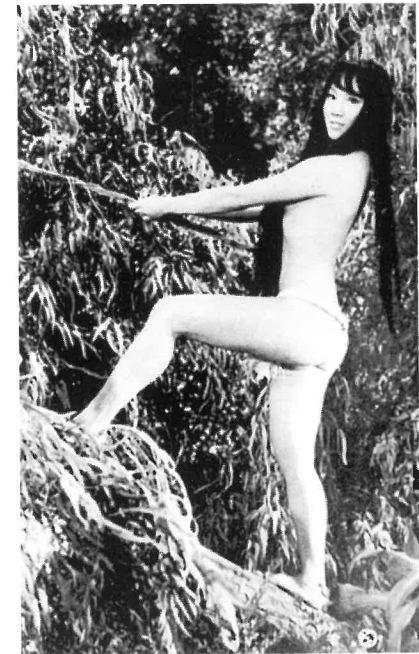
Osim klasične umjetnosti, urednici pornografskih časopisa i njihovi poduzetni fotografi otkrili su novu umjetnost - oslikavanje modela, ponekad kao anđelčića, nekad manje naturalistički s točkicama i kružićima, ili manje više nesigurnim i psihodeličnim prugama i crtama (sl. 208), predstavljajući sve to kao djelo od najvišeg estetskog interesa.

Drugi način korištenja umjetnosti ili njezina imena jest «*ovjekovječenje bojom sjaja žene-simbola šezdesetih godina*», a to je Ursula Andress, naslikana u takvoj pozi, pred takvom pozadinom i takvom tehnikom koje bi trebale imati stanovite klasične konotacije, dok je sama slika, uokvirena zlatnim okvirom, zapravo vrlo komična.

Ponekad su, naprotiv, «umjetnici» oni koji dopuštaju da ih se iskorištava, a tu je neizostavan Dalí koji je uredio jednu blještavu pornokič sobu za djevojku-model odjevenu u triko, a naravno nije zaboravio odrediti na slici mjesto za sebe (sl. 211).

Brojni su primjeri pornokič mode, poput djevojke koja svoje grudi uokviruje pozlaćenim okvirom (sl. 213-214), stripa o Cagliostrovu životu i ljubavima, koji na infantilni, ali nedvosmislen način prikazuje ljepotu njegovih bezbrojnih žena, seksi fotoromana, među kojima su najzanimljiviji znanstvenofantastični, u kojima se svemirske brodolomke ili istraživačice koje dolaze iz budućnosti, zabavljaju vodeći ljubav (ili upravo «moraju» voditi ljubav da bi preživjele) na našoj zemlji u našem vremenu, transformirajući više čeznutljivo nego ravnodušno, partnerovo tijelo, ali i vlastito (*sic*), i izgovarajući za vrijeme orgazma nerazumljive riječi na svome jeziku. Ali vrhunac pornokiča na sadržajnom planu, postignut je možda u prilogu koji je objavljen u talijanskim i francuskim časopisima «za muškarce», pod

205. Pseudonaturalizam i egzotika prožimaju se na ovoj slici, naslovljenoj *Luana, kći djevičanske šume*, koja očito potiče želju kič-čovjeka za bijegom iz svakidašnjice



206.-207. Svojim pozivanjem na romantičarski shvaćenu antiku, sarkofag iza «faraonice» i skulpture koje okružuju Lisu Gastoni služe ponajprije kao opravdanje



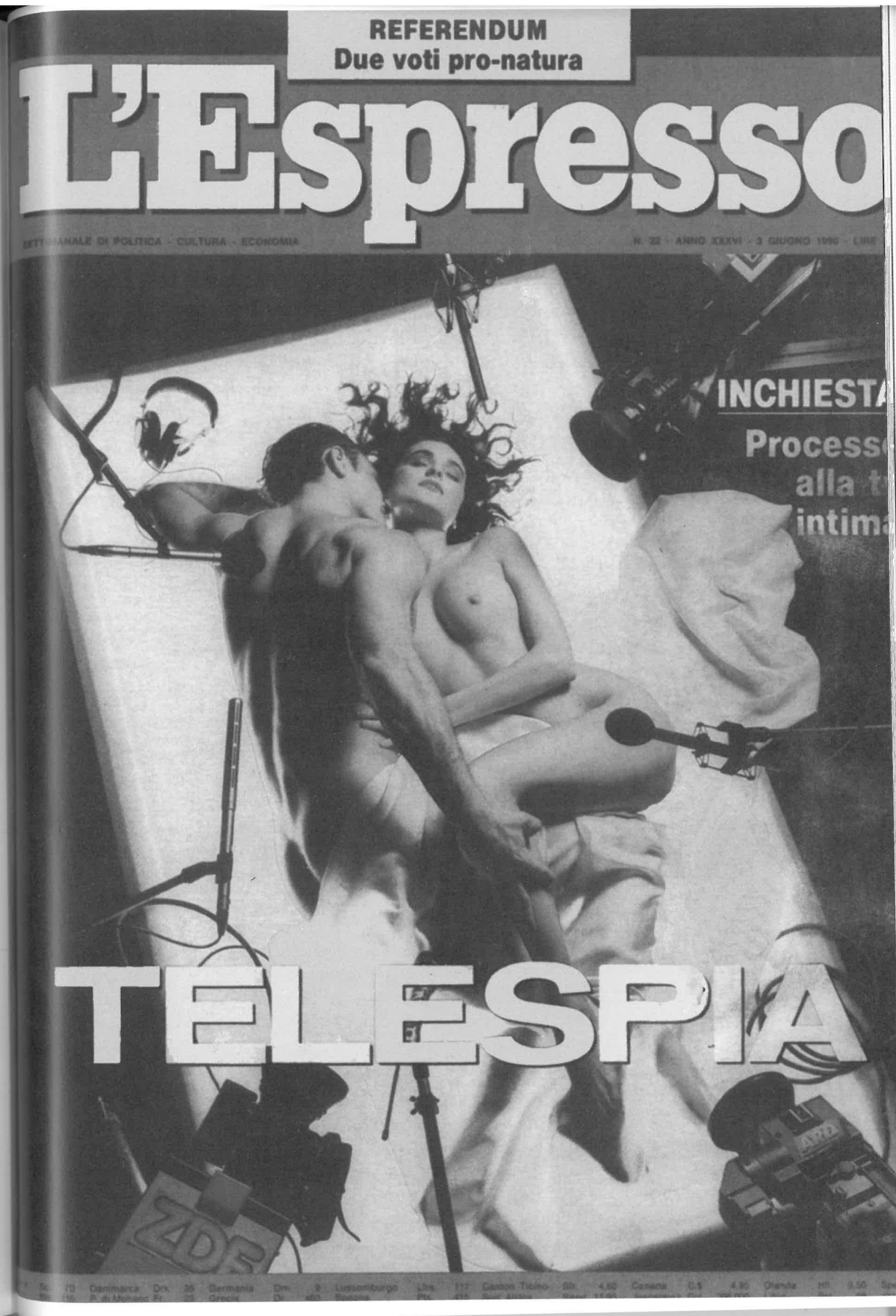
naslovom *Živi Rodin*, u kojemu živ očitno nije bio francuski kipar, nego likovi na jednoj seriji fotografija, goli muškarci i žene koji su zauzimali poze nekih glasovitih Rodinovih skulptura, dajući im tako lažno tumačenje, koje ne poštuje ni osnovna estetska obilježja imitiranih djela (sl. 198-199). Svi ti primjeri imaju jasno kič značenje: i ovdje buržoazija, *bel esprit*, kič-čovjek mogu mirno i bez kompleksa uživati u svojoj pornografiji, jer je njezin sadržaj proglašen «umjetničkim» i kulturnim, ne zbog osobite uporabe

208. Model za oslikavanje učestala je pojava u pornokič časopisima; vrlo često u popratnom tekstu piše da «u umjetničkoj radionici svatko može slikati»



209. Posljednjih je godina uporaba videokasete jako pridonijela širenju pornokiča, kako to ističe naslovna stranica časopisa *L'Espresso* (1990.)

242



estetskih formi medija, kao što smo već prije vidjeli, već zbog izravnog pozivanja na umjetnost, zbog svojevrstne naglašene autokonotacije, koja stalno uvjerava čitatelja, promatrača u svoju ozbiljnost i ozbiljnost djela i koja se neprestano izlaže i pokazuje u pratećim elementima, kao što su didaskalije i komentari.

Ovdje, kao uostalom i u kiču kojeg smo nazvali kičem medija, djevojka-model ne postoji kao osoba, niti kao subjekt mistificiranog erotizma, koji je bit prave pornografije; ona je jednostavno nositeljica, prenositelj «estetskih» ili «kulturnih» vrijednosti, koje su joj ipak strane.



210. Ovaj «umjetnički» portret Ursule Andress popraćen je sljedećim tekstom: «Vrijeme neumoljivo ubija ljepotu. To nije pravedno, ali takva je sudbina. Uzmimo na primjer Ursulu Andress. Ursulu za dvadeset, za četrdeset godina. Bolje je ne razmišljati o tome. Stoga je neki slikar odlučio bojom uvijekovječiti sjaj te žene, simbola šezdesetih godina. Tako će ljepota Ursule Andress govoriti za sebe i u budućnosti, kada zima zamijeni ljeto.»

211. Dali je spojio teme smrti i ljubavi (ili seksa) prema tipičnom kasnoromantičarskom i kič modelu, u atmosferi koja je zadržala samo najbanalnije oblike nadrealizma





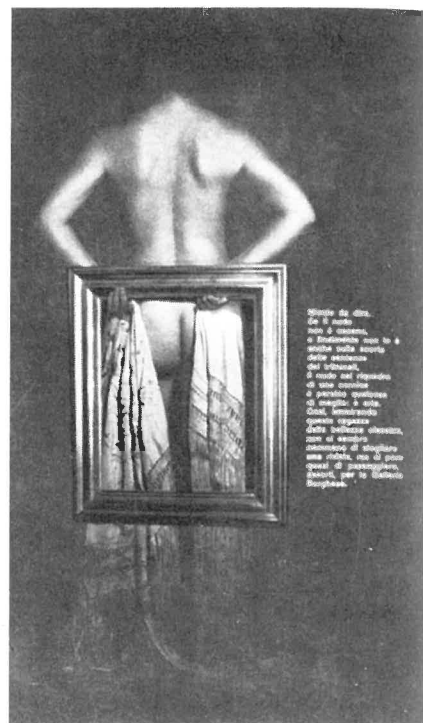
To je, između ostalog, jedan od razloga zbog kojih smo rekli da je pornokič negacija pornografije: na primjer modeli *Živog Rodina* ne odriču se samo individualnosti, a time i autentičnosti vlastitog erotizma. Zauzimajući određenu pozu, oni proglašavaju da toga časa prestaju biti seksualnim subjektom: zbog toga urednici časopisa tvrde da ne rade pornografiju - a uistinu je i ne rade. Model nije objekt seksualne želje, nego zanimljiva estetska činjenica (po sebi ili posredstvom medija), zanimljiv povijesni ili etnografski dokument, itd.

Ovdje, međutim, proces pornokiča nije završen, jer vjerojatno barem na nesvjesnom nivou, ali najčešće pri punoj svijesti, u trenutku recepcije, ukrasi otpadaju i pokazuju da je riječ zapravo o izlikama, a pornokič se očita va kao prava pornografija. Model iz *Živog Rodina* ne doživljava se kao «skulptura» ili «pokušaj skulpture», niti kao «djevojka koja želi da je vide kao skulpturu», nego kao žena poželjna zbog svoga privlačnog tijela, daka-ko, na morbidan, lažan i odvratno depersonaliziran način, kao što je slučaj u cjelokupnoj pornografiji. Ali ona je, za razliku od pornokiča, tamo vide-na barem na iskren ljudski i prirodan način.

Cijelom ovom ciklusu negiranja samoga sebe, eufemizama i mistifikacija, može se dodati još jedna vrsta pornokiča, i to ona najsirovija, najbanalnija i najprimitivnija. Nalazimo je gotovo samo na fotografijama i sastoji se u povezivanju, jukstapoziciji pornografije i kič predmeta, ili općenitije u smještanju pornografije u lažno jednostavne i prirodne kontekste, koji je na neki način opravdavaju i objašnjavaju, ponovno s obilježjima koja možemo smatrati tipičnim kičem.

U prvom slučaju, da navedemo nekoliko primjera, pored onih koje smo zbog drugih razloga već naveli, modeli iznenađa imaju posla s kipovima i oružjem, ili sa simbolički eksplicitnijim elementima, kao što su oružje i zmije (sl. 215). U drugom pak slučaju, one gole šecu razlistalom šumom, ili su uronjene u vječno plave vode jezera i slapova, ili se zatiču u manje više normalnim interijerima, od planinskih brvnara obično opremljenih predivnim medvjedićim krznima, do salona i spavaćih soba koji bi nekako morali opravdati njihovu nagost.

212. Čak se i loša znanstvena fantastika rabi kao izgovor za ilustriranje ljubavi između lijepih žena i jezivih svemirskih čudovišta



213.-214. U ovoj «umjetničkoj galeriji» upravo je ovaj akt umjetnost; i kao što kažu novine, «diveći se ovoj djevojci klasične ljepote, zaboravljamo da listamo stranice časopisa, nego nam se čini da, zaneseni mislima, prolazimo dvoranama Galerije Borghese.»

Uz svaku se sliku nastoji stvoriti neka priča, slijedeći konstantnu mitsku strukturu, koja će gledatelju omogućiti da uđe u svijet fotografije i da ga na stanovit način prisvoji.

Vrlo je zanimljiv slučaj reklamnog pornokiča, u kojemu se dijalektika između skrivanja i iskazivanja seksualnosti, koju smo do sada istraživali, postaje složenijom u susretu s eufemističkim elementom: zapravo, da bi mogao biti učinkovit, odnos između seksualnog poticaja i reklamiranog predmeta, mora postojati i biti dovoljno jasan. Ali da ne bi povrijedili kupčeve osjećaje «nezavisnosti» i «autonomnosti», on ne smije biti napravljen tako da taj poticaj bude očit, osobito ako je odnos između poticaja i proizvoda umjetan.

I u tom slučaju pažljivo valja praviti razliku: na primjer, na reklamnom plakatu za neko piće ili automobil, seksi aspekt će sadržavati mnogo više elemenata pornokiča, nego u reklami za grudnjak ili parfem.



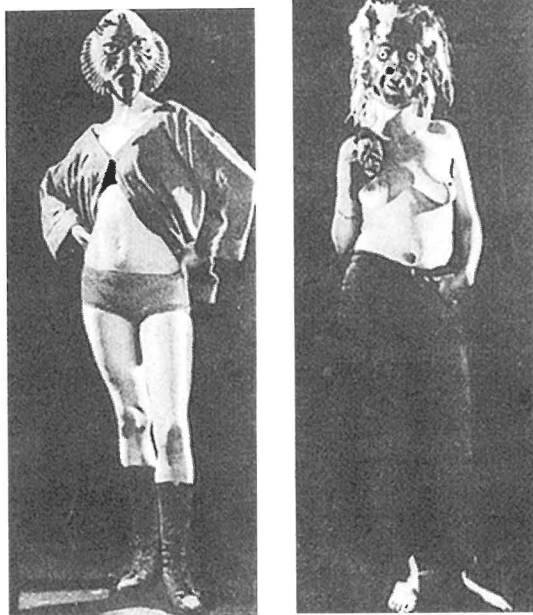
215. Uporaba manje-više očitih falusnih simbola vrlo je raširena u pornokič fotografijama. Ova slika pripada nizu u kojemu model, u dodiru sa zmijom, najprije ima prestrašeni izraz lica, da bi postupno počela pokazivati sve veće zadovoljstvo.



216. Procesom otuđenja, dekontekstualizacije, koji koristi izokrenute postupke pornokiča, moguće je povećati zanimanje za slike poput ove

Postoji i tradicionalni pornokič, čiji počeci sežu u zlatne godine početka stoljeća, a koji je već izgubio svu svoju snagu i emocionalni naboj. Riječ je o predmetima u obliku žene ili dijelova ženskoga tijela, o slikama djevojaka koje mi danas smatramo ružnim i vremenšnim matronama, o egzotičnim i rasističkim porculanskim figuricama koje s velikom naivnošću prikazuju obojene žene. Sve te, danas napuštene i nakon jedne ili dviju generacija zastarjele stvari, često su na rubu komičnoga, čak i u očima onih koji i danas ozbiljno uzimaju pornografske časopise. Ali ne valja zaboraviti da je, unatoč promjenama ukusa, funkcija tih predmeta ostala ista, a demistifikacija koja se dogodila spontano tijekom vremena, odvija se na isti način i kod današnjega pornokiča.

Do sada smo proučili glavne momente u kojima se erotizam svodi na pornografiju, a ona na pornokič. Utvrdili smo da je u biti riječ o procesu susljednih negacija, gubitku smisla, odnosno, kako smo to nazvali, o dekontekstualizaciji: žena postaje predmetom, nositeljicom vrijednosti koje su joj strane i koje su u svakom slučaju lažne ili služe kao izgovor. Njezin spol



217.-218. Erotika i strava često se sjedinjuju u kič

gubi svaku posvećenu i ljudsku vrijednost, na neki se način povlači sam u sebe da bi se skrio i negirao kao značajna i presudna činjenica; sve postaje zamagljeno i zbrkano, utopljeno u masu izgovora i mistifikacija.

Možemo se, međutim, zapitati što se događa kada se taj proces dovede do krajnjih granica, koji je učinak antiseksualnosti pornokiča dovedene do vlastite negacije, do dekontekstualizacije na kvadrat.

Takav je slučaj nekih fotografija u kojima se žensko tijelo pojavljuje kao čisti formalni element, lišen ne samo svake estetske ili seksualne konotacije, nego i svojeg denotativnog smisla. Djevojčine grudi postaju na primjer utezi na vazi koje mali, na trbuhu nacrtan čovjek, pokušava podići; nju samu je uhvatio «majstor ljepote» koristeći neobične i iskrivljujuće rakurse; ili pak njezino cijelo tijelo postaje automobilskom pistom (sl. 216).

Suočeni smo s komičnim,¹¹ odnosno s jednim oblikom otuđenja poprilično analognim situaciji kada neko vrijedno djelo asimilira kič elemente. Ne

11

Za tumačenje komičnoga kao otuđenja i mehanizacije čovjeka, vidjeti G. Dorfles, *Artificio e natura*, IV. pogl. Komičnost u pornografiji djelomično se može usporediti s onom na filmu, jer je u oba slučaja riječ o pretjeranoj antinaturalističkoj mehaničnosti u reprodukciji ljudskog lika. Možemo se prisjetiti Freudovih riječi koje smo ovdje naveli, o sublimaciji libida sadržanoj u komičnome.

250

može se, međutim, reći da su tako postignuti estetski rezultati znatni ili čak vrijedni, pa i onda kada ne služe kao izlika.

Može se, međutim, tvrditi da pretjerivanje u strukturi slika takve vrste otvara put za bijeg od pornokiča, prije kao antropološke činjenice, nego kao estetske.

S takvom problematičnom mogućnošću iskupljenja ovdje bismo mogli zaključiti raspravu o pornokiču kao produktu kulturne industrije.

Međutim, mogli bismo se zapitati, nije li uputno proširiti značenje tog termina sve dok on ne obuhvati sve aspekte ponašanja kič-čovjeka koji se tiču seksa i ljubavi.

Ako je uistinu točno da je izvor pornokiča kič-čovjekova uporaba pornografije i industrijalizacija koja tome slijedi, uvijek se može misliti na osobni i subjektivni pornokič, koji prethodi i određuje onaj objektivni i industrijski. Kič-čovjekova ljubav, njegov seksualni život, njegovi kompleksi i njegovi osjećaji, nisu samo pravi izvor, nego i pravi izraz pornokiča. Prema našem mišljenju oni određuju i objašnjavaju pojave koje smo opisali i koje nisu bitno drukčije od drugih primjera šireg pojma pornokiča, kao što su «ljubavni romani» ili tekstovi pjesama «lakih nota»¹².

Ovdje nije moguće pokazati jedinstvo koje tražimo, ali dovoljno je sjetiti se istraživanja koja su završena ili koja se provode o problemima koje smo naveli, da bismo se uvjerali kako su te pojave međusobno povezane i da zajedno tvore jednu od izrazitijih izopačenosti zapadnoga društva, koju će možda samo duboka strukturalna revolucija, pravi socijalizam, moći konačno prevladati.

12

Usp. Straniero i drugi, *Le canzoni della cattiva coscienza*, Bompiani.

251

STYLING I ARHITEKTURA



219. Arhitektura Ricarda Bofilla, unatoč svojoj očaranosti tehnologijom, oslanja se na neoklasicističke stileme koji često zapadaju u stilski hibridizam

252

253

Kič je danas možda još zastupljeniji u «novome» nego u starome i prirodno je da je tako: kad smo već jednom prihvatili da se pojava kiča - ili barem njegov vrhunac - poklapa s pojavom stroja, možemo samo očekivati da će mehanizacija ugoditi onoliko, ako ne i više kič elemenata, kao i druga područja.

Brzo širenje modernog pokućstva (od čeličnih cijevi ili danskoga), kućanskih aparata (hladnjaka, američkih kuhinja, televizora, itd.) odmah je dovelo kič i na to područje.

Prednost je svega toga, a istodobno i mana, da vrlo često između autentičnog modela i njegove imitacije nema velike razlike. To se moglo vidjeti, na primjer, kada je jedna talijanska tvrtka kupila licencu za glasovite stolice-naslonjače od čeličnih cijevi koje je dizajnirao Breuer i ponovno ih izbacila na tržište dvadeset godina nakon njihova projektiranja: da nije bilo osjećaja poštovanja prema njihovu izumitelju, mnogi bi samouvjereno rekli da je zapravo riječ o kiču, o «imitaciji» već «prevladanog» modernističkog pokućstva.

Često je dovoljno normalno starenje industrijskih proizvoda da oni postanu zastarjeli i pomalo kičasti. Veliki radio-aparati koji su još nedavno bili posljednji krik mode, danas su «zanimljivi» tehnički, ali kad je o ukusu riječ, oni su nedvojbeni kič. Što se tiče ponovnog oživljavanja zanimanja za stare automobile, činjenica da se oduševljavamo njihovom elegancijom i «linijom» gotovo se uvijek može pripisati modi, a skupoća njihove restauracije i pomalo groteskan i naivan izgled tih strojeva povećavaju draž često osrednje karoserije koju je vrijeme pregazilo i s tehničkog i s estetskog stajališta.

Ali postoji i drugo područje, također povezano s automobilima, gdje je lakše razlikovati modele koje karakterizira dobar ukus od onih čije je obilježje loš ukus. Riječ je o neumjerenom *stylingu* kojim se osobito služe američki proizvođači automobila. *Styling* zahvaća svaki industrijski proizvod, a riječ je o redizajniranju predmeta da bi imao veći dekorativni i izložbeni efekt, isključivo zbog tržišnih razloga. Predmet se, dakle, podvrgava specifičnoj «kozmetici» koja naglašava njegovu liniju, aerodinamičnost, s time da taj kozmetički postupak nema nikakvog pravog funkcionalnog razloga. Neki američki automobili, pretrpani upadljivim detaljima, kromom i svijetlećim tričarijama, tipično su ostvarenje kiča. Ali gdje u takvom slučaju kič počinje, a gdje prestaje? To je vrlo teško reći jer su i najgorljiviji zagovornici apsolutnog funkcionalizma morali priznati da u osnovi industrijskog dizajna uvijek postoji i estetski činilac, a ne samo onaj utilitarni. Kada ćemo moći

biti sigurni da serijski proizveden predmet, dizajniran radi zadovoljavanja široke publike, ne udomljuje elemente kiča?

Ono što u slučaju *stylinga* vrijedi za dizajn, još i više vrijedi za arhitekturu, umjetnost koja možda više nego ijedna druga, danas pokriva i čisto funkcionalni aspekt, kao i onaj ponajprije umjetnički i u kojoj postoje veće mogućnosti nesklada između tih dvaju aspekata.

Ako je u prošlosti ta umjetnost, više nego ijedna druga, imala funkciju izražavanja određene kulture monumentalnim građevinama namijenjenim vjeri i politici, danas, s pojavom novih građevinskih materijala i s pronalaskom novih tehnologija, a s druge strane s opadanjem vjerske i političke monumentalnosti, ona je uglavnom predodređena za zadovoljavanje isključivo utilitarne funkcije, ili za kićenje te funkcije ukrasima i nadogradnjama, koji je, umjesto da je na pravi način uključe u suvremenu umjetnost, od nje udaljuju i približavaju kiču. *Arhitektonski kič* može imati dva osnovna aspekta: aspekt sažetog ponavljanja i prerade stilova iz prošlosti - kao što se događa kod mnogih revivala u prošlom stoljeću - ili aspekt prerade i imitacije recentnih stilema (lažni Le Corbusier, lažni Wright, lažni Aalto): i jedni i drugi zaslužuju prijezir i naziv kič.

Za obradu tako osjetljivog problema kiča u arhitekturi i suvremenom dizajnu obratili smo se Vittoriu Gregottiju, smatrajući da to nitko ne bi mogao učiniti bolje od njega.

Vittorio Gregotti

KIČ I ARHITEKTURA

Posljednjih je desetak godina u arhitekturi i dizajnu uočljiv novi stav o kiču: takav se stav još nije jasno prenio u praksu, još nije našao vlastite metode ni spomenike, a uočljiviji je u kritičkim stavovima, u sveučilišnim istraživanjima, ili ponekad u teorijsko-utopističkim projektima, no zbog toga nije ništa manje prepoznatljiv. Njegovi su tragovi prisutni već u urbanom kontekstu velikoga grada ili velikih teritorijalnih infrastruktura, na mjestima gdje je koncentrirana distribucija roba, ili gdje se roba proizvodi u visoko organiziranim industrijskim kompleksima. Na svim tim mjestima okoliš je tako zatrpan i surov, da pojedinačne građevine, pojedinačni predmeti često gube značenje ili čak i svoj identitet. To samo pokazuje potrebu za preispitivanjem uporabe arhitektonskih materijala, za što većim usvajanjem složenijih, ne tako usko shvaćenih determinirajućih elemenata u čiju je obradu uključena i metafizika. To je, posljednjih godina, donijelo novu problematiku, kako u načinu oblikovanja predmeta i arhitekture, tako i u vezi s njihovim raspolaganjem i korištenjem.

Rezultat je takvih novih stavova da je granična crta koja je prije trideset godina razdvajala kič i avangardu, danas prekinuta i neodređena. Čini se da arhitekti (ali smatram da ta pojava vrijedi za cjelokupnu kreativnu misao) žele ponovno razmotriti što je kič i i revalorizirati taj materijal koji je nekad bio posve suprotan progresivnim oblicima kulture. Oni žele razmotriti njegovu moguću uporabu, ne u duhu ironije i ismijavanja, nego suradnje, koja bi mogla dovesti upravo do otkrivanja, u tom nejasnom području kojemu se protivila cjelokupna tradicija modernističkog pokreta, novih ra-

220. Da bi mogao živjeti, kiču je potrebna posebna domaća, privatna dimenzija, u kojoj predmeti i pokušavajući koji sami po sebi nemaju specifičnih obilježja, žive u atmosferi osrednjih i hirovitih kombi-



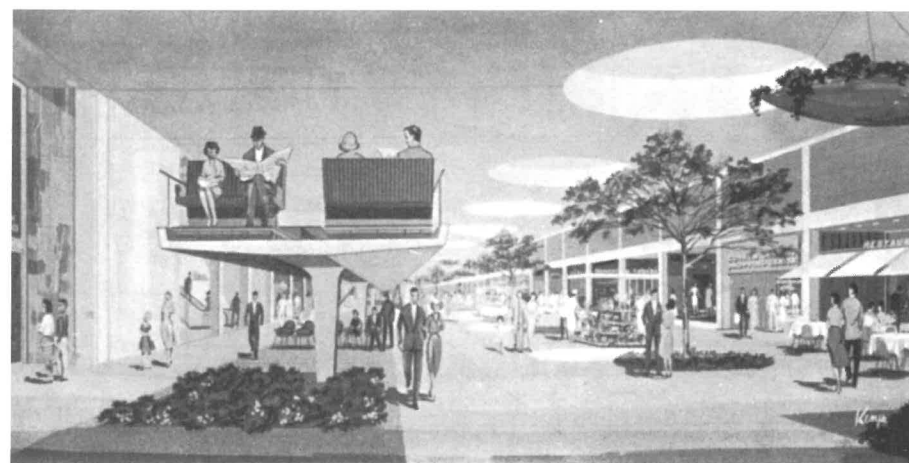
zumljivijih metoda kontroliranja procesa koji uobličuju fizički okoliš u kojem živimo.

Moguće je, dakako, da je ta promjena plod želje za samofrustracijom; dokaz da intelektualci odbacuju projektiranje, jer se takvo projektiranje izjednačuje s represijom ili, što je još gore, smatra oružjem u rukama neprija-

221. Gustoća i slojevitost urbanog tkiva neke su od komponenti koje utječu na nastanak kiča u arhitekturi.



teljskih sustava. Ipak, ta je pojava postojana, čak i na polju arhitekture, a to, na kritičkom planu, obogaćuje i pojašnjava naše poimanje kiča. Koji su glavni uzroci te pojave, zašto se dogodila i u čemu se, zapravo, sastoji?

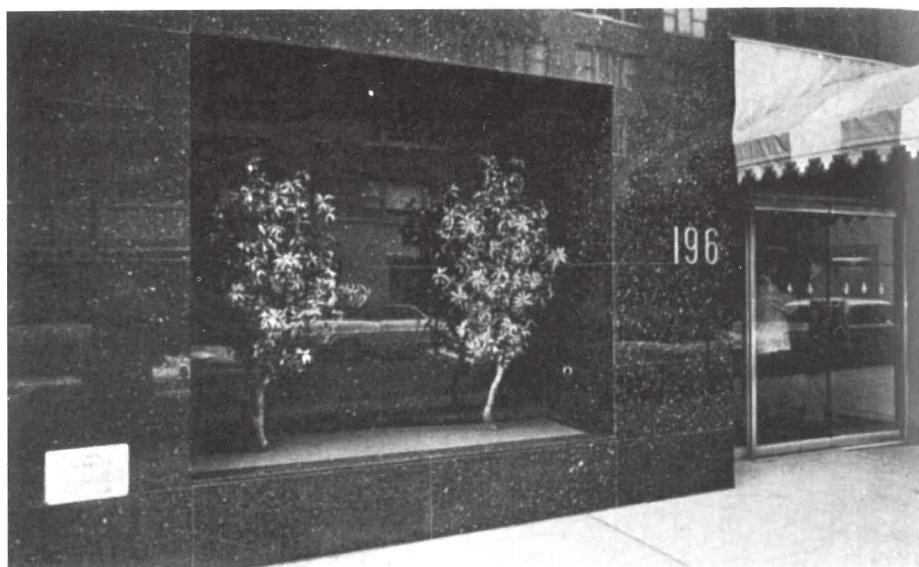


222. Terapija za liječenje urbane krize često predviđa «ugodne i odmarajuće krajolike» pretrpane malenim kič elementima

Najprije ugrubo možemo reći da je ta promjena povezana ponajprije s recentnim razvitkom visoko urbaniziranog okoliša, tehnološkim procesima masovne proizvodnje i širenjem sustava komunikacije.

S druge strane, optika kojom današnja kultura razmatra kič, jedna je vrsta egzorcizma svijeta industrije i masovne potrošnje: osjećamo val simpatije prema onim proizvodima koji svojim antikulturalnim obilježjima pokazuju sljepoću svijeta proizvodnje, a time i vjerojatnu nasušnu potrebu za intelektualcem. Prihvatanje kiča omogućuje nam ismijavanje i odbacivanje korisne strane predmeta koji su nam ponuđeni.

Konačno, postoji realna nada za zatvaranje povijesnog ciklusa kič predmeta, onakvog kakvog smo do sada shvaćali, postupkom omasovljenja kulture i poruke, koji na nov način želi preoblikovati svaki problem ukusa, tradicionalnog odnosa između grupa proizvođača i potrošača, između kvalitete i kvantitete, između veće i manje kulture, između stila i metode. Tako nastaju novi simboli i vrijednosti, suprotni starom poimanju kontemplativnog uživanja u umjetničkom djelu, iz kojeg je izrastao kič-čovjek.



223. Zbog ugleda i «elegancije» prozor vratarnice ove njujorške zgrade ukrašen je dvama plastičnim stabalcima usadenim u mramor. Unatoč prisutnosti brojnih elemenata «zakona kiča», dojam nije neugodan.

Postoji težnja prema višeznačenjskoj obradi i korištenju predmeta, prema djelotvornijem shvaćanju komunikacijskog sredstva kojim se služimo i njegovih informativnih značajki, prema jasnoći veza između ciljeva i sredstava, prema slobodnoj uporabi izražajnih sredstava.

Taj međusobni odnos između kiča i masovne kulture, s njegovim različitim teoretskim nijansama, dobro je opisao Umberto Eco u knjizi *Apocalittici e integrati*, posvećenoj strukturi lošeg ukusa. Preciznije, mi još uvijek djelujemo na različitim simultanim razinama, zbog čega ne možemo jasno razlikovati masovnu kulturu, koja s naporom probija svoj put, od elitne kulture koja je promatra s velikim zanimanjem, a obje stoje u debelom sloju *mid-culta* koji se u velikoj mjeri poklapa s povijesnim pojmom kiča. Rezultat je jasno vidljiv na području arhitekture, osobito ako arhitekturom smatramo projektiranje i korištenje fizičkog okoliša u kojem živimo, u svim njegovim vidovima. Takav je okoliš danas ponajprije doživio proces objektivizacije, sve bržeg prijelaza iz prirode u kulturu posredstvom predmeta. Tehnološkom eksploatacijom i stvaranjem pogodnije mikroklimе za društveno preživljavanje, priroda postaje artificijelnom, a to se događa tako da se u njoj gomilaju predmeti koje je proizveo čovjek. To je konačno dovelo do

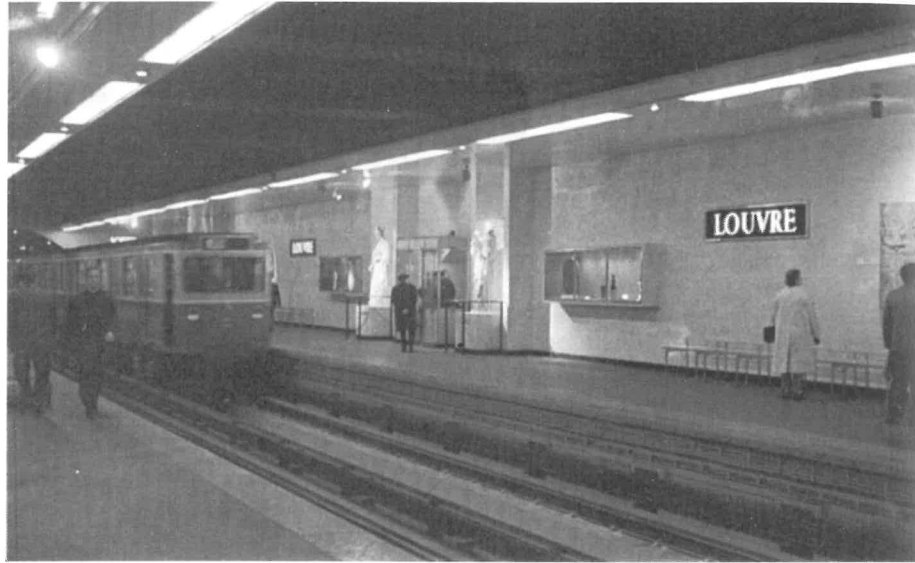


224. Kako je naporno biti «muškarcem našeg doba», a uz to je i kič!

takvog zagušenja našega svijeta, da napor za projektiranjem okoliša danas nema više samo svrhu uređivanja prirode, nego ponajprije davanja smisla i razloga ljudskoj proizvodnji, toj novoj vegetaciji predmeta koja, okolini u kojoj se nalazi, nameće svoju klimu, rast, oblik, napredovanje. Suočeni smo s kaotičnom, kipućom vitalnošću onoga što se neprestano proizvodi na svijetu (prije negoli za svijet). Golema količina predmeta svih vrsta, čija je jedina međusobna veza često samo jednostavno preklapanje, stvara novi konkretni pejzaž koji nas okružuje, raste, umnožava se, rasipa, odlaže u slojeve otpada na rubovima naših djelatnosti, uspostavlja s nama sve nužnije odnose, posjeduje nas kao drugu prirodu. Obilježja te druge prirode, urbane ili kućne, u kući kao i u gradu i na selu, u velikoj većini slučajeva, izravno ovise o poimanju kiča kao *mid-culta*.

Osim toga, moderni čovjek, koji je u većini tehnoloških kultura, prosječan čovjek, malograđanin, danas uživa u prirodi na kič razini, bilo da okoliš iskorištava za turizam, bilo da u Stijenjaku kleše skulpture, da bi dobio autentičnije tvorevine kulture fizičkog okoliša, koje kao da pripadaju istoj kategoriji kao antički spomenik. ili ponekad, kao i sama djela moderne ar-

hitekture. Istinsko umjetničko djelo izgnano je samom fizičkom izolacijom muzeja, ili zelenom površinom koja odvaja i lažno štiti spomenike, svedene na arheološke nalaze, na turističku atrakciju. Iako se njegovoj važnosti može odati štovanje, teži se njegovu odvajanju od stvarnog djelovanja tekućeg povijesnog procesa, da bi ga se moglo zaustaviti, raščlaniti, probaviti, rasuti i konzimirati u procesu kič-čovjekove uporabe umjetničkog djela.



225. Moderan čovjek, koji je u većini tehnoloških kultura prosječan čovjek, malograđanin, korištenje okoliša u kojem živi, kao i najautentičnijih proizvoda kulture, sveo je na razinu kiča; kopije «remek-djela» iz Louvrea na istoimenoj stanici metroa.

Taj je proces doveo do velike degeneracije okoliša, te prije transcendirajući negoli ignorira funkcionalne poteškoće i u biti je usmjeren kič idealu: svodenju pravog karaktera na neizvorni folklor. To je, kao što smo već rekli, rezultat nepostojanja projektiranja, kao i nedostatka prave ravnoteže između sredstava i želja, kada se pod projektiranjem razumijeva ne samo praktični čin raspoređivanja metoda i sredstava, nego i korištenje kritičke sposobnosti, da bi se osigurao integritet gotovog proizvoda, onog negativnog aspekta razmišljanja koji je nazočan u svakom valjanom projektiranju koje se želi distancirati od onoga što već postoji i što je već korišteno, pa teži novim koncepcijama.

Točno je da smo danas u mogućnosti potpuno uvidjeti blisku vezu između planiranja i konzerviranja, ali već smo pokazali da bi velika distribucija mogla izazvati protivljenje kiču, jer kič nije samo opadanje elitne kulture suočene s potrebom šire difuzije, nego posjeduje vlastitu specifičnu ideologiju, svoju osebujnu strukturu.

Kič predmet se, unutar svojih strukturalnih okvira, djelomično ponaša kao katalizator stvarnosti, te tako izvornoj kreaciji omogućuje uspostavljanje novog odnosa prema onoj istoj stvarnosti, a time i novo viđenje svijeta.

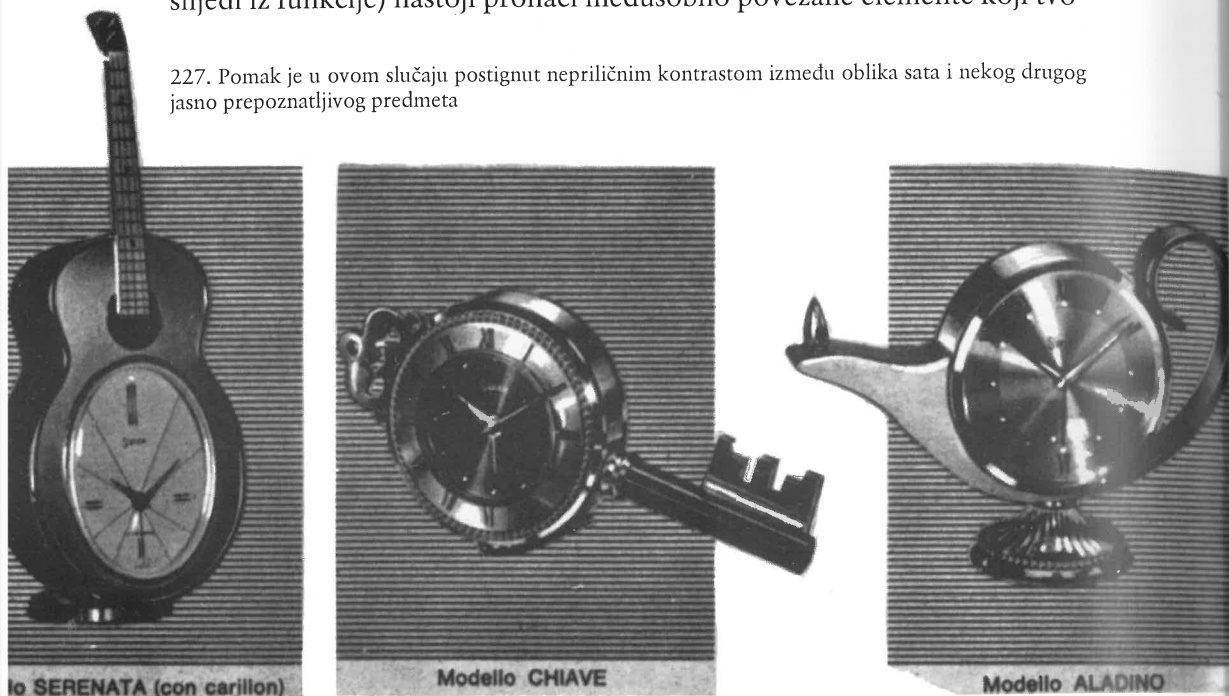
No, riječ je o karikaturi tog katalitičkog procesa, ili bolje rečeno, o prijenosu djelatnosti s načela na krajnji rezultat. Neka čaša postaje «nova i originalna» u kič postupku ako se njezine mjere, na primjer, povećaju preko svake mjere s obzirom na njezinu funkciju, ali ona tu funkciju još uvijek može obavljati, za razliku od pop procesa koji se temelji na neupotrebljivosti. Ili se, pak, promjena postiže promjenom materijala, uporabom neprikladnog materijala, kamufliranjem funkcije predmeta ili kontrastom između njegova oblika kojeg je preuzeo od nekog drugog predmeta, ali koji je lako prepoznatljiv: jedrenjak koji je zapravo upaljač, upaljač koji izgleda kao ruž za usne, ruž u obliku kosog tornja u Pisi. Naposljetku, dolazi do pravog metodološkog skoka u kojemu se načela projektiranja osnovne strukture predmeta, arhitekture, okoline koriste ne vodeći računa o ideo-



226. Kič postupkom čaša postaje «nova i originalna» jer su, primjerice, njezine dimenzije povećane toliko da ona više ne može služiti svojoj svrsi, iako položajem na stolu naizgled zadržava svoju funkciju

loškoj pozadini koja je u osnovi njihova pravog značenja. To se dogodilo, na primjer, s metodološkim načelima modernističkog pokreta i njegovom vezom s pojmovima racionalnosti i funkcionalnosti. Nastao iz želje za ozdravljenjem i preuzimanjem odgovornosti od strane vladajuće klase, vođene načelom racionalnosti, temeljni princip modernističkog pokreta (forma slijedi iz funkcije) nastoji pronaći međusobno povezane elemente koji tvo-

227. Pomak je u ovom slučaju postignut nepriličnim kontrastom između oblika sata i nekog drugog jasno prepoznatljivog predmeta



re strukturu nekog arhitektonskog sustava, nepristranom analizom problema svojstvenih tom sustavu. Kič kultura se služila istom metodom da bi pojeftinila proizvodnju. Princip funkcionalnosti sveden je na smanjenje troškova i povećanje profita; *l'existenz minimum*, ideološko načelo prosječnog komercijalnog poduzeća, postalo je metodom za optimalno iskorištenje sredstava; Wrightovo načelo da «priroda materijala» određuje brzinu gradnje, Loosova teza da je «ornament zločin», koristili su se za smanjenje troškova rada. Ono što je u početku bilo etičko načelo postalo je načelom eksploatacije, kreativno otkriće pretvorilo se u kič. Ali možemo se zapitati, koliko je *midcult*a već bilo sadržano u tim idealnim načelima moderne kulture? U kojoj su mjeri briga za čovječanstvo, ukazivanje na problem stanovanja, obiteljskih jedinica, sama zamisao o potencijalnoj preraspodjeli um-

jetničkih dobara, utjelovljeni u načelima kiča i koliko služe pokretanju njegovih mehanizama?

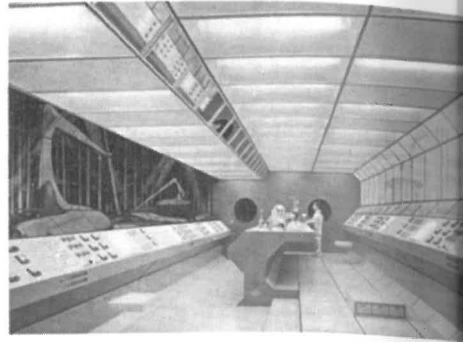
Moramo priznati, u velikoj mjeri, sudeći prema različitim tipovima današnje arhitekture. Uvijek kada se nađe u sukobu sa sustavima građevinskog poduzetništva ili interesima uprave zemljišnih posjeda ili s principom maksimalnog profita, i moderna se arhitektura prilagođuje zahtjevima klijenta koji želi imati ono što mu je već poznato, uz dodatak poneke dražesne dosjetke.

Ni naša vjerojatna tehnološka objektivnost koja ima važnu ulogu u konstrukciji suvremenih predmeta, ne može pobjeći iz tog začaranog kruga. Kič se tu očituje u veličini određenih građevina, kao i u luksuznoj beskorisnosti nekih naprava. U velikoj dnevnoj sobi vile u kojoj Goldfinger (u istoimenom filmu) priprema pljačku zlata, sve se može transformirati uz pomoć tehnike; sve je mehanizirano, tranzistorizirano, popraćeno velikim nesrazmjerom između sredstava i ciljeva: samo jednim pokretom ruke pojavljuju se ekrani, zatvaraju vrata, otvaraju se zamke u podu, pale svjetla, uključuju televizori. To je prava projekcija *midcult* ukusa koji želi pokazati svoju želju za moći koja se iskazuje pomoću tehnike i pomoću nje stvara arhitekturu efekata, koja ne samo da nema nikakvo značenje, nego nije ni praktična, što pokazuje i propadanje dijelova grada i sela kao posljedica privatne uporabe automobila. Tu je i mnoštvo predmeta koji su zamišljeni i napravljeni kao kič, počevši od načina obrade formalnih elemenata: sentimentalna memorija koja postaje suvenirom, simbolička transpozicija koja želi imati literarni dokaz za neki predmet, ali koja završava kao njegova posve vizualna interpretacija, redundancija poruke, njezin izrazito stilistički karakter, nemoćan na načelnoj razini, no svjež na razini efekta, te uporaba sintaktički proturječnih gramatika i tehnika, izvađenih iz jednog konteksta i primijenjenih na čistu potrošnju. Ti novi činioci zahvaćaju takvo sredstvo komunikacije koje zagovara i potvrđuje njegovu pripadnost osobitoj vrsti, određenoj kategoriji: luksuz, modernost, brzina, pravi način razmišljanja, dobro obrazovanje, takve stvari koje su već stekle status slike na razglednici. Taj katalitički proces u tim slučajevima karakterizira uporaba postojeće formalne strukture u kontekstu poremećenih efekata, ali umjesto da stvara kolaž utemeljen na načelu kreativnog oblikovanja, svodi se na čistu transpoziciju. Tako se dijelovi Mondrianovih slika koriste kao zidne tapete ili presvlake za kauč, Kleeovi eksperimenti postaju dekorativnim motivima za bar, a rezultat je prije zbrka nego oskvrnjenje. U određenom trenutku, princip aerodinamičnosti, na primjer, bio je primjenjivan

228. Znanstveno fantastični grad budućnosti, kao reklama za stropno osvjetljenje. Luksuzna beskorisnost takvih naprava prikrivena je «tehnološkom objektivnošću».

229. «Kada razum spava nastaju čudovišta»: može se dogoditi da se razum uspava, ali u nekim se slučajevima on namjerno drogira pod pretpostavkom da će se tako stvoriti alternativa procesu formalne unifikacije predmeta. Tako, nakon što smo uputili izazov općeprihvaćenom pojmu lijepog i opravdali ružno, nastoje se pronaći temelji za estetsku raspravu o čudovišnom. Srećom postoji riječ kič. Na ilustraciji: vitrina od orahovine s vratima Fiata 600.

functional



An automated guide will on wheels. Drive to a floor you'll need but vehicle control system to full team control logs, and send back word chips for the will to process. The wire operation folded by just three men, a leading superintendent, and project supervisor and a quality control checker.

Future's garages, but not as far off as you might think. In fact, the already different ceiling systems exist. You presently have a choice of three distinct Armstrong Luminaire Ceiling Systems to help solve today's problems as well as tomorrow's.

Why a Luminaire Ceiling System? First, freedom of design and the flexibility to create an almost limitless number of distinctive designs, ceiling systems. Then you have the convenience of a single installation that combines lighting and cooled air circulation.

Luminaires add other good reasons for Luminaire. As a single, totally integrated system performing many functions, it can be installed in only one frequently space money over conventional methods. For any desired level of light, your Luminaire System needs fewer lamps and ballasts (lower initial investment, means lower replacement costs). And your ceiling will operate on low voltage. Luminaire provides complete solution, shaft-free air distribution of

some large 1 to 5 hp per square foot. It lights luminaires from 30 to over 200 ft. in diameter superior automatic control.

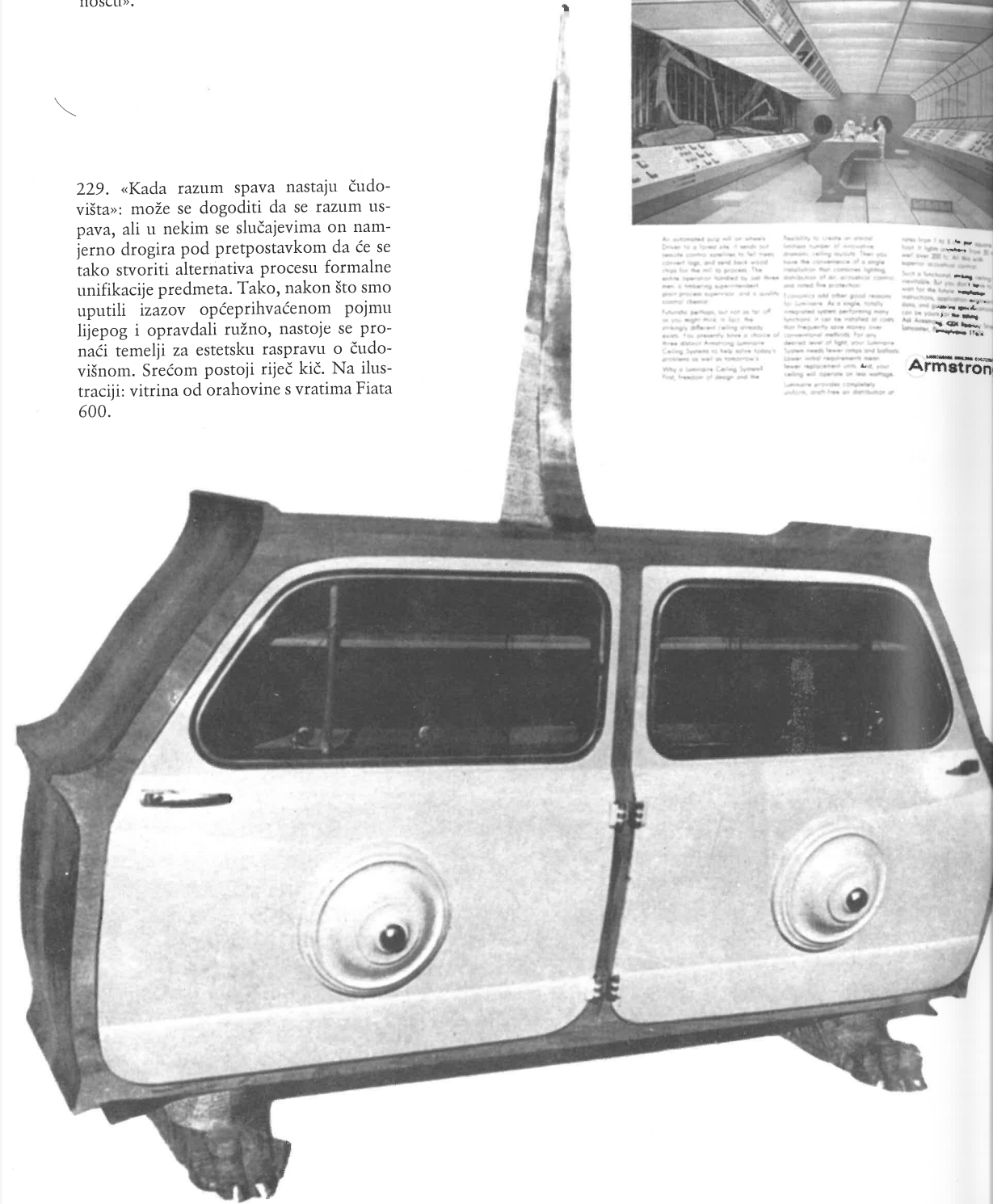
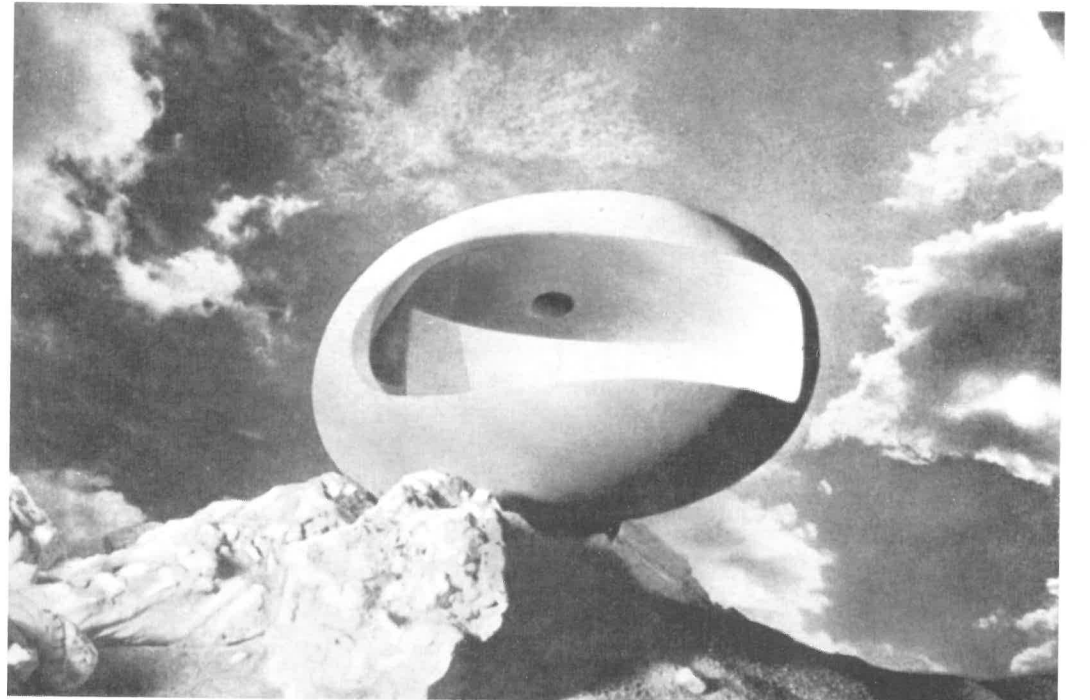
Such a functional ceiling ceiling systems. But you don't have to wait for the future. You can see them in the present. Call Armstrong, 4201 Superior Street, Milwaukee, Wisconsin 53212.

LUMINAIRE DESIGN SYSTEM BY **Armstrong**



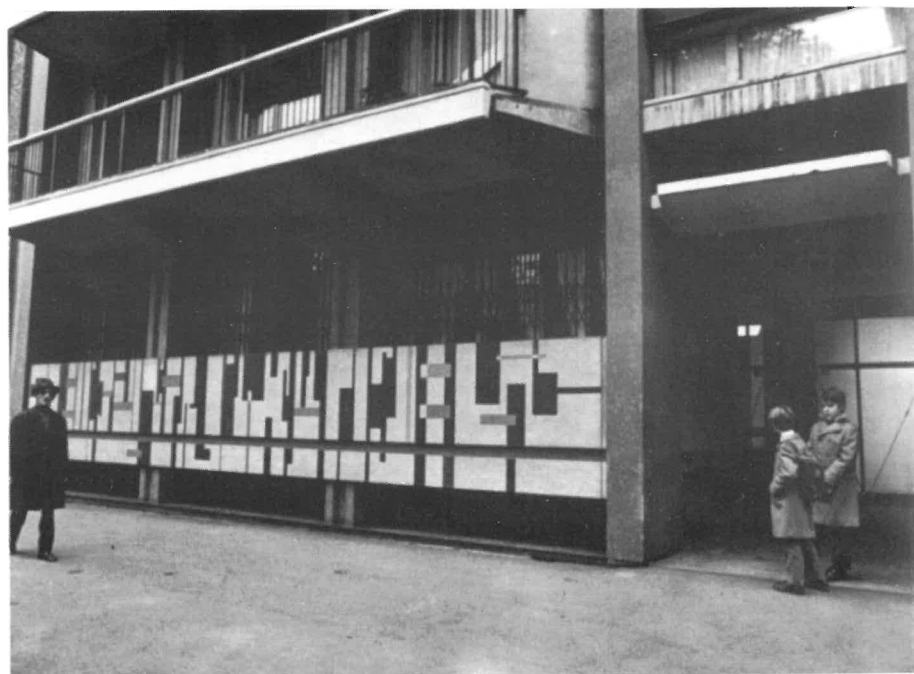
230. Izvanserijski automobil, čudovište raskoši i brzine, svojom je elefantijazom, svojom formalnom privlačnošću, pravi simbol kiča

231. Veza s modernom skulpturom i činjenica da je «jaje izdržljivije od kugle» omogućili su dvama mladim arhitektima da daju sebi oduška na ovakav način



kao simbol moderniteta na oblikovanje posve nepomičnih predmeta, kao što je radio-aparat, pegla ili sušilo za kosu. Velik dio današnjeg *stylinga* predmeta (izvan one svrhe koju takva djelatnost može imati kao sredstvo masovne komunikacije) usmjeren je na poticanje potrošnje.

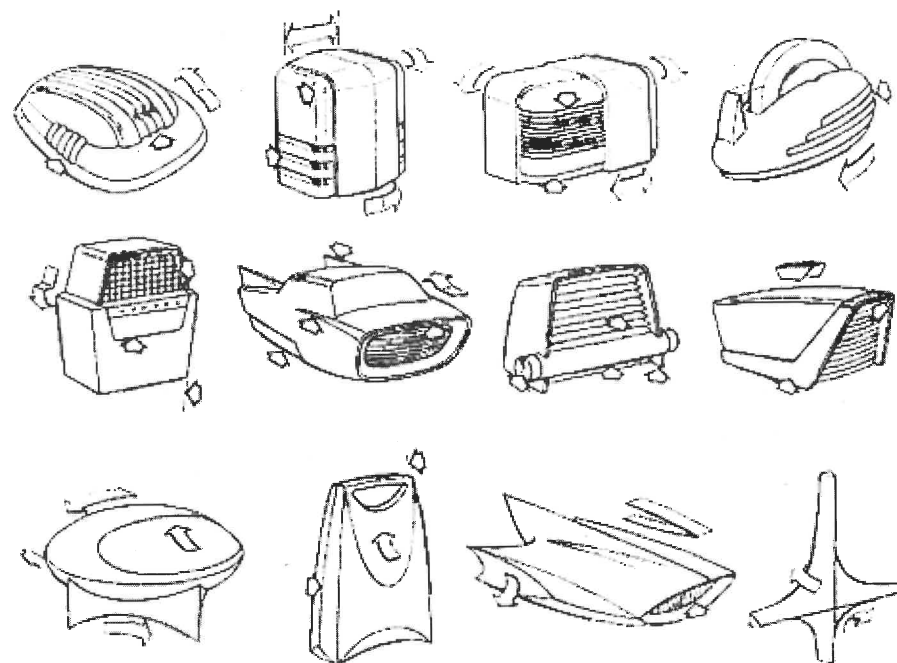
Sve dok proizvođači, pa i sami dizajneri na dizajn predmeta budu gledali kao na reklamiranje, a ne projektiranje, on će ostati ukrasom, ljušturom, ili će blještavilom kroma i lampica stvoriti sliku statusnog simbola koja je, uslijed brzog procesa zastarijevanja, predodređena da postane tipičnim kičem.



232. Netko se dobro domislio da ukrasi sivo i trošno pročelje dugačkom oplatom nadahnutom Mondrianom

Ali ako je kod slike ili skulpture pozornost kritike usredotočena na drukčiji način izrade kič predmeta u odnosu na umjetnički predmet, jednaki značaj valja pridati, osobito u slučaju dizajna, načinu na koji se predmet koristi, ponašanju koje on potiče i odnosima između ponašanja i značenja koje taj predmet poprima uporabom. Ako nazočnost ili odsutnost svijesti o kiču

kod korisnika sliku ili književni tekst ostavljaju nepromijenjenima i drugima na raspolaganju, u slučaju arhitekture ona izravno djeluje kao element koji unosi pomutnju. U onoj mjeri u kojoj su uporaba i značenje, obrada i smisao, predmet i ponašanje u arhitektonskom djelu dvije strane istog novčića, kič-čovjek ima presudan utjecaj na utvrđivanje značenja arhitekture i dizajna, bilo načinom na koji se prema njima odnosi, bilo neposrednim utjecajem.



233. Velik dio djelatnosti oko *stylinga* predmeta vrši se ponajprije radi njegove prodaje.

Tko može spasiti od kiča zbirku divnih predmeta sakupljenih bez određenog kriterija ili posijanih po prostoru koji je po svojoj prirodi za njih neprikladan? Kako se smisao nekog predmeta može zadržati u kontekstu cjeline, kada ga neki izjednačavaju sa željom za uspjehom u društvu ili, što je još gore, samu njegovu bit čine smiješnom i uzaludnom?

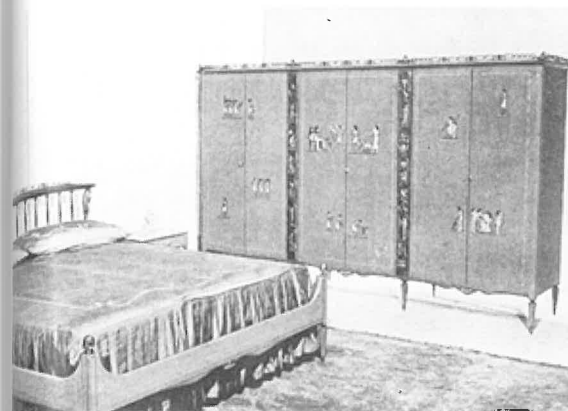
Moguće je govoriti o kiču u tom smislu kada je riječ o vrstama građevina; naklonost određenom prostornom rasporedu u stanu ili određenom načinu raspoređivanja stanova, ili posebnom odnosu između zgrade i okoliša, već ima svoju snagu u tom kontekstu.

Stan, vila, obiteljska kuća na periferiji, koji uporno zadržavaju blijede tragove osjećaja privatnog vlasništva i ponosa zbog posjedovanja, pravi su primjeri kiča u odnosu prema objektu i ponašanju koje je s tim povezano. Tu se očituje pokušaj dekorativne upotrebe svakog jezičnog sustava, a bogatstvo i luksuz, predstavljeni su, očajničkom potragom za osobnim identitetom, frenetičnom uporabom literarnih aluzija, sabijanjem materijala u kronično premale dimenzije, u pokušaju vraćanja ranijih funkcija i slobode u sferi stanovanja u reduciranom i čisto simboličkom izdanju. Zanimljivo bi bilo utvrditi povijest različitih elemenata stanovanja i njihovih stvarnih i predviđenih funkcija, veza među pojedinim dijelovima, briga kako nešto skriti, a kako pokazati. Motivi koji stoje iza toga odmah bi bili vrlo jasni i lako bi se mogli povezati s onim kič ponašanjem koje želi opravdati konvencionalnost i priznati je na formalnoj osnovi.

Suočeni s novim načinima korištenja građevina koje je izumio *midcult*, neogotička vila ili lažni *fin-de-siècle* dvorac zadržavaju svoj ponos teatralne fikcije koja je danas prikriivena lažnim jeftinim funkcionalizmom. Tako se na periferiji ili u središnjim dijelovima grada sve više gomilaju bogataški «slamovi». Strukturalno, oni su sagrađeni na istim načelima kao nove četvrti za radnike, koji se, međutim, očajnički trude zaboraviti svoje proletersko podrijetlo, upinjući se da barem dožive čast da stanuju u stambenom bloku, da dođu do privatnog vlasništva. Dva su puta prema tom srednjem nivou koji je prirodno sjedište kič predmeta.

Stanovati na nekom mjestu u skladu s pravilima kiča uvijek podrazumijeva pokušaj da se smanji njegov opseg, težnju za uspostavljanjem domaće atmosfere čak i u velikom gradu. Ta koncepcija ima svoju teoretsku osnovu u doktrini *townscape*, u uličnom namještaju i opremi, koji okuplja karakteristične elemente manjih dimenzija, te ih vraća očišćene i lišene sirove snage, ali i autentičnosti, koju im je davao njihov oblik i pravo narodno podrijetlo.

Propisi određuju kod društvene pristojnosti, tako da ono što se smatra pretjerivanjem uvijek skandalizira. Veličina postaje glavni činilac u svođenju stvari na razinu kiča. Tako definiranje kiča u arhitekturi i dizajnu, znači poteškoće oko dimenzija. Ako su, kao što smo vidjeli, male dimenzije,



234. Spavaća soba u egipatskom stilu od zagasito lakirane javorovine, s likom oslikane zlatnom i drugim bojama; unutrašnjost je dvobojna s laštenim plitkim reljefima



235. Čak ni najprofinjenija atmosfera ne uspijeva izbjeći laž, povezanu s pojmom unutrašnjeg uređenja i osobom dizajnera za unutarnje uređenje, kao u ovom remek-djelu kiča jednog od najpoznatijih engleskih dizajnera



236. Sam pojam unutarnjeg uređenja danas možda ne može pobjeći kiču, kao što pokazuje ova mješavina svega i svačega tipična za «moderan ukus»



237. Serijski proizveden namještaj za dnevnu sobu, imitacija rustike s bačvicama i malenim kacama prekrivenim krznom

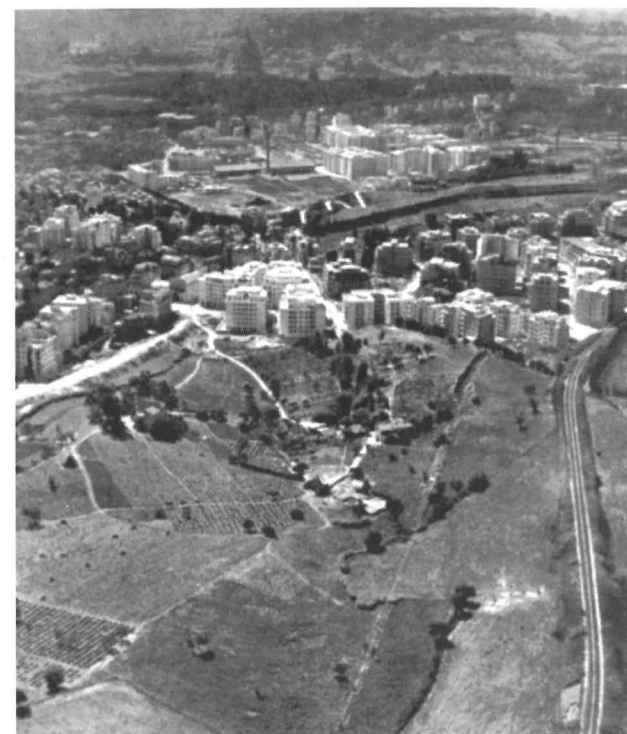


238. Nasuprot novim tipovima gradnje, koje je izumio *midcult*, neogotička vila ili lažni dvorac u stilu *fin de siècle*, zadržavaju svoje teatralno dostojanstvo, koje je danas zamaskirano lažnim funkcionalizmom

cjepkanje, detalji karakteristični za kič u arhitekturi, kako se zastrašujućima moraju činiti repetitivni elementi velikih dimenzija, koji odmah osujećuju svaku mogućnost kiča.

Ako je neka mala obiteljska kuća u blizini velikog sjevernoameričkog grada, s vrtom, cvijećem i zavjesama na prozorima, simbol estetske i sociološke dimenzije kiča, ako je «house beautiful» san svakog pripadnika srednje klase, 100.000 «house beautiful» zajedno izlaze iz dimenzije privatnosti i otkrivaju golemu brigu za problem stanovanja.

Kič je neka vrsta minijaturizacije velikog vrta ili velikog parka neoklasicističke vile u malenom vrtu nekog računovođe, ali njegovo ponavljanje odražava ponavljanje karakteristično za masovnu industrijsku proizvodnju, što na neki način smanjuje raskol između nužde i osjećaja. Ružičasti Thunderbird svojim je stilskim atributima, svojom monumentalnom elefantijazom, svojom formalnom privlačnošću, statusni simbol kiča, ali 100.000



239. Na periferiji grada gomilaju se «bogašaške potleušice»

automobila na auto-cestama ili nagomilanih na velikim parkiralištima, unose novu, ako ne i ružniju dimenziju u područje kiča. Da bi živio, kiču je potrebna posebna domaća, privatna dimenzija: «suvenir kao mini-spomenik» o kojemu govori Ludwig Giesz, oblik je kondenzirane redundancije bogatijih i ispunjenijih sjećanja: bez tog postupka minijaturizacije nema kiča. Odmorišta za okrepu posijana duž auto-cesta u SAD-u (a potom i u Italiji koja je zasigurno najamerikaniziranija zemlja na svijetu) dobro pokazuju taj problem, nazovimo to, teritorijalnog kiča. Kič obilježja tih mjesta ne proizlaze samo iz ukusa kojim su ona uređena, načina izlaganja robe ili tipa arhitekture, koliko iz sigurnosti koju ulijevaju svojom prisutnošću u krajolik: sigurnosti zbog stalnosti ponuđenog proizvoda koji je svima razumljiv. Takvo mjesto je otok koji omogućuje da se daleko od kuće bude kod kuće, koji umiruje kada se nađemo suočeni s nepoznatim prirodnim krajolikom, štoviše, koji taj krajolik svodi na poznatu dimenziju, nudeći servis, uspostavljajući ravnotežu, ograničavajući pustolovne elemente putovanja.

Savršeni primjer ravnoteže između domaće atmosfere i pustolovine, između iznenađenja i sigurnosti jest *mimesis* suvremenog urbanog pejzaža, a to su veliki međunarodni sajmovi. Velika živopisna gužva temelji se na lažnim nadama u bolju budućnost u fantastičnom svijetu tehnološkog napretka, dok se na izlazu poklanjaju kuponi za kupnju uz popust zadnjeg modela biološko-superautomatske perilice za rublje. Monumentalni projekti susjedi su lažnog flamanskog sela, egzotični kineski paviljon nalazi se pored građevine u stilu Bauhauasa. Čudesa nastaju u nekoj vrsti goleme Wunderkammera koja u budućnost, kao i u prošlost projicira pojmove izuzetnih pronalazaka i otkrića. Projekcija urbanog konteksta koja iz toga proizlazi, nalikuje frenetičnom ubrzanju pridjeva bez imenica, ili naprotiv, supstantivizira fantaziju, precizno planirajući, prema unaprijed utvrđenim fazama, bijeg u čarobni svijet Disneylanda. U manjem opsegu moderni je bar neka vrsta koncentrata toga istog procesa: otkrivanje, efikasni servis i fizički aspekt konzumacije hrane: keramika, ultraplas, nehrđajući čelik, drvo i imitacija drva, zrcala, stakla, cigle, tkanine, mramor. Sve je dekorirano, sve moderno, osim možda ponekog kristalnog lusteru koji služi kao podsjetnik na sjećanje koje blijeđi, zatim boce, šalice, šećer i briosi.

Ali općenito govoreći, na ovoj dimenzionalnoj ljestvici, možda upravo pokušstvo danas korača stazama kiča bez nade u iskupljenje. Okolina uređena što je moguće istančanije, zajedno s najbjeđnijom karikaturom modernog ukusa, ne mogu pobjeći osjećaju da je riječ o nečem lažnom (ili lošem), u vezi s današnjim pokuštvom i unutarnjim uređenjem.

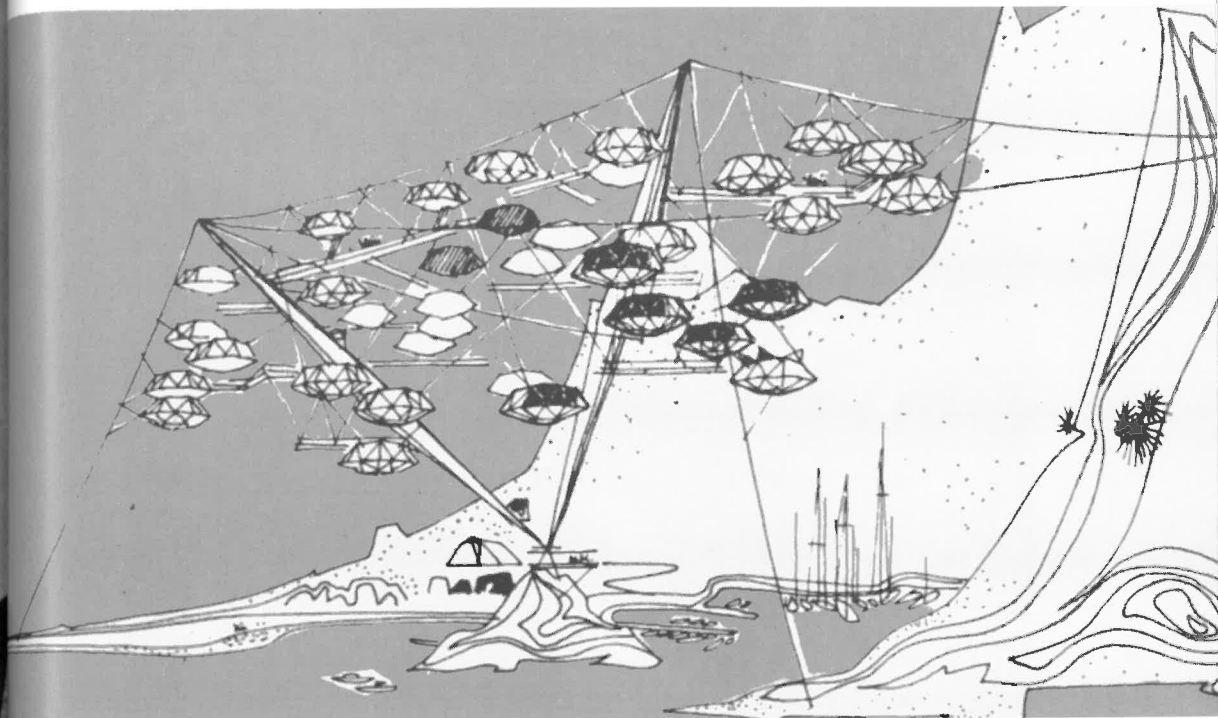
Nema ničeg smješnijeg i apsurdnijeg od povlačenja dizajna, kao što se sve češće događa, da bi ustupio mjesto «mebliranju»: ili bolje rečeno, koncept «anti-kuće» sagrađene polazeći od unutrašnjosti prema van, u najboljem slučaju pokazuje nedostatak međusobne povezanosti unutrašnjosti i vanjštine, a u najgorem slučaju, žalosnu lažnost arhitekture i samog dizajna preplavljenih kičem: pokušstvo i unutarnje uređenje svode se na beskorisnu hrpu pridjeva, koji su, iako visoke kvalitete, zamjenjivi međusobno i s drugima.

Kad jednom nestane osjećaj društvene nužde, kvaliteta počinje ovisiti o odobravanju u okvirima društvenih odnosa i o raspravi u kojoj društvena klima sprječava razilaženje u mišljenju i ostavlja za sobom jeku neizbježne glazbene podloge: stereofoniju. Kič tako postaje bit postupka, jer projektu nedostaje osjećaj nužnosti.



240.-242. Kič obilježja odmorišta za okrepu uz cestu, ne proizlaze toliko iz ukusa kojim je uređena njihova unutrašnjost, načina izlaganja robe ili vrste arhitekture, koliko iz osjećaja sigurnosti kojeg ulijevaju svojom prisutnošću u krajoliku
Gore: jedno od mnogobrojnih odmorišta za okrepu posijanih duž autoputa
Dolje: lažni brod-restoran, kilometrima udaljen od obale





244. Kič utopija: turističko naselje budućnosti

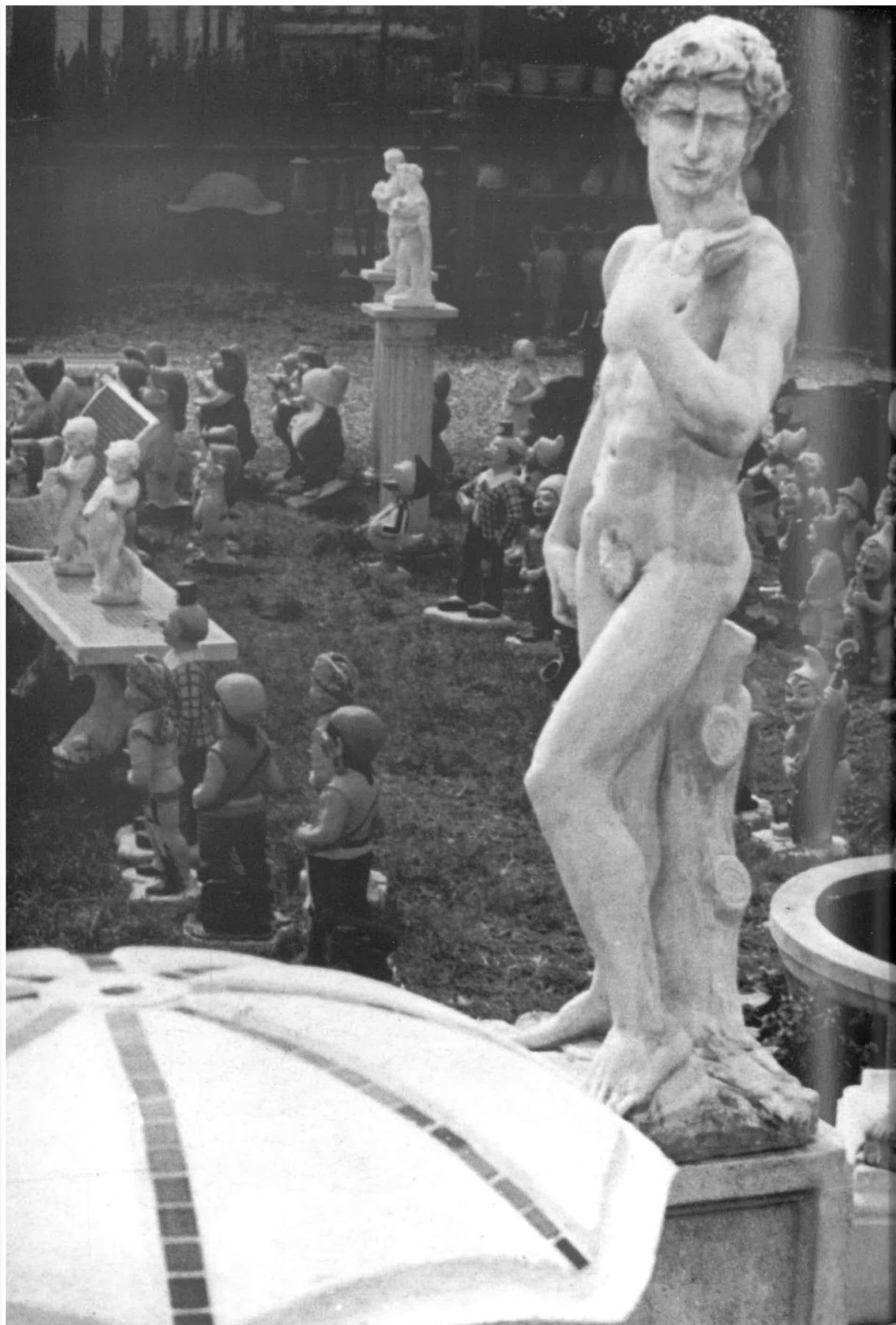
Ali ne bih želio da čitava ova rasprava djeluje kao beskorisna optužba protiv loših imitacija ili kreativne nesposobnosti.

Kič jako povećava količinu oblika na svijetu, a istodobno bitno reducira njihovo značenje. Ali kič se ne može ubrojiti u one stvari za koje je racionalna misao pokazala da se mogu spasiti, barem kao materijali koji se mogu prilagoditi drugim svrhama. Kič je, međutim, jedna od sociološki i estetski neautentičnih tehnika proizvodnje i upotrebe stvari. Te se tehnike temelje na neautentičnosti društvenog odnosa i na nejasnom odnosu prema vlastitoj subjektivnosti. To se, kao što smo vidjeli može izraziti samo kičem, koji ne prihvaća prirodu stvari, kada one kritiziraju i otkrivaju, nego kada skrivaju i štite, kada udaljavaju i tješe.

243. Veliki međunarodni sajmovi ponovno uspostavljaju ravnotežu između domaćeg i tradicionalnog i futurističkih otkrića, koja često ulijevaju nadu u bolju budućnost na imaginarnom planu tehnoloških mogućnosti

TRADICIONALNI KIČ





O tradicionalnom kiču već se toliko govori da je to postalo gotovo otrcanim. Svi napisi i publikacije, koji su se bavili problemom lošeg ukusa obično se zadržavaju na tom tipu kiča koji je - a to valja reći s najvećim oprezom - sad već gotovo manje «opasan» od drugih podmuclijih vrsta koje smo već obradili.

U ovoj antologiji - u kojoj nažalost ne možemo obuhvatiti i drugu vrstu tradicionalnog kiča, onu književnu - zbog razloga koje smo već naveli - ovo poglavlje nije moglo izostati; ali radije smo ga stavili na sam kraj djela upravo da bismo pokazali kako on nije toliko važan i da je, na stanovit način, bezopasan.

Iako će se i nadalje, još koju godinu ili koje desetljeće, prodavati (i kupovati) «vrtne patuljci», skulpturice od obojane terakote, zasnovani na liku gnomma, elfa i Disneyevih junaka, nema sumnje da će uskoro i njihovi današnji kupci, primijetiti da je to «out» i izbjegavat će takve nezgrapne pogreške kao što je ukrašavanje svoga vrta patuljcima ili svojeg lijepog salona (ili, kako se to danas zove: dnevne sobe) alabasternim kipićima u obliku kosog tornja u Pisi. Nažalost, druge vrste kiča već zamjenjuju, a zamjenjivat će i u budućnosti, tradicionalne vrste: to smo već vidjeli na stranicama ove knjige. Stoga neće biti potrebno liti još suza zbog kraja tradicionalnog kiča. Stoviše, nije posve nemoguće da će se za koje desetljeće s patuljcima dogoditi isto ono što se dogodilo s nekim - uistinu «umjetničkim» - Art Nouveau predmetima koji nisu bili prepoznati kao takvi pa su odbačeni na tavane, da bi kasnije bili revalorizirani i prodavani po vrlo visokim cijenama na dražbama i u antikvarnicama.

Ta će revalorizacija biti teže izvediva za vrtne patuljke proizvedene u stotinama i tisućama primjeraka u nekim obrtničkim radionicama: neka bi katalizma trebala uništiti većinu njih, tako da ostanu malobrojni primjerci, kao svjedoci izuzetno kičastog razdoblja kao što je naše.

Aleksa Čelebonović u različitim se prilikama bavio problemom kiča i zbog toga smo mu naumili povjeriti ovo zaključno poglavlje. Likovni kritičar, objavio je brojne teorijske oglede o modernoj umjetnosti, knjigu o suvremenom jugoslavenskom slikarstvu i ogled pod naslovom *Prema umjetnosti*. Osim toga napravio je televizijsku seriju s područja umjetnosti.

Aleksa Čelebonović

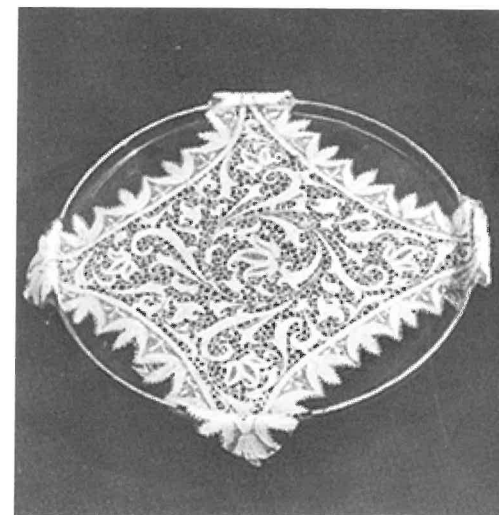
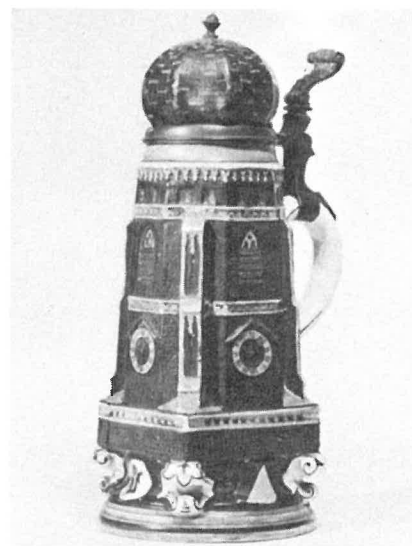
BILJEŠKA O TRADICIONALNOM KIČU

Otkada je čovjek izumio strojeve za industrijsku reprodukciju predmeta različitih oblika nastao je jaz između osjećaja za materijal i njegova oblikovanja. Sukob između oblika i strukture, kako je tu pojavu definirao P. Francastel, očitovao se na zaprepašćujući način upravo na području u kojem prevladavaju osjećaji: u predmetima napravljenima da ponude estetski užitak. Osim slika i skulpturica u to se ubrajaju ponajprije predmeti koji nemaju određenu primjenu ili značenje: čitava gomila sitnica koje gostu neke dobrostojeće obitelji mogu ponuditi sliku blagostanja, te koja gazdama kuće omogućuje da se prepuste igri dječjih i nezrelih maštarija. Zanimljivo je da se proizvodnja svih tih predmeta, suvenira, životinja, sladunjavih kipića, nefunkcionalnih pehara i servisa, čije podrijetlo seže u 19. stoljeće, i danas nastavlja, unatoč tome što se na području industrijskog «dizajna» zaista mnogo učinilo.

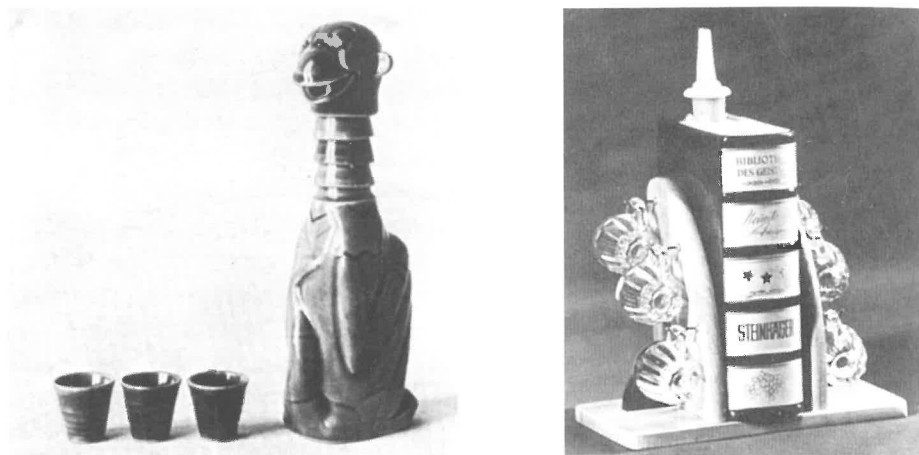
Razvitak tehnike, sa svim pratećim rezultatima, omogućio je ostvarenje, uz relativno skromne troškove, svakovrsnih zamisli koje su sinule u umovima neobrazovana puka. Nema oblika koji se ne može izvesti na ovaj ili onaj način, zbog čega je nastala osnova gdje se susreću interesi tržišta s onima velikog kruga ljudi lišenih svake sklonosti istinskim vrijednostima prošlosti, proučavanju povijesti, kao i načela koja se tiču uporabe materijala. Ni jedni, ni drugi ne vode brigu o vezi između oblika i materijala, a što je još gore, ne traže prirodno izražajne i funkcionalne oblike, zbog jednostavne činjenice što ih nisu sposobni shvatiti. Umjesto autentičnim činjenicama, zadovoljavaju se surogatima koje čak doživljavaju ljepšima: privid i lažna upadljivost zamjenjuju nepostojeće stanje. Poput vozača kamiona koji isječcima iz časopisa ukrašavaju svoje kabine da bi kružili svijetom zajedno s izmišljenim ljepoticama i s njima spavali na parkiralištima, veliki broj ljudi, mnogo veći nego što bismo mogli pretpostaviti ako uzmemo u obzir činjenicu obveznog školovanja u velikom dijelu svijeta i masu informacija koje

daju školski programi na temu društvenog napretka, još nije sposobno praviti ni osnovnu razliku između privida i stvarnosti, između prikaza i prikazanoga. Pojave specifične za primitivne narode i djecu ponovno se očituju u razvijenom tehnološkom društvu zahvaljujući uklanjanju prepreka koje je obrtnicima stvarala neposlušna priroda materijala, što se, u drugom planu, odrazilo i na uživanje u kič-predmetima. Time ne namjeravamo tvrditi da je kič povezan s primitivnim narodima i djecom. Nasuprot. Oni su one kategorije ljudskih bića koje spontano stvaraju predmete najautentičnije izražajne snage, u kojima se upravo veza između strukture i forme jasno očituje. Točno je, međutim, da kako nemaju svijest o vrijednosti svojih umjetničkih proizvoda, te ne mogu razlikovati umjetninu od stvarnosti, upravo su oni ti koji najlakše postaju plijenom kiča, s cjelokupnom prtljagom laži, fikcije, imitacija i sladunjavosti koje on sadrži.

Rekao bih da kič ne nastaje iz intimne čovjekove potrebe. Ne, štoviše, on mu se nameće. Kada pronade slobodan put kod neobrazovanih i naivnih, koji još nisu izabrali svoje kulturne potrebe i samo su se površno raspitali o mogućnostima njihova zadovoljenja, te s tim u vezi još nisu stekli nikakve određene navike, kič prodire u dušu poput infekcije u neotporan organi-

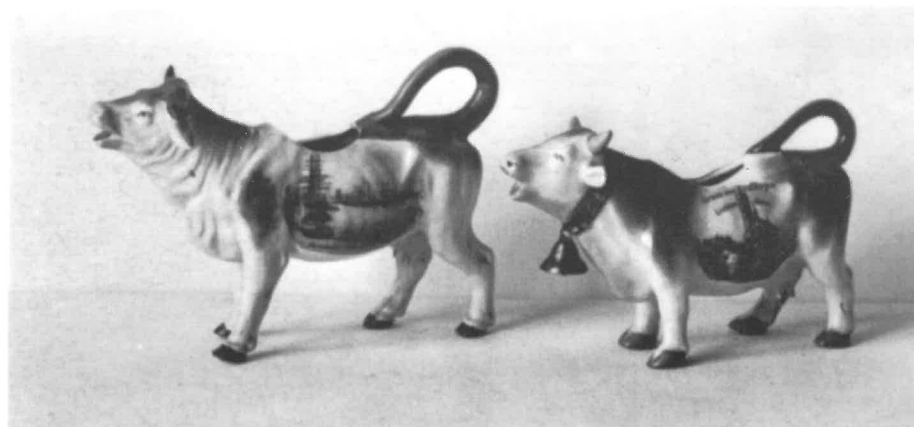


246.-247. Toranj-kriglja za pivo i poslužavnik sa «skupocjenom» lažnom čipkom, dva su primjera iste vrste kiča koji se ne mijenja već više od polovice stoljeća. (Ova dva komada, zajedno s onima na ilustracijama br. 251. i 268. dio su odjela posvećenog kiču Landesgewerbeamt Baden-Württemberg u Stuttgartu, kojeg je osnovao profesor Pazarek prije Drugoga svjetskog rata).



248.-249. Keramički crnački idol i lažna knjiga postaju boce za liker s pratećim servisom čašica

250. Životinje su česta tema tradicionalnog kiča, kao što nam pokazuju ova dva izvrsna primjera



zam. Moderna bi ekonomija tu pojavu definirala kao stvaranje novih potreba kod potrošača uslijed tržišnih pritisaka. Drugim riječima, proizvođači kič robu stavljaju u prodaju i tako dolaze do kupca koji je uopće nije očekivao. To je prilika da se zapitamo o razlogu njegova uspjeha. Manjak otpornosti i obrazovanja nije dovoljan za objašnjenje uspjeha kiča. Iako je nezrelost pojedinaca koji ga konzumiraju temeljni preduvjet te pojave, sam pojam nezrelosti preširok je da bi mogao precizno ocrtati bit



251. Gore lijevo: Gabriele D'Annunzio u ateljeu svojeg prijatelja kipara s očitim užitkom škaklja jelena



252.-253. Mačka-čajnik i kućica s gipsanim golubovima

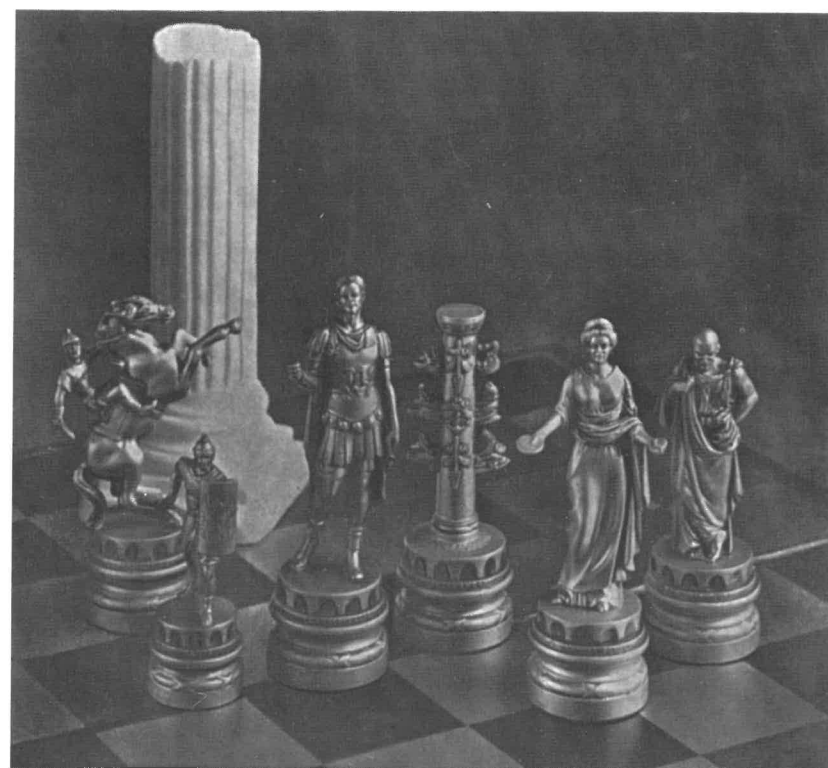
problema. Ako s jedne strane razmatrimo životne uvjete - u to ubrajamo i uživanje kulturnih dobara - a s druge, pojedinca koji živi u takvim uvjetima, moći ćemo ustvrditi da velika većina ljudi rabi suvremena tehnička sredstva, osobito na polju prijevoza, higijene, masovnih sredstava komunikacije, dok samo vrlo uska manjina koristi kulturna i umjetnička dostignuća našeg i prijašnjih razdoblja.

Tome možda pridonosi i stanovita «nedostupnost» umjetničkih tvorevina. Čak i djela iz prošlosti danas postaju manje shvatljivima nego prije, zbog tumačenja koja ih na neki način lišavaju nekadašnjeg sadržaja. U djelima koja su nekad bila prožeta vjerom i koja su značila vanjski izraz određene



254.-255. Tradicionalni je kič jednak u cijelome svijetu: prodavaonica u Americi i skulpturice s motivom «Pietà» i japanski *kuriozitet* s pagodom i mladuncem jelena

konceptije svijeta, neuki promatrač danas najčešće vidi samo boje i oblike, kao da je riječ, prema poznatoj formuli Mauricea Denisa, «o podijeljenoj površini oslikanoj na određeni način». Primjedbe koje je o takvom načinu viđenja i općenito mogućnosti prihvaćanja umjetnosti iz prošlosti izrazio Jean Dubuffet, fundamentalne su. U svojem djelu *Asphyxiante culture* govori ono što je zapazio još dvadeset godina ranije: da je, naime, umjetnost prošlosti, a osobito umjetnost sadašnjosti ne samo nedostupna nego i apsolutno dosadna. Ona postaje predmetom divljenja samo pripadnika elite; stvaraju se resorni uredi upravo da bi nametnuli gledišta te elite masama



MOST BEAUTIFUL CHESS SET WE HAVE EVER SEEN

DELUXE SET: King, 48" high; Queen, 48"; Bishop, Knight and Pawn, 48"; Pawn, 38". Beautifully sculptured and finished. Includes an folding playing board, 148" square and Chess Bracket. In handsome case, with 2 lift out trays. **\$14.95**

SPECIAL GOLD & SILVER SET: Same size as Deluxe set with pieces of Antique Gold and Silver as illustrated. All pieces extra heavily weighted and fitted. Includes our board and gold 148" board & Chess Bracket. In elegant green Morocco leatherette presentation case. **\$29.95**

256. Šah s figurama slavnih ličnosti antičkog Rima, pruža kič-čovjeku radost ponovnog otkrivanja «kulture povijesti» za vrijeme igre

što, suvišno je i reći, one odbijaju, ili čije rezultate kasnije i prihvaćaju, ali bez pravog razumijevanja i afiniteta. Tako se otvara novo plodno polje za kič. Valja dodati da je Dubuffetova osuda kulturne i umjetničke tradicije posljedica njegova odbacivanja stalnog imitiranja i falsificiranja rezultata prošlosti, a svakako ne kao veličanje tradicionalnog kiča. Postulirajući da umjetničko djelo mora biti zanimljivo, on zagovara maštu, zastupa razlike među njezinim tvorevinama, koje će biti u skladu s pojedincem koji ih je stvorio, a ne uniformnost koju nameće industrijska proizvodnja. Iako je,

dakle, poznavanje i proučavanje prošlosti, «razumijevanje» onoga što nam je preneseno, jedan od načina kojima se pojedinac brani od kiča, ostaje činjenica da se to može zbivati samo u okvirima određene kulturne elite, dok su ostali automatski osuđeni da postanu plijenom kič produkcije.

To ne znači da «ostali» ne mogu osjetiti poticaj da imitiraju elitu. Kada bi određeno razdoblje prošlo, narod je uvijek težio prihvatiti ono što je prije bilo povlasticom aristokracije ili elite. Poznato je da su se narodni običaji mijenjali pod utjecajem bogataških običaja. Ista se pojava može uočiti i kod unutarnjeg prostornog uređenja. Vitrina građanske obitelji u kojoj je blistao porculan i srebro, staklo i bjelokost postala je idealom širokih slojeva ljudi koji u nju nisu mogli staviti izvorni Meissen porculan, rusko srebro, muransko staklo ili japansku bjelokost. Plastične sitnice, gipsani Bude, crnkinje emajliranih grudi i celuliodni poslužavnici s ugraviranim čipkastim motivima, uspješno i jeftino zamjenjuju predmete, koji su sakupljeni bez sposobnosti pravog rasuđivanja, već u prvoj fazi značili kič. Kič druge faze, kojeg bih nazvao kičem na kvadrat, tako je očit da nas iskreno iznenađuje kako uopće može pronaći ljubitelje i kupce.

Dovoljno je proći venecijanskim uličicama pored kioska prepunih plastičnih ili metalnih zvonika svetoga Marka, gondola raznih veličina, jače ili slabije osvjetljenih električnim žaruljicama, ili proći trgovima bilo koje europske metropole, da bismo pronašli bezbroj takozvanih suvenira najprostačijeg ukusa i najjeftinije izrade. Čak je i seljačka kuća nekad vjerna tradiciji keramike i masivnih formi, robusnog pokućstva, počela sakupljati, zajedno s novim jeftinijim namještajem i s električnom kuhinjom, smeće koje dolazi iz svih dijelova svijeta. Nema više putovanja u daleke zemlje: na to misle japanski (primjera radi), talijanski, kanadski ili bugarski odjeli u velikim robnim kućama, koji nude svu onu robu koju smo nekada mogli kupiti samo na licu mjesta. Tu je još i masa «zgodnih» predmeta, lišenih lokalnih ili nacionalnih konotacija, namijenjenih svima upravo zbog svoje «univerzalnosti». Možemo vidjeti razne krave i pse uzdignute u simbole vjernosti i umiljatosti, bogatstva i sreće, plastične Mikije i Paške Patke koji zauzimaju časno mjesto među posuđem koje se rabi samo u značajnim prilikama, velike vezene jastuke od lažnog pliša koji se šepure na prostranim bračnim krevetima.

257.-265. Razuzdane kič reklame iz «časopisa za kuću i vrt»

LIGHTS YOUR GARDEN

Beautifully, harmoniously. Lights up flower beds, paths, garden steps or shrubbery—light reflects through the Frog's mouth. It is made of stoneware and hand-painted in verdigris color. Ornamented by day, charming at night. 9 1/2" high, 10" long, complete with 12 foot watertight cord. Pair make an excellent gift.

\$15.50 each

Same Frog made of Cast Aluminum Pompeian green finish \$20.00

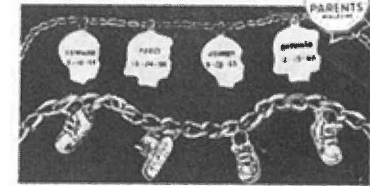
Dept. HGS express charges collect



FOR PROUD MOTHERS and GRANDMOTHERS

Family Tree Brooch bears the sweetest fruit of all and "grows" more precious with the years. She'll wear this pin with pride and joy. Each disc is engraved with a child's first name and birthdate. 2 1/4" Sculptured Tree of Solid Sterling Silver, holds 1 to 12 discs.

TREE \$2.00 • DISCS \$1.00 each



HEIRLOOM BRACELETS

She'll wear her heart on her wrist when she encircles it with our 7 1/4" bracelet of Sterling Silver or 12K Gold-Filled Silhouettes or Baby Shoes that proudly proclaim the beloved children. Each 3/4" charm is engraved with a child's first name and birthdate. Adorably crafted, of excellent weight and quality.

Silhouettes \$1.10 ea. Baby Shoes \$1.50 ea.
Bracelet \$1.10 Bracelet \$1.50

Prices include engraving, tax, postage.



Show business

Musical teapot whose pure Limoges shows off a floral hand-painted design. Showpiece plays "Tea For Two" (what else?) when a lady pours the Lapsang Souchong or good old orange pekoe. Capacity's for six cups of the bracer-break. Stands 8 1/2" high. \$4.95 ppd. Norfolk Hill Ltd., W.D.



Italian
Alabaster
COMPOSERS



To please the music lover or art collector. Formed from the finest white Italian Alabaster. Give this fine collection to that musical friend. Includes busts of Chopin, Bach, Liszt, Mozart, Verdi, Wagner, Beethoven and Puccini. Each a handsome 4" tall.

Your choice of any four \$5.99

Complete collection of eight Only \$7.99



Greek Lounge

The answer to relaxing for that "Caesar" or "Cleopatra" in your family. Choose from two sizes.

R108 — 48" long x 18" ht. \$31.88

R108A — 60" long x 18" ht. \$39.88



GAD! A FUR-LINED POTTY! The ultimate for those who deserve the very best! A genuine Fur-Lined Potty... guaranteed the never-to-be-forgotten gift! 4" in diameter, made of creamy ceramic, complete with handle. Lined with soft silky fur... and don't think that's not practical on a cold night! Labeled: "You won't the fur-lined pot!"



WOW! NUDIE ICE CUBES give a real frosty tang to drinks! They're cool cuties! Specially designed ice cube Tray turns out a bevy of four bountifully proportioned beauties. These girls are guaranteed to cause conversation as well as give frosty delight. Sensational party idea! You can't miss with a gift like this!

3444—Nudie Cubes Tray \$1
3 for \$2.79

"The Mail is Here" announces the mailman, in this grouping from the world-famous collection of "Hansel" figurines that add the perfect touch to traditional or modern decor. Genuine "Hansel" figurines are identified by the "Hansel" signature indented in the base.



Dress up your mailbox stand in a pretty petticoat of cast aluminum that will give your home the appearance of a lovely country estate. Mailbox, nameplate and stand complete as illustrated. \$49.95 ppd.

Među osobitostima primitivnog čovjeka, koje je već zapazio C. G. Jung, dvije su karakteristične i za korisnike tradicionalnog kiča. S jedne strane primitivac projicira svoju intimu prema vanjskom svijetu, dok je, s druge strane, nesposoban razviti svoju svijest i podrediti joj vlastito ponašanje. On se, zapravo, ograničava na provođenje vremena u nekoj vrsti letargije u kojoj glavnu riječ ima njegovo nesvjesno. Istu pojavu možemo primijetiti i kod mnogih pojedinaca koji žive u civiliziranom društvu (pogledajmo rasprostranjenost predmeta tradicionalnog kiča). I ovdje kolekcionari i korisnici projektiraju svoj unutarnji svijet prema van. Kako njihova psiha nije zaokupljena problemima koje nameće život u prirodi (borba protiv mraka, hladnoće, divljih zvijeri), njihovu intimu muče problemi okoliša u kojemu oni žive: kako zaraditi novac, zadovoljiti seksualne potrebe, zadobiti ugled. Zajedno s lošim filmovima, žutim tiskom itd., kič predmeti im služe kao polazište za projiciranje bijede svojeg unutarnjeg svijeta prema van. Tako se latentni problemi projiciraju na predmete lažne vrijednosti, jer je tako lakše. Nesposobni kao što već jesu, da postanu svjesni svojih odnosa prema svijetu u kojemu žive i da tako razviju vlastitu individualnost, te da

266. Violinisti, Venere, sveci, Pinocchiji i Mikiji spremni za veliko tržište kiča



shvate jezik i logiku oblika, takvi pojedinci lako odabiru lažni sjaj vulgarnosti, jer ih podsjeća na nešto što leži u mraku njihovih želja. Taj ih izbor čini sličnima domorocima koji su presretni što mogu mijenjati zlato i bjelokost za staklene perlice europskih trgovaca.



267. Bismarck kao krigla za pivo



268. Plakat za izbornu kampanju i reprodukcije djela Aubreya Beardsleya u tipičnom camp «krajoliku»

ZAKLJUČAK

Stigavši do kraja (ali ima li kraja kiču?) našeg antologijskog pregleda, htjeli bismo sumirati sve ono što smo istraživali na ovim stranicama, te istodobno, posvetiti ovo posljednje poglavlje problemu koji se dosad samo ponegdje pojavljivao: svjesnoj i namjernoj uporabi kič elemenata kod nekih suvremenih umjetnika.

Tako se možda može stvoriti most koji bi ujedinio umjetnost i kič, koji su naizgled osuđeni ostati strogo razdvojeni.

Smatram da je barem jedno očito iz mnogih dokumenata koje smo predstavili i brojnih napisa okupljenih u ovoj knjizi: sam pojam «lošeg ukusa» specifičan je za naše doba i nije postojao u prošlosti, barem ne u današnjem obliku. To bi, dakle, bio glavni aspekt cjelokupne analize fenomenologije kiča: njegovo prepoznavanje kao svojevrsnog zastranjenja, degeneracije - od onoga što - htjeli mi to ili ne - moramo smatrati «normom» čovjekova etičkog i estetskog stava. Iako, i to vjerojatno s razlogom, postoji sumnja u legitimnost pozivanja na moralnu «normu», to se ne može reći za postojanje - sigurno i neosporno u pojedinim razdobljima i pojedinim stilovima - norme ukusa, *standarda ukusa*. Danas se, ipak (s ograničenjima i oscilacijama o kojima smo govorili), takva norma sve češće krši i ruši, tako da je, samo u ovom razdoblju, moguće utvrditi postojanje pojave koju ovdje želimo istražiti: pojave kada prvorazredni umjetnici (odmah možemo nabrojiti istaknuta imena kao što su: Duchamp, Picasso, De Chirico itd.) *namjerno i svjesno usvajaju* izričite elemente kiča, kao i manje važnu pojavu, ali ipak takvu da nas ne prestaje uznemiravati, kada elitna, kulturno sofisticirana, publika upotrebljava elemente koji su tipični za kič (pokućstvo, predmeti za unutarnje uređenje i, dakako, slike i skulpture, itd.), ali koje *iskup-*

ljuje onaj osobiti stav korisnika kojeg običavamo imenovati *campom* i koji je, na stanovit način, suprotnost kiču.

Što, zapravo, podrazumijevamo pod riječju *camp*? Služeći se nekim za- pažanjima Susan Sontag (iz njena ogleđa *Notes on Camp* u djelu *Against Interpretations and other Essays*, talij. izd. *Contro l'interpretazione*, Mondadori, Milano, 1967., str. 359-369), možemo reći da je: «bit *camp*a nje- gova ljubav za neprirodno, artificijelno, pretjerano», a djela koja se mogu ubrojiti u tu vrstu «ukusa» su: «Beardsleyevi crteži, Bellinijeva djela, poje- dini Viscontijevi filmovi, neke razglednice s kraja 19. stoljeća, stari Gordo- novi stripovi, Guimardovi ulazi u pariški Metro...», te naposljetku, da su: «mnogi primjeri *camp*a s »ozbiljnog" stajališta, loša umjetnost ili kič. Ali ne svi. Ne samo što *camp* nije nužno loša umjetnost, nego postoje umjetnička djela koja se mogu smatrati *campom*,... iako zaslužuju ozbiljnije divljenje."

Camp je, dakle, osobit stav, sofisticiran i pomalo snobovski, kojim se isku- pljuje materijal koji bi u protivnom, često, ako ne i uvijek, bio osuđen na zaborav, ili kojim se revalorizira sve ono što bi samo po sebi imalo neznat- nu umjetničku vrijednost i kulturnu zanimljivost.

Camp nas ipak ovdje samo površno zanima: samo ga prividno možemo smatrati antikičem, jer se na kraju krajeva ne bi moglo ni pretpostaviti pos- tojanje *camp*a ako ne bi bilo mogućnosti iskupljenja za kič, ili općenito, za zapostavljene ili aberantne umjetničke elemente.

Uostalom, nadam se da je iz onoga što smo već rekli o kiču u obitelji, priro- di, turizmu, itd. očito da su i kič i *camp* neposredni izdanci potrošačkog društva u kojem živimo. «Affluent society», društvo blagostanja, koje - unatoč svim svojim manama - svakome može priskrbiti (a to moramo poželjeti ne samo industrijaliziranom Zapadu, nego i «trećem» i «čet- vrtom» svijetu!) hladnjak i radio-aparat, televizor i automobil, odgovorno je za mnoge pogreške našeg doba: besraman *styling* automobilskih karose- rija, nisku razinu turizma, nehumanu stravu plaža ljeti, a sada već i zimova- lišta. Isto tako, čemu možemo zahvaliti pokućstvo za sobu za mladence, «američke kuhinje», cijeli čopor patuljaka, zečića, junaka Disneylanda, švi- carskih minijatura itd., ako ne njemu?

Ali još se jednom na zaključnim stranicama ove knjige pitamo moramo li možda težiti povratku predindustrijske ere, stanju na koje još možemo nai- či u nekim nerazvijenim područjima koja još nije zahvatila naša nesretna «civilizacija blagostanja»?

Svakako ne: posvuda postoji i kič odsutnosti elegancije, kulturne zaosta- losti i industrijske i umjetničke nesuvremenosti, što je često jednako pra-

vom lošem ukusu. Danas je potrebno da se pobuna - nesumnjivo legitimna - protiv potrošačkog društva, protiv industrije koja je pokorila dizajnere, protiv manipuliranja odozgo ukusom masa, vodi s punom sviješću da je ri- ječ o borbi za vraćanje čovjekove kulturne autonomije na svim razinama, za obnovu kreativnih i receptivnih osobina koje pojedinac mora moći izra- ziti svuda, za oslobođenje umjetnosti od shema koje su joj nametnule in- dustrijalizacija, merkantilizam, monopolistička ekonomija, kako privatna, tako i državna.

Razdoblje u kojemu će doći do iskupljenja kiča još je daleko, a pojaviti će se samo - želim se nadati tome, iako nema jamstva da će tako i biti - kada bu- de nadvladana bijeda i nedostatak minimalnih sredstava, koji danas poga- đaju velik dio trećeg svijeta (i ne samo njega) i preobilje bogatstva «napred- nog» industrijskog društva (kao što se običava reći, bez razmišljanja o tome da je to društvo sve prije negoli napredno, osim na polju sve prisutnijeg konformizma) koje danas mori ostatak čovječanstva. Razdoblje u kojemu će umjetnost ponovno imati ne samo tržišni (ili snobovski) efekt i u koje- mu krivotvorenje više neće biti potreba koju nameće tržište, još je daleko; nadajmo se da će se uskoro pojaviti njegovi prvi simptomi.

Ali pogledajmo sada posljednji slučaj za koji je kič neizravno odgovoran: to je slučaj kada suvremeni umjetnici ili one osobe koje, upravo zato što su svjesne postojanja kiča, ne oklijevaju namjerno i svjesno upotrijebiti kič u potpuno suprotnu svrhu.

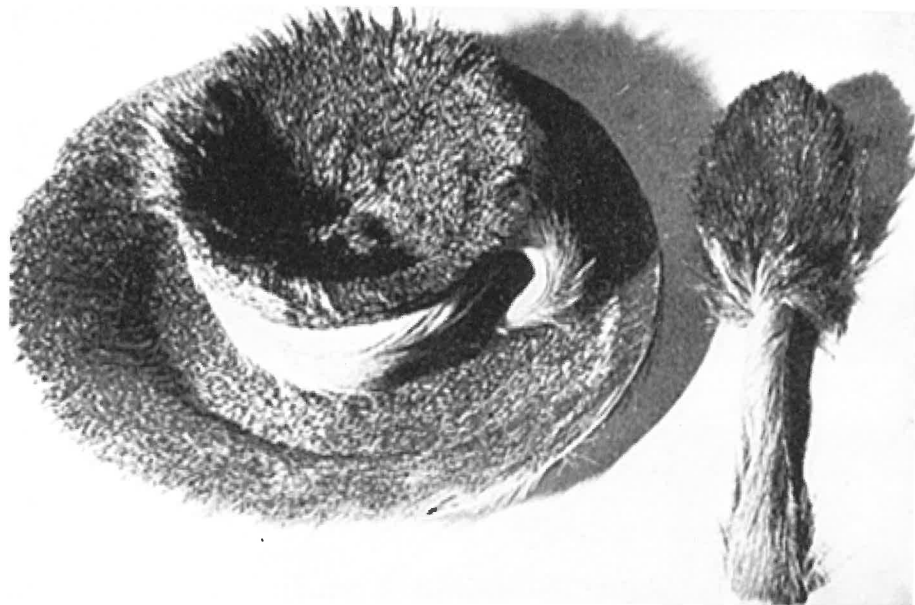
Pokušaj nekih umjetnika da namjerno i svjesno iskupe kič koristeći ga u svojim radovima vrijedan je, ali je ujedno i dvosjekli mač: za onoga tko pri- pada kulturnoj eliti, takvo iskupljenje poprima primamljiv ukus «zabranje- nog voća», dok one koji u to nisu upućeni može odvesti u dvije različite vrste nesporazuma:

1) uvjerenje da je predmet koji su ti umjetnici supsumirali svojim postup- kom dekontekstualizacije izvorno predmet «dobrog ukusa». (Npr.: vjero- vanje da je boca Coca Cole koju Rauschenberg ili Jasper Johns koriste u svom radu «sama po sebi» umjetnički predmet);

2) još dramatičnije miješanje umjetnosti i neumjetnosti. (Npr. ako Baj kao podlogu za svoja djela rabi neke oslikane pozadine kakvog mazala plaće- nog po metru slike, uvjerenje da su vrijedni i krajolici okupani mjesečinom i napuljski zaljev s Vezuvom u pozadini, koje je naslikao neki loš romantič- ni slikar po uzoru na stare naturalističke modele).

Već nam ta dva primjera pokazuju o kakvoj umjetnosti namjeravam govori- ti: o mnogim kreativnim formama čiji se počeci mogu smjestiti na početak

našeg stoljeća, a koje su ostvarili neki «velikani» različitih europskih «izama»: mislim, pritom, na neke Balline komade pokućstva koji su nedavno revalorizirani i koji su formalno izuzetno zanimljivi, ali posjeduju neupitni kič prizvuk; mislim, pritom, i na neke fascinantne Duchampove *objets trouvés* (sušilicu za boce, pisoar, čija je demistifikacijska uloga bila golema ali - ako se promotre samo kao ono što oni zapravo jesu (a ne zbog onoga što su postali postupkom «ostranenia» tj. vađenja iz njihova prirodna okoliša i novog vrednovanja koje je izvršio umjetnik) - oni nisu ništa drugo nego banalni predmeti najgoreg mogućeg ukusa. U to se još može ubrojiti čitav niz predmeta koje je rabio prvi val nadrealista (poput slavnog krznenog servi-



269. Meret Oppenheim: *Krzneni doručak* (1938.)

sa Meret Oppenheim, sl. 269), neke slavne, naizgled naturalističke, Magritteove (sl. 270), Delvauxove, Labisseove, itd. kompozicije koje su svojom jasnom antinaturalističkom i antikonformističkom namjerom potaknule pojavu kič odnosa prema djelima i predmetima koji izričito pripadaju najboljem kiču.

Pozvat ćemo se na recentnija djela: kako poreći nazočnost kič elemenata u mnogim djelima najvećih američkih pop umjetnika? Neke Oldenburgove divovske «mekane» mrtve prirode; neki Rauschenbergovi preparirani orlovi, neki Wesselmannovi aktovi koji kao da su s najgorih reklamnih pla-

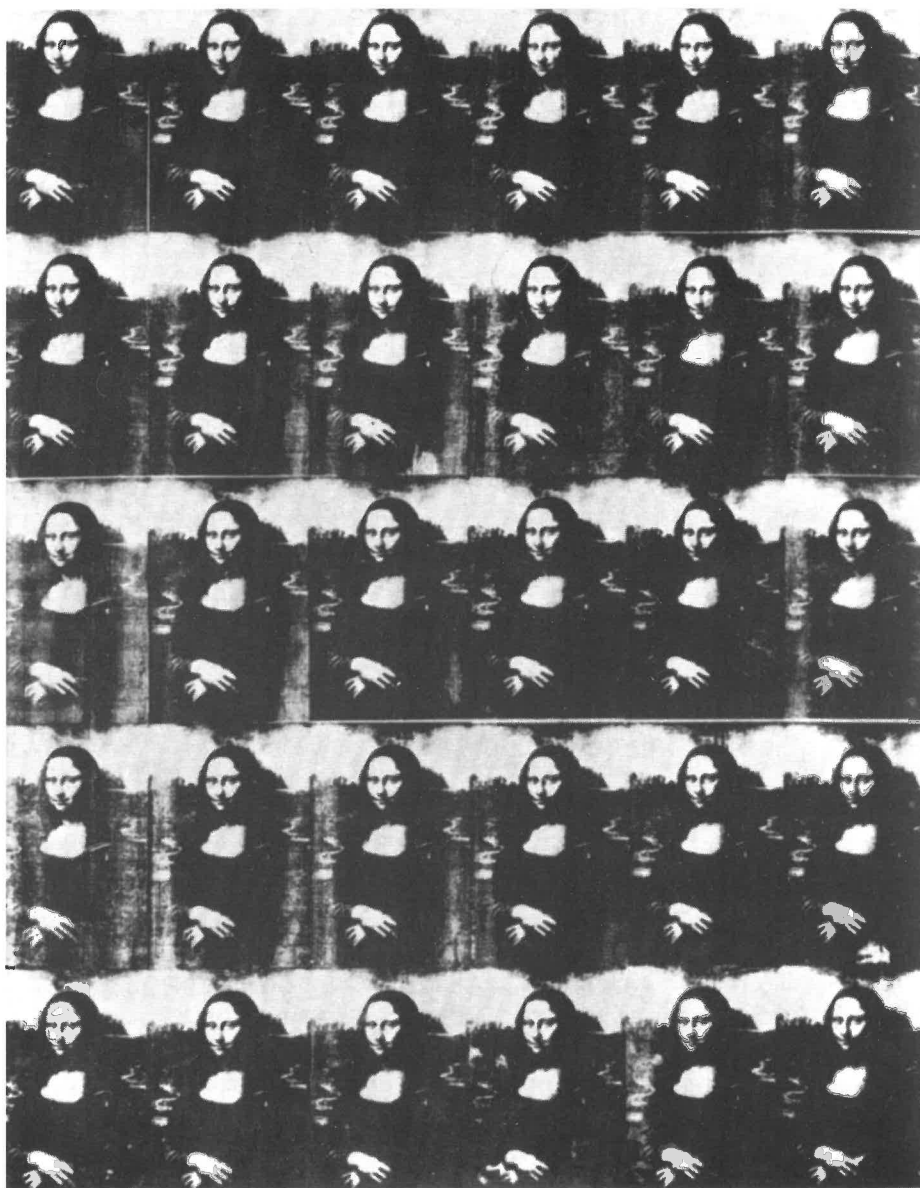


270. René Magritte: *Quand l'heure sonnera*

kata, Kienholzov bar i drugi ambijenti (koji bi sami bili dovoljni da nam daju sažetak kič atmosfere s one strane oceana), čak i neke Lichensteinove imitacije «plakata» (čija, usput rečeno, prva ostvarenja proizašla iz povećanja poznatih stripova nikada nisu bila kič!), sentimentalni zalasci sunca njegovih Pejzaža (sl. 273-274), te naposljetku Warholove Mona Lise čiji je mit predstavljen na pop način (s gotovo geometrijskim ponavljanjem slike na platnu) kao i onaj Marilyn Monroe i Jackie Kennedy, kao da su sve tri личности povezane zajedničkom poviješću (sl. 271-272).

Pop postupak koji je imao presudnu ulogu na novijoj umjetničkoj sceni, pokazao je dvije naizgled kontradiktorne činjenice:

1) da je današnji čovjek - osobito u SAD-u - gotovo posvuda okružen elementima kiča koje niti ne zapaža (uočava ih Europljanin koji prvi put dolazi u SAD, prije nego što mu veličanstvenost cjelokupnog prizora i snaga novih perspektiva posve ne ponište njegovu specifičnu «povijesnu» senzibilnost koja je u prvom trenutku bila šokirana tolikom posvemašnjom nazočnošću kiča);



271. U Warholovim *Mona Lisama* kič mit se javlja u pop maniri kao i u djelu *Jackies*



272. Andy Warhol: *Jackies* (1965.)

2) s druge strane, da ti isti elementi kiča imaju svoju neupitnu privlačnost koja se - tamo gdje su bili izvučeni iz konteksta - prenosi u ostvarenje autentičnog umjetničkog djela; ovdje mislimo na plastičku i kromatsku, znači estetsku, vrijednost juke-boxova, automatskih bilijara, svijetlećih natpisa, mnogih kućnih sprava, koji su bili u osnovi abecede «znakova» kojima su se tako obilno služili američki pop umjetnici i njihovi europski imitatori (Raysse, Spoerri, Fahlström, Arman, itd.).

Analogan postupak koji se dogodio kronološki mnogo prije procvata pop arta u Americi jest onaj kojeg je tako uspješno pokušao Enrico Baj u raznim serijama kao što su : *Generali, Dame, Ultratijela, Pokućstvo*. Iako je Bajeva polazna koncepcija vrlo različita od one pop umjetnika, i u njegovu se slu-

čaju vrlo često radilo o uporabi materijala kao da je riječ o kolažu, ali koji je najčešće, već u samom početku imao kič obilježja (materijal za madrace sa cvjetnim uzorkom, jeftine ili skupocjene zidne tapete i tapetarski štofovi, uporaba, koju sam već spomenuo, oleografski oslikane pozadine (sl. 275); ili još i korištenje ukrasa, medalja, cvjetnih vijenaca, dekorativnih prostirki koje su se držale ispod sedla, koji su, iako su pripadali vremenu



273.-274. Svijest o postojanju kiča često je prisutna u djelu Roya Lichtensteina.
Lijevo: *Night Seascape* (1966.);
Desno: *My Reverie* (1966.).

naših djedova, ipak ođavali njegove najneskladnije i najvulgarnije aspekte). Ipak namjerno i vrlo svjesno preuzimanje takvog zastarjelog materijala koji često nosi i obilježje «lošeg ukusa», omogućio je tom milanskom um-

275. Namjerno i svjesno davanje vrijednosti slikarskom kiču, njegovom uporabom u kolažu, jedno je od stilskih obilježja slikarstva Enrica Baj



jetniku da stvori svoj osebujući stil često postižući - upravo zahvaljujući ne-
uobičajenoj upotrebi takvih elemenata - efekte vrlo istančanog kompozi-
cijskog sklada.

Vjerujem da primjeri američkih i europskih pop umjetnika poput Baja i
malobrojnih drugih (mogu se prisjetiti nekih djela ranoga Del Pezza, nekih
Gaulovih kolaža, nekih kompozicija Petera Blakea i Hamiltona, koji koriste
slike iz jeftinih časopisa ili stripova) dovoljno jasno pokazuju ono što
sam naumio objasniti u ovom posljednjem poglavlju, a to je često podmukla
i suptilno pogibeljna nazočnost kiča i u djelima nekih od najboljih umjet-
nika našeg doba. Još jednom želim istaknuti da sam ovdje nastojao upozoriti
na pozitivne aspekte nazočnosti elemenata kiča, a ne mnogobrojne primjere
negativnih aspekata: onih, naime, u kojima poznati i općecijenjeni suvremeni
umjetnici, nenamjerno i posve nesvjesno (!) stvaraju djela koja se neprijeporno
«lošeg ukusa», djela koja kolekcionari kupuju po visokim cijenama, koja se
nalaze u muzejima i kojima će samo budućnost presuditi. Na samom početku
ove knjige rekao sam da se u njoj ne namjeravam baviti djelima lošeg ukusa
koja su stvorili suvremeni umjetnici, ujedno i zbog toga jer će naši nasljednici,
a ne mi, dati konačan i pouzdaniji sud o njima. Ali nikoga ne bi trebala
iznenaditi činjenica da današnja umjetnost može, štoviše mora, biti zahvaćena
pipcima kiča: svi mi živimo u današnjici i sami jesmo ili možemo biti njegovim
plijenom, a najviše oni koji «vjeruju» da stvaraju umjetnička djela, ali zapravo,
stvaraju kič.

Tim posljednjim napomenama o jedinstvenoj - barem djelomično pozitivnoj -
pojavi kiča u umjetničkim djelima današnjice, želio bih završiti ovaj pregled.

U kolikoj sam mjeri uspio razjasniti ono što je zasigurno jedan od ključnih
problema povijesti umjetnosti i estetike našeg vremena? Nažalost, ako sam
neke stvari i rasvijetlio, to sigurno neće utjecati na veliku, bezgraničnu legiju
Kitschmenschen - kič-ljudi - koju svugdje u svijetu stvaraju i uživaju na
pogrešan i iskrivljen način ono što bi trebala biti umjetnička djela našeg
vremena. Kako, uostalom, otvoriti oči čovječanstvu da vidi svoje pogreške
i svoje mane kada su one integralni dio njegova «postojanja», njegova «vi-
đenja svijeta»? Možda, konačno, kič stav - kako po svojim objektivnim ost-
varenjima, tako i u njegovim subjektivnim aspektima - «s pravom» pripada
našem dobu; možda je on komunikacijska i izražajna pojava koju uporno
definiramo «umjetnošću» i koja je tako dugo vladala razdobljima koja su
prethodila našem, predodređena da u današnjoj fazi civilizacije Abend-
landa poprimi ponajprije kič aspekt. To ne znači da valja očajavati zbog
budućnosti umjetnosti, niti da treba odbaciti mogućnost njezina spasenja.

vom
Kitsch



zur
Funktion

ALUMINIUM



276. Jedinstven primjer svjesne uporabe kiča u
reklamne svrhe

Moramo se zadovoljiti time što postoje oni koji su već izvan kiča i koji su čitajući i cijeneći ove stranice i ilustracije (nadamo se) postali svjesni njegova postojanja. Nadamo se, također, da će se razvojem i napretkom današnjega društva, sazrijevanjem jednog novog stava o umjetnosti i odnosu umjetnosti i društva, umjetnosti i prirode, moći, u ne tako dalekoj budućnosti, ponovno pronaći ona ravnoteža između tehnike i umjetnosti, umjetnosti i života, koja je u drugim razdobljima bila njihovom konstantom, a koja će možda, opet to moći biti u bližoj budućnosti.

Autorova bilješka

Iako se već dugo u raznim svojim oglecima bavim problemom kiča, u ovu knjigu radije sam uključio tekstove drugih autora koji se upotpunjuju s mojim, kako bih proširio raspravu koju sam jedan autor ne bi mogao razviti. Tako mi se činilo shodnim ponovno objaviti dva izuzetna i vrlo točna napisa o kiču, kao što su oni Hermanna Brocha (iz 1933. i 1950/1951.) koji su značili pravi početak literature o kiču, te Greenbergov tekst koji je možda prvo sređeno iznošenje razmišljanja o odnosu između kiča i politike, a napisan je 1939. godine.

Nekim sam autorima, koji su na međunarodnom planu najkvalificiraniji za pojedinu temu, izravno naručio tekstove za specijaliziranija poglavlja poput onoga o arhitekturi (Gregotti), pornografiji (Volli), plastičnom Partononu (McHale), turizmu (Giesz), filmu (L. H. Eisner), tradicionalnom kiču (Čelebonović), itd.

Očito je da nije bilo moguće - i u tako opsežnoj knjizi - obuhvatiti cjelokupnu panoramu kiča: morali smo u potpunosti izostaviti književni kič, osobito zbog teškoća da se dobije dovoljno vjeran (kičasto vjeran) prijevod u izdanjima na drugim jezicima. Isto tako izostavili smo razmatranje kazališnog i televizijskog kiča, jer su oni na stanovit način dio filmskog kiča i kiča u likovnim umjetnostima.

Nije uobičajeno zahvaliti izdavaču na objavljivanju neke knjige, ali u ovom je slučaju potrebno učiniti iznimku. Ovo djelo, koje je nastalo i razvilo se stalnom suradnjom autora i Gabrielea Mazzotte, ne bi bilo privedeno kraju bez njegova neumorna istraživanja ikonografskog materijala i poticaja, koji su omogućili širenje tradicionalnog pojma kiča.

Bibliografska bilješka

Bibliografija o kiču, relativno siromašna do objavljivanja ove knjige, osobito se povećala člancima i ogledima objavljenima u časopisima koje, zbog brojnosti, ne navodimo. Radije ćemo dati kronološki pregled ogleđa i člana koji nam se čine najzanimljivijima.

Gustav E. Pazaurek, *Guter und schlechter Geschmack im Kunstgewerbe*, Stuttgart, 1912.

E. Karpfen, *Der Kitsch*, Hamburg, 1925.

Hans Reimann, *Das Buch vom Kitsch*, München, 1936.

L. Krestovsky, *La laideur dans l'art*, Le Seuil, Paris, 1947.

A. Gonda, *Der süsse und der saure Kitsch*, u *Dionysos*, Berlin, 1948.

R. Egenter, *Kitsch und Christenleben*, Arena, Ettel, München, 1950.

E. Ackernecht, *Der Kitsch als kultureller Übergangswelt*, Bremen, 1950.

Hermann Broch, *Einige Bemerkungen zum Problem des Kitsches*, u *Dichten und Erkennen*, vol. I., Zürich, 1955.

J. Reisner, *Über den Begriff Kitsch*, doktorska dizertacija, Sveučilište u Göttingenu, 1955.

K. H. Deschner, *Kitsch, Konvention und Kunst*, u *List Taschenbücher*, 93, München, 1957.

Gillo Dorfles, *Le oscillazioni del gusto*, Lerici, Milano, 1958.

Karl Markus Michel, *Gefühl als Ware, Zur Phänomenologie des Kitsches*, u *Neue Deutsche Hefte*, 57, 1959.

Ludwig Giesz, *Phänomenologie des Kitsches. Ein Betrag zur Anthropologischen Aestetik*, Heidelberg, 1960.

Časopis *Magnum*, poseban broj posvećen kiču, 37, Köln, 1961.

Clement Greenberg, *Avant Garde: Critical Kitsch*, u Art and Culture, Boston, 1961. (djelomično objavljeno u ovoj antologiji).

Walther Killy, *Deutscher Kitsch*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, 1961.

Edgar Morin, *L'esprit du temps*, Grasset, Paris, 1962.

Gillo Dorfles, *Kitsch e cultura*, u Aut Aut, 1, 1963.

Galvano Della Volpe, *La critica del gusto*, Feltrinelli, Milano, 1963.

Luigi Pareyson, *I teorici dell'Ersatz*, u De Homine, 5, 6, 1963.

Gillo Dorfles, *Per una fenomenologia del cattivo gusto*, u Rivista di Estetica, 3, 1964.

H. Lefebvre, *Sociologie de la vie quotidienne*, L'Arche, Paris, 1964.

Umberto Eco, *I partenti poveri*, u Diario minimo, Mondadori, Milano, 1964.

Harold Rosenberg, *La tradizione del nuovo*, Feltrinelli, Milano, 1964.

Hans E. Holthusen, *Über den sauren Kitsch*, u *Der Unbehauste Mensch*, Deutscher Taschenbuch Verlag, 1964.

Umberto Eco, *La struttura del cattivo gusto*, u *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano, 1965.

E. Wahl, *Kitschobjekte-Designobjekte*, dizertacija, Ulmska škola, 1966.

O. Zankl, *Kunst, Kitsch und Werbewirkung*, Econ Verlag, Düsseldorf, 1966.

R. König, *Kleider und Leute: zur Soziologie der Mode*, Fischer Bücherei, Frankfurt, 1967.

Andrzej Banach, *O Kiczu*, Krakov, 1968.

Jean Baudrillard, *La société de consommation*, Gallimard, Paris, 1970.

O. Breicha, *Kitsch-Lexicon von A bis Z*, Bertelsmann, 1970.

J. Sternberg, *Les chefs-d'oeuvres du Kitsch*, Planète, Paris, 1971.

Umberto Silva, *Ideologia e arte del fascismo*, Mazzotta, Milano, 1973.

Vicky Alliata, *Indigest*, La Pietra, Milano, 1975.

Jean Baudrillard, *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano, 1975.

Curtis F. Brown, *Star-Spangled Kitsch*, Univers Book, New York, 1975.

A. Moles, *Psychologie du Kitsch - L'art du bonheur*, Gonthier, Paris, 1975.

Gilles Deleuze, Félix Guattari, *L'antiedipo*, Einaudi, Torino, 1975.

Gillo Dorfles, *Mode & Modi*, Mazzotta, Milano, 1979., 1990.

Steven Bayley, *Taste*, katalog izložbe, Victoria and Albert Museum, London, 1983.

Antonio Sanchez Casado, *El Kitsch español*, Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 1988.

Razni autori, *Kitsch - Made in Greece*, Friends of «Anti» Magazine, Atena, 1989.

Kazalo ilustracija

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> I. Grčki kič II. Španjolski kič III. Djelo Anselma Stadlera IV. Djelo Stevena Pollacka V. Djelo Carla Marie Marianija VI. Djelo Franca Piruce VII. Djelo Stefana Di Stasija VIII. Djelo Paole Gandolfi IX. Djelo Alberta Abatea X. Djelo Omara Gallianija XI. <i>Piazza d'Italia</i> Charlesa Moorea XII. <i>Pretposljednja večera</i> Borisa Podrecce XIII. Djelo Studija Alchymia XIV. <i>Srce kuće</i> Giuseppa D'Amorea XV. Fornasettijeva stolica | <ul style="list-style-type: none"> 16. Katalog za katalošku prodaju 17. Klasične vrtne skulpture 18. Prema Modiglianiju (keramika) 19. Prema Morandiju (mozaik) 20. Keramička fontana 21. Glava Giuseppa Verdija, orijentalne skulpturice, fin de siècle skulpturice ženskih likova i svjetiljka-kormilo 22. Kupaonica 23. Monumentalni kompleks Cloisters (detalj) 24. Monumentalni kompleks Cloisters (tlocrt) 25. Pogled na monumentalni kompleks Cloisters 26. Rockefeller Center 27. Reklama u stilu Boccionijevih radova, 1990. 28. Beethovenova <i>Eroica</i>, ulje na platnu 29. <i>Frau Musica</i> 30. Stranica iz <i>Panorame</i>, 1990. (detalj) 31. Izlog trgovine u New Yorku (foto Mulas) 32. Jedan američki «muzej strave» (foto Mulas) 33. «Vještičji kič» 34. Sadam Husein u Babilonu 35. Reklama za vrata 36. <i>Fantastična simfonija</i>, film o Berliozu, 1942. 37. <i>Par kentaura</i> Maxa Pietschmanna |
|--|--|

38. Salonska slika
 39. Max Slevogt: Par
 40. Salvador Dalí
 41. Adolf Hitler
 42. Sovjetski visoki reljef (foto Mulas)
 43. *Aida*
 44. *Plod ljubavi* (razglednica)
 45. *Faraonica* (razglednica)
 46. *Ljubavnici* (razglednica)
 47. Spomenik Enricu Totiju
 48. Mount Rhoshmoore, SAD: detalj predsjedničkih lica
 49. Spomenik De Gasperiju, Trento
 50. Spomenik Pinocchiju, Collodi
 51. Spomenik istočno-afričkom legionaru (detalj)
 52. Spomenik bersaljeru, Milano
 53. Spomenik Manoleteu, Cordoba
 54. Spomenik plodnosti, Oslo
 55. Spomenik kulturi, Madrid
 56. *Zaručnici*, film s Ginom Cervijem u ulozi Renza
 57. Žive razglednice: Renzo i Lucia
 58. Don Abbondijev susret s bravima
 59. Lucia i Agnese u razgovoru s redovnicom iz Monze
 60. Lucia uređena za vjenčanje
 61. Vjenčanje Renza i Lucie
 62. Preobraćenje Bezimenog
 63. Redovnica iz Monze u stripu
 64. Redovnica iz Monze u stripu
 65. Remek-djela za vrt, predsoblje i dnevnu sobu
 66. Remek-djela za vrt, predsoblje i dnevnu sobu
 67. «Iskopane» svjetiljke
 68. Reklama za stereo uređaj
 69. Replike remek-djela nakita
 70. Partenon prema Stoedineru
 71. Partenon, iz *Classical Greece*, Time/Life Books
 72. Predstava u Teksasu
 73. *Sedam mladenki za sedmoricu braće*
 74. Julije Cezar i Benito Mussolini
 75. Napoleon
 76. Hitler
 77. Nacistička skulptura
 78. Kult «arijevske ljepote»

79. Povorka ulicama Rima
 80. «Rimski pozdrav»
 81. Mussolini (fotomontaža)
 82. Mussolini, Hitler i Canova
 83. «Remek-djela» iz razdoblja fašizma
 84. Mussolini violinist
 85. Sadam Husein i Nabukodonozor
 86. Izlog u Americi (foto Mulas)
 87. Izlog staretinarnice u Palermu
 88. Kennedy, Jackie, Johnson
 89. Šalica za kavu iz razdoblja nacizma
 90. Sleep Center u New Yorku: «King-size» krevet (foto Mulas)
 91. Bakica
 92. Obavijest o rođenju
 93. Ukras za svadbenu tortu (foto Mosconi)
 94. Izlog jedne američke fotografske radnje (foto Mulas)
 95. Ekscentrično vjenčanje
 96. Naturistički ples
 97. Nadgrobni spomenik
 98. Pseća grobnica
 99. Grobnica (foto Carmi)
 100. Grobnica u Genovi (foto Carmi)
 101. Grobnica (foto Carmi)
 102. Grobišni suvenir
 103. Grobnica
 104. Broš
 105. Mastroiannijeva fotoskulptura
 106. Sveto srce Isusovo, Bogorodica, sveta Rita i J. F. Kennedy
 107. Vjerska propaganda
 108. Svete sličice
 109. Reklamna stranica
 110. Izlog s turističkim *kuriozitetima*
 111. Uznesenje Marijino
 112. Raspelo od plastike i školjaka
 113. Pepeljara-WC
 114. Papa Ivan XXIII.
 115. Omot LP ploče
 116. Suvenir iz Moskve
 117. Suvenir iz New Yorka
 118. Suvenir iz Portofina
 119. Eiffelov toranj - mlinac za papar
 120. Gondola s balerinom koja pleše
 121. *Swissminiatur* u Melideu
 122. Williamsburg

123. Ulica u New Yorku
 124. Turizam u Grčkoj
 125. Disneyland
 126. Disneyland
 127. Omot LP ploče
 128. Sportaši
 129. Turisti
 130. Karneval
 131. Turist fotograf
 132. Reklama za kišne ogrtače
 133. Reklama za krznene bunde
 134. Reklama za kozmetiku
 135. Reklama protiv AIDS-a
 136. Reklama za žensko rublje
 137. Reklama za skulpturicu
 138. Reklama za dezodorans
 139. Reklama za automobil
 140. Reklama za novine
 141. Reklama za sportsku košulju
 142. Reklama za cipele
 143. Reklama za auto-radio
 144. Reklama za piće
 145.-149. Reklame za odjeću
 150. Reklama za masažer koji se može nositi u torbici
 151. Reklama za kekse
 152. Reklama za body-building
 153. Reklama za lutku na napuhivanje
 154. Reklama za britvice
 155. Reklama za mušku odjeću
 156. -160. Reklame za filmove
 161. Vincente Minelli: *Lust for life*
 162. Herkul se bori protiv čudovišta
 163. Fritz Lang: *Die Nibelungen*
 164. Anton Giulio Bragaglia: *Perfido incanto*
 165. Pina Menichelli u Pastroneovu filmu *Fuoco*
 166. Lyda Borelli u filmu *Rapsodia satanica* Nina Oxilie
 167. Hans Steinhoff: *Hitlerjunge Quex*
 168. W. Dieterle: *Die Heilige unf ihr Narr*
 169. Robert Z. Leonard: *Maytime*
 170. Allan Dwan: *End of the Rainbow*
 171. Georg Tressler: *Magnificent Rebel*
 172. Willy Forst: *Leise flehen meine Leider*
 173. Steinhoffov *Rembrandt*

174. *Cleopatra* s Thedom Barom u naslovnoj ulozi
 175. *Cleopatra* Cecilia B. de Millea s Claudette Colbert u naslovnoj ulozi
 176. Elizabeth Taylor u *Cleopatri* Josepha L. Mankiewicz
 177. Cecil B. de Mille: *The Ten Commandments*
 178. Nicholas Ray: *King of Kings*
 179. Pasolinijev *Vangelo secondo Matteo*
 180. Harry Hoyt: *Lost World*
 181. Roy del Ruth: *Mammi Crocodilia*
 182. Murnauov *Nosferatu*
 183. Freddie Francis: *The Skull*
 184. Filmska zvijezda Lili Damita
 185. *Mondo ni notte n. 3*
 186. Kviz objavljen u poznatom časopisu
 187. *Helga*
 188. Ilustracija Boccacciova *Decamerona*
 189. Žena s violinom (fotografija)
 190. Žena s violinom (slika)
 191. Reklama za rublje
 192. Kviz iz *Espresso*, 1990.
 193. «Djeca cvijeća»
 194. Crazy Horse (plakat)
 195. Crazy Horse (plesaćica)
 196. Akt s trešnjama
 197. Djevojka sa šljukom
 198. Rodinov *Poljubac*
 199. Živi Rodin
 200. Krckalica za orahe
 201. Mimmo Lisa
 202. Stroboskopska fotografija
 203. *Umrijeti na Baliju*
 204. Djevojka na travi
 205. *Luana, keči djevičanske šume*
 206. «Faraonica»
 207. Lisa Gastoni
 208. Model za oslikavanje
 209. Naslovna stranica časopisa *Espresso*, 1990.
 210. Portret Ursule Andress
 211. Salvador Dalí
 212. Saga (strip)
 213. Galerija umjetnina
 214. Galerija umjetnina
 215. Žena i zmija
 216. Žena - auto-cesta

217. Erotizam i strava
 218. Erotizam i strava
 219. Arhitektura Ricarda Boffila
 220. Unutarnje uređenje
 221. Gustoća i slojevitost urbanog tkiva
 222. Plan grada-vrta
 223. Zgrada u Americi (foto Mulas)
 224. Naslovna stranica časopisa specijaliziranog za unutarnje uređenje
 225. Stanica metroa u Parizu
 226. Divovska čaša (foto Mosconi)
 227. Modeli satova: «Serenada», «Ključ» i «Aladin»
 228. Reklama za svijetleće stropove
 229. Vitrina u obliku Fiata 600
 230. Izvanserijski automobil
 231. Kuća u obliku jajeta
 232. Kuća dekorirana apstraktnim motivom (foto Mosconi)
 233. Styling predmeta
 234. «Egipatsko crvena» spavaća soba
 235. Engleski način unutarnjeg uređenja
 236. Pokućstvo i oprema (foto Mulas)
 237. Dnevna soba, imitacija rustike
 238. Moderna vila (foto Mosconi)
 239. Gradsko naselje
 240. Odmorište za okrepu uz auto-cestu (foto Mosconi)
 241. Bar u odmoru za okrepu (foto Mosconi)
 242. Lažni brod - restoran (foto Mulas)
 243. Atomium u Bruxellesu
 244. Turističko naselje budućnosti
 245. Tvornica tradicionalnog kiča
 246. Toranj-krigla za pivo
 247. Poslužavnik s lažnom, naslikanom čipkom
 248. Idol-boca
 249. Lažna knjiga-boca
 250. Švicarske krave s pejzažem
 251. Gabriele D'Annunzio i jelen
 252. Mačka-čajnik
 253. Lažni golubarnik
 254. Prodavaonica u Americi
 255. Japanski *kuriozitet*
 256. Šah
 257. -265. Reklame iz časopisa «za kuću i vrt»
 266. Violinisti, Venere, sveci, Pinocchiji i Mikiji
 267. Bismarck-krigla za pivo
 268. Izborni plakati i reprodukcije djela Aubreya Beardsleya (foto Ricci)
 269. *Krznjeni doručak* Meret Oppenheim, 1938.
 270. *Quand l'heure sonnera* Renée Magritta
 271. Andy Warhol: *Mona Lise*
 272. Andy Warhol: *16 Jackies*
 273. Roy Lichtenstein: *Night Seascape*, 1966.
 274. Roy Lichtenstein: *My Reverie*, 1966.
 275. Enrico Baj: *Švicarsko ultratijelo*
 276. Reklama

Kazalo imena

A

Aalto, A. 255
 Abate, A. 13
 Abracham, L. U. 41
 Ahlers-Hesterman, F. 27
 Aleksandar Veliki 115
 Alloway, L. 111
 Anders, G. 172
 Andress, U. 240, 244
 Antonelo da Messina 27
 Arman, F. 299
 Atamian, S. 109
 August, sveti 166, 167

B

Bach, J. S. 42, 60, 62, 103
 Baj, E. 8, 295, 299, 300, 302
 Balazs, B. 213
 Balla, G. 296
 Balzac, H. de 61
 Bara, T. 210, 211
 Bardot, B. 231
 Barrault, J. L. 206
 Barthes, R. 50, 231
 Bass, S. 187
 Beardsley, A. 292, 294
 Beatles 52, 103
 Becker, J. 206
 Beckett, S. 48
 Beethoven, L. van 43, 60, 182, 185, 207, 208
 Bell, D. 111
 Bellini, G. 294
 Benetton 186, 187
 Benn, G. 124, 125
 Berlioz, H. 60, 61, 62, 206

Bernini, G. L. 135
 Bismarck, O. von 291
 Bistolfi, L. 88
 Blake, P. 302
 Bloch, E. 166
 Boccaccio, G. 223, 239
 Boccioni, U. 41
 Böcklin, A. 198
 Bofill, R. 14, 252
 Bona, L. 32
 Borelli 201, 202
 Borgia, L. 239
 Boyer, C. 206
 Bragaglia, A. G. 200, 200
 Brentano, C. M. 60
 Breuer, M. 254
 Broch, H. 8, 23, 25, 26, 59, 159, 163, 166, 305
 Brown, C. 206
 Brueghel, P. stariji 191
 Burke, E. 42
 Byron, G. G. 60

C

Cage, J. 48
 Cagliostro, A. 240
 Canova, A. 123
 Capogrossi, G. 178
 Cassandre, pseudonim A. Mourona 187
 Cassirer, E. 56
 Castro, F. 53
 Cavaliere, A. 47
 Cellini, B. 29, 32
 Cervi, G. 94
 Cézanne, P. 180, 184
 Cezar 114, 115

Chamisso, A. von 63
Chopin, F. 29, 60
Cicciolina 229
Clouzot, H. G. 207
Colodi, pseudonim C. Lorenzinja 88
Colbert, C. 210
Colombo, C. 52
Cordier 29
Costa, C. 230
Couturier, otac 141
Crawford, J. 217
Croce, B. 226
Č
Čajkovski, P. I. 63
Čelebonović, A. 12, 281, 305
D
Dahlhaus, C. 42
Dali 73, 74, 240, 244
Damita, L. 217, 217
D'Amore, G. 18
D'Annunzio, G. 136, 201, 285
Dante Alighieri 175, 185
Dazzi, A. 86
De Chirico, G. 126, 173, 293
Defoe, D. 164
Deganello, P. 14
De Gasperi, A. 88, 88
Delacroix, E. 60
Della Volpe, G. 25
Del Ruth, Roy 212, 214
Delvaux, P. 220, 296
De Maria, M. 41
De Milla, C. B. 210, 211, 211
Denis, M. 286
Dieterle, W. 204, 204
Dieudonné, A. 209
Disney, W. 281
Di Stasio, S. 13
Dorfles, G. 231, 238, 249
Dostojevski, F. M. 85
Douglas, K. 206
Dubuffet, J. 286, 287
Duchamp, M. 48, 111, 293, 296
Dupont, E. A. 202
Durand, G. 50, 56
Dürer, A. 70
Dwan, A. 204, 206
E
Eco, U. 25, 41, 231, 260
Edwards, J. E. 211
Eichendorff, J. K. B. von 60, 62, 63, 68, 69

Eisner, L. H. 196, 305
Eliade, M. 50
Erlich, V. 238
F
Fahlström, O. 299
Fendi 174
Ferrer, J. 206
Feuer, L. 110
Flaubert, G. 239
Fornasetti 19
Forst, W. 208, 208
Francastel, P. 282
Franjo Josip 83
Francis, F. 213, 215
Freud, S. 167, 222, 226, 249

G
Galli De' Paratesi 231
Galliani, O. 13
Gance, A. 198, 200, 201, 206, 209, 211
Gandolfi, P. 13
Garrera, M. 213
Gastoni, L. 241
Gauguin, P. 37, 46
Gaul, W. 302
George, S. 69
Giesz, L. 22, 25, 26, 158, 219, 273, 305
Goebbels, P. J. 124, 203
Goethe, W. 164, 166, 170
Goya, F. 240
Greenberg, C. 23, 115, 117, 305
Gregotti, V. 255, 305
Grémillon, J. 207
Griffith, D. W. 200
Guimard, H. 294

H
Haller, A. von 169
Hamilton, R. 302
Hamsun, K. 85
Händel, G. F. 60
Hauptmann, G. 78, 80
Heidegger, M. 167
Heine, H. 62, 163
Hitler, A. 52, 75, 76, 123, 124, 125, 126
Hodler, F. 198
Hoyt, H. 212, 214
Hugo, V. 206
Hume, D. 21, 42
Husein, S. 56, 126
Husserl, E. 150
Huston, J. 206, 211

I
Ihering, H. 197
Ivan XXIII. 149

J
Jarosy, H. 208
Johns, J. 47, 295
Johnson, L. B. 129
Joyce, J. 48
Jung, C. G. 290

K
Kafka, F. 48, 75, 95
Kant, I. 169
Katul 239
Keats, J. 60
Kennedy, Jacqueline 129, 299
Kennedy, J. F. 129, 142
Kérèny, K. 56
Kienholz, E. 106, 297
Kierkegaard, S. 166, 167, 226
Klee, P. 48, 265
Kleopatra 210
Klimt, G. 174
Kluge, F. 161
Knaur 200, 202
Kock, P. de 61
Koons, J. 229
Kusche, L. 163

L
Labisse, F. 220, 296
Lang, F. 198, 198, 201, 204
Langer, S. 56
Langlois, H. 198
Le Corbusier 141, 255
Ledergerber, K. 147
Leonard, R. Z. 204, 204
Leonardo da Vinci 29, 31, 93, 185
Leopardi, G. 36
Lessing, G. E. 78
Lévi-Strauss, C. 50
L'Herbier, M. 198, 200, 201
Liberovici, S. 41
Lichtenstein, R. 188, 300
Liszt, F. 29
Loos, A. 264
Loren, S. 231
Lupu Pick 209

M
Madonna 51
Magritte, R. 220, 296, 297
Makart, H. 197
Mallarmé, S. 69

Mankiewicz, J. L. 210
Mann, T. 20
Manning White, D. 25, 44
Manolete 90, 92
Manzoni, A. 37, 94, 95
Marcuse, H. 226
Mariani, C. M. 12
Marija Antonietta 240
Marija Terezija 115
Marinetti, F. T. 126
Marx, K. 127
Masson, A. 207
Mastroianni, D. 141
May, J. 202
McDonald 25
McHale, J. 31, 99, 305
McLuhan, M. 44
Mendelsohn, E. 141
Mendini, A. 14
Menichelli, P. 201, 201
Michelangelo Buonarroti 29, 156, 185
Michelucci, F. 141
Mies van der Rohe, L. 141
Minnelli, V. 195, 206
Miró, J. 178
Modigliani, A. 36, 206
Mondrian, P. 48, 178, 265, 268
Monroe, M. 231, 297
Moore, C. 14, 15
Moore, H. 158
Morandi, G. 27, 36
Morris, D. 222
Mozart, W. A. 60
Müller, W. 163
Murnau, F. W. 200, 201, 213, 214
Murray, M. 215
Mussolini, B. 114, 123, 124, 126
N
Nabukodonosor 126
Napoleon I. 68, 115, 117, 206, 208
Neron 75, 86, 196
Nespolo, U. 184
Nizzoli, M. 187
Novalis, pseudonim F. von Hardenberga 60, 66, 68, 202
O
Oehlschlägel, R. 42
Oldenburg, C. 296
Oppenheim, M. 296, 296
Ortega y Gasset, J. 161, 169
Ovidije 239
Oxilia, N. 201, 202

P

Pascal, B. 166, 167, 168, 169
 Pasolini, P. P. 211, 213
 Pastrone, F. 201, 201
 Pathé, C. 211
 Pazaurek, G. E. 283
 Philipe, G. 206
 Picasso, P. 75, 120, 121, 178, 207, 293
 Pietschmann, M. 65
 Piruca, F. 12
 Podrecca, B. 16
 Pollack, S. 11
 Porten, H. 197
 Propp, W. 231
 Proust, M. 48, 95

Q

Queneau, R. 221

R

Raffaello Sanzio 27, 29
 Rauschenberg, R. 47, 113, 295, 296
 Ray, N. 211, 212
 Raysse, M. 299
 Regamey, otac 141
 Rembrandt 71, 118, 208, 209
 Repin, N. 120
 Richter, P. 204
 Ricoeur, P. 50
 Riesman, D. 161
 Rockefeller, J. D. 38
 Rodin, A. 233, 241, 244
 Rolling Stones 52
 Rosenberg, B. 25, 44
 Rosenberg, H. 21
 Rousseau, H. 37

S

Sade, D. A. F. de 223, 239
 Sapfo 239
 Saponi, F. 125
 Sardou, V. 73
 Schekel, L. 76, 77
 Schelling, F. W. J. 56
 Schiller, J. C. F. 69
 Schinkel, K. F. 60
 Schubert, F. 60, 162, 208, 208
 Schwitters, K. 48
 Scott, W. 60
 Segal, R. 106
 Shelly, P. B. 60
 Slevogt, M. 70
 Snell, B. 169
 Sontag S. 294

Sottsass, E. 14
 Spoerri, D. 299
 Stadler, A. 10
 Staljin, J. 124, 125, 126
 Steinberg, S. 187
 Steinhoff, H. 203, 203, 208, 209
 Stendhal 60
 Stephen, R. 41
 Sternberger, D. 27
 Stevens, G. 211
 Stockhausen, K. 48
 Straniero, M. 41, 250
 Stroheim, E. von 206, 215
 Stuck, F. von 198
 Swanson, G. 215

T

Taubert, R. 208
 Taylor, E. 210
 Tieck, J. L. 60
 Tiziano Vecellio 240
 Toscanini, A. 88
 Toti, E. 86
 Toulouse-Lautrec, H. de 206
 Tressler, G. 207, 208
 Truffaut, F. 204
 Turner, J. M. W. 60

U

Uexküll, J. von 171

V

Van Gogh, V. 46, 180, 195, 206
 Vanzi, L. 215
 Verdi, G. 27, 37
 Vico, G. B. 56
 Virgilije 169
 Visconti, L. 294
 Vittorio Emanuele II. 88
 Volli, U. 222, 305

W

Wagner, R. 27, 63, 73
 Warhol, A. 297, 298, 299, 299
 Weber, A. 61
 Wesselmann, T. 296
 Wiene, R. 200
 Wright, F. L. 34, 141, 255

Y

Young, W. 226

Z

Zeuxis 118
 Zola, E. 78, 80

POGOVOR

GILLO DORFLES

Ugledni talijanski teoretičar umjetnosti, likovni kritičar i estetičar Gillo Dorfles (rođen 1910. u Trstu), dugi je niz godina prisutan u našoj sredini. Od njegovih tridesetak dosad objavljenih knjiga, istina, samo su mu dvije prevedene na hrvatski i ovdje objavljene. To su *Oscilacije ukusa i moderne umjetnosti* i *Moda*. Prvu je objavila zagrebačka nakladnička kuća "Mladost" 1963., a druga, *Moda*, izašla je ove godine kod izdavača koji sada objavljuje i knjigu što je upravo imamo u rukama. Prvu je knjigu preveo i pogovor joj napisao tada iznimno aktivni likovni kritičar Matko Meštrović, koji će i godinu dana kasnije objaviti opširan tekst o Gillu Dorflesu u povodu njegove u Bologni netom izašle knjige *Il disegno industriale e la sua estetica*. Kada 1979. godine Vera Horvat-Pintarić objavljuje svoju izvanrednu knjigu *Od kiča do vječnosti*, u kojoj su sabrani njezini ranije pisani i objavljavani tekstovi posvećeni pretežito kiču, ona na uvodnome mjestu knjige donosi studiju *O kiču i vječnosti*. U tom se programatskom tekstu autorica referira koliko na Dorflesovu "antologiju lošeg ukusa", to će reći na knjigu *Kič*, toliko i na žive razgovore što su ih tijekom ljeta 1977. vodili u Istri.

I Vera Horvat-Pintarić i Matko Meštrović; te krug njima bliskih umjetnika, galerista, likovnih kritičara i izdavača, zaslužni su i za veću prisutnost Gilla Dorflesa u hrvatskoj likovnoj sredini tijekom šezdesetih i sedamdesetih godina. Zaslužni su stoga što su svojom iznimnom aktivnošću ne samo provodili, već i inicirali niz projekata koji su bili relevantni i na širim prostorima, pa tako i Italije, gdje su mjesto i uloga Gilla Dorflesa bili iznimno važni.

Pogleda li se vrlo bogata bibliografija Gilla Dorflesa, koja od početka pedesetih godina naovamo uključuje tridesetak knjiga prevedenih na mnoge jezike i s brojnim ponovljenim izdanjima, sustavno objavljivanje likovnih kritika po novinama i časopisima, te brojne predgovore izložbama, tada se, vjerujem, može lako dobiti uvid u značenje ovog autora, koji je u svojoj sredini odavno postao svojevrsnom institucijom. Prvo značajno djelo kojim je Dorfles naznačio svoju kritičku, teoretsku i estetičku strategiju bilo je *Discorso tecnico delle arti* (1951.). On tu, kako u svojoj knjizi *Il linguaggio dell' arte* kaže Omar Calabrese, čini jasan iskorak iz kruga utjecaja što ga je u talijanskoj estetici imao Galvano Della Volpe i unosi tendencije koje

su se upravo javljale drugdje, poglavito u Americi i Njemačkoj. Drugo važno uporište u formaciji vlastitih estetičkih načela Dorfles će pokazati u dvjema knjigama pisanim krajem pedesetih. To su *Il divenire delle arti* (1959.) i već spominjana *Le oscillazioni del gusto*, koja je u hrvatskom prijevodu objavljena 1963. godine.

Autor tu ukazuje na veliki utjecaj novih tehnika masovnih komunikacija koje mijenjaju stare koncepte i tradicionalne parametre u kritici. Razmatrajući uz umjetnost i neumjetničke fenomene, kao što su reklama i industrijski predmeti, on otkriva njihovu međusobnu povezanost i dolazi do zaključka kako je nužno mijenjati interpretaciju umjetničkoga djela. Interpretacija se stoga više neće moći oslanjati na normativna načela, niti će u kritičkom sudu imati značajnijeg saveznika. Potrebno je, po Dorflesovu shvaćanju, prije istraživati mehanizme funkcioniranja umjetnosti i njezinih tehnika. Nije zato neobično što se njegov interes širi na mnoga nova područja, kao što su eksperimentalna poezija i glazba, zatim film, kako bi i tu pronalazio elemente kojima će se što cjelovitije približiti aktualnoj umjetnosti.

Knjiga *Simbolo Comunicazione Consumo* (1962.) najbolje potvrđuje Dorflesovo stajalište o suvremenoj kulturi. Tri aspekta iz naslova knjige, *simbol*, *komunikacija* i *trošenje* međusobno se prepliću i tvore jedinstveno tkivo koje zahtijeva složen mehanizam interpretacije. Autor se ovdje ne postavlja na poziciju suca koji bi kritički vrednovao i ocjenjivao osobine suvremene kulture, već je nastoji analitički razmatrati kroz spomenuta tri segmenta za koje smatra da su od presudne važnosti.

Uz teoretski rad Gilla Dorflesa, podjednako je važno i njegovo aktivno bavljenje likovnom kritikom tijekom pedesetih, šezdesetih i sedamdesetih godina, a to znači u vrijeme velikih previranja u umjetnosti. Kada je 1976. godine objavio knjigu *Il divenire della critica*, ona je mogla biti čitana i kao svojevrsni autorov *resumé* u kome su sadržana ključna načela što ih je zastupao na svim područjima svoje bogate djelatnosti. On tu pokazuje kako je umjetnost nemoguće razumjeti i tumačiti ako ju se promatra izdvojeno. Na neki način Dorfles ovdje aktualizira, ali i revidira svoja stajališta iz ranijih djela, pa tako i onih u kojima je govorio o ukusu i kiču. Pišući o Dorflesu, već spominjani Omar Calabrese, ocjenjuje ga kao kritičara i teoretičara koji i kada je preuzimao poznate teze, uvijek ih je uspijevaao aktualizirati i izreći na svjež način. Zaista, od najranijih svojih djela, pa sve do kasnih, kao što je, na primjer, *Elogio della disarmonia* (1986.), Gillo Dorfles nikada nije težio originalnosti pod svaku cijenu. Međutim, tu nipošto nije

riječ o nekom eklektičkom duhu koji bi tek nastavljao i tumačio teze drugih. Velika je zasluga, pa ako ćemo pravo, i originalnost ovoga autora u povezivanju naoko čudnih stajališta, koja su u novom kontekstu često mijenjala svoje značenje.

Knjiga *Kič - Antologija lošeg ukusa* pojavila se prvi put 1968. godine. Gotovo u isto vrijeme kada je izašla na talijanskom, prevedena je i na druge jezike, a dosad je kod prvog izdavača, Gabrielea Mazzotte, doživjela već pet izdanja. Ovi podaci nedvojbeno upućuju na zaključak kako je riječ o zanimljivom djelu. *Kič* Gilla Dorflesa nije u punom smislu jedinstveno autorsko djelo, već je, kako i podnaslov kaže, antologija u kojoj su sabrani tekstovi različitih autora popraćeni brojnim ilustracijama. Među tekstovima što ih je autor sabrao, osobito se ističu tri: dva pripadaju velikom njemačkom književniku Hermannu Brochu i napisana su 1933. i 1950/51. godine, te jedan američkom teoretičaru umjetnosti Clementu Greenbergu, a potječe iz 1939. Ova tri teksta, posvećena općenitim razmljšanjima o fenomenu kiča, na krajnje djelotvoran način šire strategiju koju je Dorfles svojom antologijom želio uspostaviti. Njegovi komentari uz tekstove drugih autora, kao što su John McHale, Karl Pawek, Ludwig Giesz, Lotte H. Eisner, Ugo Volli, Vittorio Gregotti i Aleksa Čelebonović, mogu zaista svu pozornost usmjeravati na pojedinačne segmente "carstva kiča". Dorfles, naime, tematski i žanrovski raščlanjuje kič-pojave kako bi što cjelovitije pokrio područja zahvaćena kičem. Slikovni materijal koji u velikom broju prati tekstove nipošto ne treba razumjeti kao puku ilustraciju, već kao ravnopravan strukturni element knjige. Riječ "antologija" iz podnaslova ove knjige ne odnosi se, naime, samo na izbor tekstova različitih autora koji su pisali o kiču, već podjednako i na izbor vizualnog materijala.

U najranijem, a vjerojatno i najpronijelivijem tekstu posvećenom kiču, onom H. Brocha, polazi se od pretpostavke da se kič ne odnosi samo na predmete, već i na ponašanje. Štoviše, Broch najveću opasnost od kiča i vidi u mentalnoj sferi tzv. "kič čovjeka". Taj je aspekt izabrao i Dorfles, pa su stoga u ovoj "antologiji lošeg ukusa" manje važne razne umjetničke devijacije koje se javljaju u zapadnoj civilizaciji od 19. stoljeća naovamo, a više posljedice što ih one uzrokuju.

Kada se ova knjiga prvi put pojavila, umjetnost je upravo doživljavala svoju posljednju modernističku krizu: postmoderna se, naime, još nije počela prepoznavati kao nova etapa u kojoj će upravo kič, u svim njegovim vidovima, imati vrlo važno mjesto. U predgovoru najnovijem izdanju Dorfles nastoji ukazati i na taj moment. U proteklih dvadesetak godina i sam je

autor, naime, korigirao svoja teoretska stajališta, unatoč vrlo visokim godinama i bogatom iskustvu. Dorflesovi radovi iz osamdesetih godina, osobito već spomenuta knjiga *Elogio della disarmonia*, pokazuju te razlike u njegovim promišljanjima. Iskustvo postmoderne, od umjetnosti transavangarde i anakronista, te arhitekture i dizajna, pa sve do filozofije zasnovane na tzv. "mekoj misli" (*pensiero debole*), ostavili su vidnog traga u stavovima ovog uvijek znatiželjnog i otvorenog autora.

Knjiga *Kič - Antologija lošeg ukusa* Gilla Dorflesa važna je i potrebna također i našoj sredini. Možda posebno danas kada mnoge teze iz ove knjige podliježu ovdje novom čitanju, zahvaljujući specifičnoj situaciji u kojoj se nalazimo, situaciji u kojoj se aspekti kiča nastoje često nekritički relativizirati.

Zvonko MAKOVIĆ

Gillo Dorfles
KIČ: antologija lošeg ukusa

Nakladnik
Golden marketing
Šenoina 28, 10000 Zagreb, Hrvatska

Za nakladnika
Franjo Maletić, dipl. prav.

Urednik
Igor Mandić

Lektor
Neda Rudež, prof.

Likovna oprema
Studio Golden, Goran Bošnjak

Računalna obrada teksta
Vlado Zelenić, dipl. inž.

Tisak i uvez
Grafički zavod Hrvatske, Zagreb

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Zagreb

UDK 7.067.6

DORFLES, Gillo

KiČ : antologija lošeg ukusa / Gillo Dorfles ; prilozi John McHale ... [et. al.] ;
ogledi Hermann Broch ... [et. al.] ; prevela Markita Franulić. - Zagreb :
Golden marketing, 1997. - 324 str. : ilustr. u bojama ; 24 cm

Prijevod djela: Il kitsch. - Str. 317 - 320 : Pogovor / Zvonko Maković.
- Bibliografija: str. 307. - Kazala.

ISBN 953-6168-39-1

971105016