

*Luka Novak*

Od izgubljenih  
iluzij do umetne  
inteligence

Potrošništvo  
med Balzacom in  
Pasolinijem

STUDIA  
Inštitut za slovensko literaturo in literarne vede ZRC SAZU  
LITTERARIA

## O knjigi

Knjiga Luke Novaka *Od izgubljenih iluzij do umetne inteligence: potrošništvo med Balzacom in Pasolinijem* je poglobljena literarnosociološka študija razvoja potrošništva od prve polovice 19. do druge polovice 20. stoletja, ki s pomočjo analize in interpretacije izbranih literarnih umetnin osvetljuje kompleksno dialektiko uporabne in menjalne vrednosti. Avtor produktivno aplicira Goldmannovo teorijo romana in Benjaminovo konceptualizacijo pariških pasaž kot edinstvenega prostora sinteze materialnega in duhovnega ter natančno in z mnogoterimi literarnimi primeri dokumentira postopno transformacijo vrednostnih sistemov v razvijajoči se kapitalistični družbi.

*Iz recenzije dr. Andraža Ježa*

*Od izgubljenih iluzij do umetne inteligence* Luke Novaka sistematično zasleduje premik od uporabne k menjalni vrednosti v literarnih besedilih, s katerimi so Balzac, Flaubert, Huysmans, Zola, D'Annunzio, Pasolini ter drugi francoski in italijanski pripovedniki zaznamovali evropsko in svetovno književnost 19. in 20. stoletja. Novak prepričljivo pokaže, da literatura ne le odseva, temveč tudi dejavno sooblikuje potrošniško družbo. Raziskava sega od francoskega realizma in naturalizma preko italijanskega esteticizma do eksistencializma in postmodernizma, pri čemer avtor literarne pojave suvereno povezuje z družbenimi, ekonomskimi in filozofskimi tokovi. Dragoceni uvidi v sodobne kulturne in tehnološke pojave knjigi zagotavljajo ne le znanstveno relevantnost, pač pa tudi družbeno aktualnost.

*Iz recenzije dr. Irene Prosenec*



Založba ZRC

---

STUDIA  
Inštitut za slovensko literaturo in literarne vede ZRC SAZU  
LITTERARIA



---

# OD IZGUBLJENIH ILUZIJ DO UMETNE INTELIGENCE

Potrošništvo med Balzacom in Pasolinijem

*Luka Novak*

---

Studia litteraria 31

*Uredniki zbirke:* Marijan Dovič, Jernej Habjan, Marko Juvan

*Luka Novak*

Od izgubljenih iluzij do umetne inteligence: potrošništvo med Balzacom in Pasolinijem

*Recenzenti:* Andraž Jež, Irena Prosenc

*Oblikovna zasnova:* Ranko Novak

*Stavek in prelom:* Alenka Maček

*Izdajatelj:* ZRC SAZU, Inštitut za slovensko literaturo in literarne vede

*Za izdajatelja:* Matija Ogrin

*Založila:* Založba ZRC

*Za založbo:* Oto Luthar

*Glavni urednik založbe:* Aleš Pogačnik

*Tisk:* XXXX, Ljubljana

*Naklada:* 300 izvodov

Prva izdaja, prvi natis.

Ljubljana 2026

Prva e-izdaja je pod pogoji licence Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 prosto dostopna:  
<https://doi.org/10.3986/9789610511090>

Izid knjige je podprla Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije.

---

Kataložni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v  
Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani

Tiskana knjiga

ISBN 978-961-05-1108-3

COBISS.SI-ID 269169411

Elektronska knjiga:

ISBN 978-961-05-1109-0 (PDF)

COBISS.SI-ID 268734467

---

---

# Vsebina

- 9 Predgovor  
15 Zahvale  
17 Potrošniška vročica med optimizmom in pesimizmom  
17 Sistem, v katerem produkcija narekuje potrebe trga  
22 *Literarno polje, kapitalizem in politično nezavedno*  
25 Posredujoča vrednost obvladuje potrošniško družbo  
31 Predpotrošniška družba prve polovice 19. stoletja  
31 Stanje francoske družbe in literature v prvi polovici 19. stoletja  
36 Vzpostavitev literarnega polja znotraj polja moči v Franciji julijske monarhije  
45 *Izgubljene iluzije* na prehodu iz družbe uporabe v družbo  
57 Posrednik, temeljni agens potrošniške družbe  
63 Pesimizem v času formiranja potrošniške družbe  
63 Zametki pesimizma v Flaubertovi *Vzgoji srca*  
65 *Vzpostavitev komodifikacije želje*  
72 *À Vau-l'eau* Joris-Karla Huysmansa: Jean Folantin, pesimistični junak  
80 Arthur Schopenhauer in formiranje pesimizma v findesièlovski literaturi  
87 *Les grands bazars*: znanilci modernega potrošniškega optimizma  
87 Pasaže, predhodnice veleblagovnic  
89 *Legitimacija blaga skozi duba kot baudelairovsko zlitje visokega in nizkega*  
92 *Au Bonheur des Dames* Émila Zolaja: optimističen odgovor na Huysmansov pesimizem  
92 *Nevroza: stanje duba v času naturalizma in dekadence*  
95 *Optimizem novega stoletja in okrepljeni realizem*  
96 *Geneza eksperimentalnega romana: écriture med ébauche in rédaction*  
99 *Pariz in urbanizem barona Haussmanna*  
104 *Galbraithova obrnjena gospodarska veriga*

- 
- 106 Trženje v romanu Au Bonheur des Dames  
109 *Ime česa so calicots?*  
113 *Človekova vloga med veliko in malo trgovino*  
115 *Socialna past potrošništva*  
117 **Mal du siècle** v potrošniški družbi: estetsko kot metafizični temelj sveta  
117 Zavračanje banalnosti demokratizirane buržoazne potrošnje: Huysmansov roman *Proti toku*  
121 *Fetišizacija objektov: odrešitev po predmetih namesto odrešitve po milosti*  
127 Svet kot estetski pojav: *Il piacere* Gabrieleja D'Annunzia  
131 *Literarno prizorišče: reifikacija Sperellijeve psibe*  
134 *Kodificirana govorica znakov*  
137 Utemeljitev esteticističnega videnja sveta v Nietzschejevem *Rojstvu tragedije iz duba glasbe*  
143 **Reproduktibilnost umetniškega dela in moderno potrošništvo 20. stoletja**  
143 Futurizem in *consommation totale*  
151 Walter Benjamin: tehnična reprodukcija v družbi množične potrošnje  
159 **Le monde de l'argent** po prvi svetovni vojni  
159 Dekompozicija modernega subjekta skozi prizmo intelektualnega diskurza  
163 Eksistencialistična kritika diktature denarja: *homo economicus* Paula Nizana  
177 **Absurd in potrošništvo**  
177 Sprava pesimizma in optimizma: *la pensée de midi*  
183 Absurd poseže v linearni tok družbe denarja: *Kuga* Alberta Camusa  
187 Potrošniška družba skozi oči *borgat* povojnega Rima: *Ragazzi di vita* Pier Paola Pasolinija  
195 **Gospodarski čudež in uresničitev idealov futurizma**  
195 Ambivalenten odnos do potrošniške družbe: *La speculazione edilizia* Itala Calvina  
201 Reifikacija človeka: *Stvari* Georgesa Pereca  
204 *Družba, o kateri je bilo že vse povedano, še preden je dobila ime*  
207 *Vloga oglaševanja pri vzpostavitvi potrošniške družbe*

---

209	<i>Inherentno protislovje potrošniške družbe v povojnem času</i>
213	<i>Umetnostno polje in Flaubertova vloga v Stvareh</i>
215	Romain Gary in posameznik v času gospodarskega azcveta
217	<i>Podjetniški zaton in junakove reprodukcijske sposobnosti</i>
219	<i>Drugstore: znakovna totaliteta v času gospodarskega razcveta</i>
222	Ko razplod kapitala ne zadovoljuje več: <i>I divini mondani</i> Ottiera Ottierija
224	Pasolinijevi <i>Scritti corsari</i> in potrošniška homogenizacija italijanske povojne družbe
228	Slutnja umetne inteligence: <i>Le mosche del capitale</i> Paola Volponija
232	<i>Reifikacija človeka kot predhodnica generativne umetne inteligenc</i>
237	Bibliografija
243	Imensko kazalo
247	Summary



---

## Predgovor

Če si se v sedemdesetih letih sprehajal po bulvarju St. Germain ali po Elizejskih poljanah, si poleg številnih kinodvoran, v katerih so predvajali *Veliko požrtjivo* z Michelom Piccolijem v glavni vlogi, prej ali slej naletel na nekaj, kar se je imenovalo *Drugstore*. *Drugstore* je bila obljuba in hkrati izpolnitev najbolj divjih potrošniških sanj s konca 20. stoletja. Šlo je za trgovino, ki ni bila trgovina, in za galerijo, ki ni bila galerija; šlo je za oboje hkrati. *Drugstore* je bil veleblagovnica in trgovski center v malem, blago, ki so ga v njem ponujali, pa je bilo obenem razstavni predmet v okviru multimedijske prezentacije z gastronomskim pridihom. To je bila knjigarna, ploščarna, bistro in diskoteka; ponujali so vinilne plošče, knjige, stripe, okrasne predmete, umetnine in hrano, vse skupaj pa je povezoval nekakšen sodoben bistro v oranžnih barvah in zaobljenih oblikah pop arta. Kot mladenič sem od vseh prostorov, ki jih je ponujal takratni Pariz, morda najraje zahajal prav v *drugstore*, ki je imel sicer manjšo izbiro stripov kot knjižna veleblagovnica Fnac, a je imel toliko privlačnejšo atmosfero, v kateri so ob vonju *frites* vrteli francoski in britanski pop.

*Drugstore* je bil s svojim zgodnjim eklekticizmom znanilec časa, ko bo zrelo, izpolnjeno potrošništvo poznega 20. stoletja, potem ko je bilo tako rekoč že vse pokonsumirano, slišano in videno, prešlo v digitalno dobo. Okrog leta 2000 je v zraku sicer še vedno vel vonj po postmodernizmu, ki je vso to pokonsumirano umetnost razglasil za svojo in s tem uveljavil citiranje kot legitimen element izvirne umetnine, vendar se je celotna umetniška sfera nezadržno, četudi nevede, že prevešala v novo dobo. Ameriški mediji so pisali o prelomnem zlitju mobilne in računalniške tehnologije, ki je napovedovalo pametne telefone in mobilni dostop do medmrežja. Fluidnost in eklektičnost pa sta zaznamovali tudi številna druga področja življenja. Med njimi je bila trgovina, v kateri je bilo čutiti premike, ki so bili še posebej opazni v založništvu in knjigotrštvu, ki sta nujno potrebovala svež zagon za preboj v 21. stoletje. Tako se je rodila ideja o trgovini s konceptom, ki je v komercialni moment knjigarne vpeljala idejo zgodbe, obenem pa knjigarnam dodala prodajne artikle, ki so pripadali svetu

mode, oblikovanja in kavarn. Tako je nastala knjigarna, ki je bila obenem še butik in kavarna, da bi nagovorila novo, milenijsko občinstvo, ki je ravno tedaj vstopalo v odraslo dobo.

Tako *drugstore* s konca 20. stoletja kakor trgovina s konceptom z začetka 21. stoletja sta poskušala revitalizirati določeno dejavnost, ki ni več temeljila na vertikalni širitvi, pač pa na horizontalni. Tako se je branža, ki se ni mogla več širiti v okviru lastnega, tradicionalnega trga, začela ozirati onkraj njega. Medtem ko je *drugstore* pomenil zlitje visokega in nizkega, s tem ko je v svoji ponudbi posvečene umetniške dobrine, knjige, plošče in grafike združeval s profanim blagom, kot so obleke ali hrana, pri čemer je še vedno deloval na jasno določenem, imanentnem trgu kulturnih dobrin, je trgovina s konceptom dosegla očitene premike v smeri horizontalne širitve onkraj nujnosti svoje imanentne klientele. Takšen tip širitve zaznava že Fernand Braudel, ki leta 1985 v knjigi *Dinamika kapitalizma* piše o tem, da se kapital vedno širi tja, kjer se mu obeta dobiček: če mu kopanje na vedno istem mestu ne prinaša več vse večjih dobičkov, kapital pač poseže v nove dejavnosti.

V času, ko je knjigotrštvo širilo svoja obzorja, se je na policah knjigarn pojavila knjiga Pierra Bourdieuja *Les Règles de l'art* (Pravila umetnosti), ki je z natančno sociološko analizo pokazala, kako se je v 19. stoletju vzpostavilo relativno avtonomno polje literature. Študija je bila leta 1992 kot naročena, saj nam je pomagala spoznati, da spremembe v knjigotrštvu niso nekaj povsem novega, temveč so del dolgega zgodovinskega procesa, v katerem se prepletata ekonomska in simbolna vrednost knjige. Bourdieu je v svoji sociološki analizi zarisal, kako družba vpliva na nastanek literarnih del in kako sama fungira v polju literature, v katerem literarna dela povratno vplivajo na družbo in jo spreminjajo. Bourdieu je po eni strani izhajal iz družbene razsežnosti Flaubertovih del, po drugi pa iz sodobnega francoskega založniškega trga. Tako je svoji knjigi *La Distinction* (Distinkcija) iz leta 1979 dodal nov zanimiv poskus uporabe relacionistične teorije pri obravnavi knjižnega trga.

Bourdieujeva knjiga me je spodbudila, da sem kot založnik in knjigotržec ob spoznavanju mehanizmov prodaje in promocije knjig začel razmišljati o logiki, ki je poganjala celoten sistem literarnega obrata: začel sem se spraševati o odnosih, ki vladajo med uporabno, torej estetsko, etično in spoznavno vrednostjo literature in njeno menjalno, tržno vrednostjo, kot se je začela razvijati

v industrijski dobi. Spraševal sem se, kakšni so mehanizmi, ki knjigo kot literaturo povezujejo s knjigo kot blagom, pri čemer me je začela zanimati predvsem ideologija, ki poganja knjižni sistem. Ko sem v okviru založništva spoznaval potrošnjo literature, sem nazadnje postopoma začel zaznavati tudi reprezentacije potrošnje v literaturi sami.

V prvih letih 21. stoletja so romani Frédéricica Beigbederja in Michela Houellebecqa parodirali in obenem glorificirali potrošniško družbo, ki je enega svojih vrhuncev doživljala v krutem in brezkompromisnem oglaševalskem poslu. Toda mehanizme, ki jih danes vidimo v ekstremnih izvedenkah digitalnega marketinga in spletne prodaje, je razkrinkaval že Honoré de Balzac, svojevrsten odmev pa so doživeli tudi v delih Georgesa Pereca, ki so človeka obravnavala v odnosu do objektov. Balzac je v *Izgubljenih iluzijah* opisal zakulisje pariškega knjigotrštva in založništva svojega časa, v katerem so se prepletali umetniški ideali in komercialni interesi, pri čemer je njegovo besedilo ponujalo ne le roman, pač pa tudi natančno sociološko študijo tedanjega literarnega polja, ki je razgalila mediacije med literaturo in družbo ter tako osvetlila paradigmo celotne moderne družbe. Balzacovi opisi knjigarjev, založnikov in pisateljev so še danes presenetljivo aktualni, še posebej kar zadeva mehanizme promocije, določanja cen in ustvarjanja literarnega ugleda.

Založništvo in knjigotrštvo, ki ju Balzac združuje v preprostem nazivu *librairie*, je osišče drugega dela *Izgubljenih iluzij*, v katerem se lepotec Lucien de Rubempré iz Angouléma prebija v vrhove pariške intelektualne družbe. Luciena ne zanima neposreden preboj v visoko politiko ali svet financ, pač pa se afirmira s pomočjo in v okviru literarnega polja. To mu omogoča, da v posredniških prostorih, kot so saloni in časopisna uredništva, sega vse više na tradicionalni lestvici oblasti, četudi ga v resnici zanimajo le vplivne gledališke lože, uredništva razvpitih časopisov in bolj ali manj zatohle izpostave pariških knjigarjev, v katerih se odloča usoda naslednje uspešnice. Balzac v *Izgubljenih iluzijah* našteje pet tipov knjigarjev, skozi katere strukturira dogajanje v zvezi z Lucienovim vzponom. Ti knjigarji – pri čemer je treba poudariti, da sta vlogi založnika in knjigarja v Balzacovem času nemalokrat pomešani – utelešajo pravzaprav tipologijo, kakršno bi v založniško-knjigotrški branži lahko prepoznali še danes.

Knjigotrštvo je bilo nemara med prvimi področji, na katerih je bilo mogoče pri delu opazovati paradigmo modernega trženja, toda mehanizmi novega marketinga so bili kmalu zaznani po celotnem spektru industrializirane trgovine. Posebej natančno jih je v drugi polovici 19. stoletja dokumentiral naturalizem, ki je v svojih romanih vpeljal eksperimentalno tehniko, zasnovano na medicinski metodi, ki pa je vsebovala številne prvine sociološke raziskave. Tako je bilo na začetku osemdesetih let 19. stoletja v veleblagovnici Place de Clichy med množico nakupovalk, ki so brskale med korzeti in preprogami, mogoče opaziti v črno odetega možaka, ki je ure in ure presedel v fotelju in opazoval dogajanje. To ni bil le eden od številnih soprogov, ki so potrpežljivo čakali na dame, da si izberejo blago ali konfekcijsko obleko, pač pa Émile Zola, ki si je več mesecev delal zapiske o novem načinu potrošnje, preden sta se z ženo s polnimi vrečkami vračala v stanovanje v bližnji četrti Batignolles.

Zola je v svojem ciklu romanov o Rougon-Macquartovih razgalil različne vidike nastajajoče potrošniške družbe. Brž ko je leta 1871 v prvem delu cikla, v romanu *Vzpon Rougonovih*, razgrnil genetsko in družbeno dinamiko družin Rougon in Macquart, se je v drugem delu, v romanu *Plen*, lotil špekulativnih mehanizmov nepremičninskega trga, ki so spremljali Hausmannovo urbanistično prenovo Pariza, pri čemer je pokazal na ključno povezavo med zasnovo velemesta in razvojem trgovine. V *Trebubu Pariza*, tretjem delu cikla, se je s pomočjo tematike hrane začel spuščati v nedrje drobne potrošnje in sle po denarju, ki sta zajela Pariz v času drugega cesarstva. Dvajset let pozneje, proti koncu cikla, je Zola v romanu *Denar* razčlenil finančni ustroj kapitalizma, s tem ko je zajel številne kompleksne borzne špekulacije in zasnovano t. i. Ponzijeve sheme, ki se je pred njim dotaknil že Balzac v krajšem romanu *La Maison Nucingen* (Bančno podjetje Nucingen).

Prav potrošniški družbi in razvoju veleblagovnic pa se je Zola posvetil v romanu *Au Bonheur des Dames* (Pri damski sreči), v katerem je leta 1883 na podlagi izčrpne sociološke raziskave napovedal temeljne mehanizme prihajajočega 20. stoletja. Zola je v romanu zaznal in analiziral že vse attribute modernega marketinga, ki temelji na načelu t. i. marketinškega spleta proizvoda, cene, pozicioniranja in promocije, pa tudi sodobni *merchandising* s svojimi premišljenimi razporeditvami izdelkov ni nič drugega kot nadaljevanje tradicije, ki se je začela z razstavljanjem blaga v izložbah Zolajeve sicer fiktivne, a na resničnih trgovinskih zgledih (Le Bon Marché, Louvre) utemeljene veleblagovnice na Ulici

10. decembra (današnji Ulici 4. septembra), ki jo je v letih pisanja romana prebijał baron Georges Eugène Haussmann.

Še posebej pa je v Zolajevih romanih zaznaven protagonist, ki ni nikoli zares imenovan, a je vendarle morda glavni junak vseh njegovih del, ki se ukvarjajo s kapitalizmom in potrošništvom. To je mesto, Pariz, metropola, ki je odigrala osrednjo vlogo v razvoju Francije kot moderne evropske države in s tem v oblikovanju potrošniške družbe kot takšne. Pri tem sta bili ključni sodobna urbanistična zasnova in nastajajoča moderna infrastruktura Pariza, s katerima sem se deloma ukvarjal že leta 2017 v eseju *Le Métro, inconscient urbain* (Podzemna železnica kot urbano nezavedno), ki se posveča simbolni vlogi javnega prevoza v razvoju sodobnih mest, obenem pa predstavi Pariz kot tako rekoč vzorčno mesto za analizo literarnega polja.

Med sestavinami nastajajočega modernega potrošništva najdemo tudi gastronomijo, katere razvoj je šel z roko v roki z razvojem pariškega urbanizma. Les Halles, velika tržnica iz dvanajstih železnih hal, v *Trebubu Pariza* sicer posebleja še stari, srednjeveški Pariz, v katerem je množica zelenjadjarjev s cizami preplavila ulice okrog cerkve Svetega Evstahija in razstavila skladovnice pora in cvetač, vendar drža trgovcev, ki so okrog nje postavili sodobne in privlačne trgovine, že daje slutiti razmah potrošništva, ki ga pogojuje prevlada tržne vrednosti nad uporabno. Kajti kljub opevanju zdrave polti bohotnih dam iz delikates in ribarnic hrana v *Trebubu Pariza* ne prinaša več zgolj zadovoljevanja fizioloških potreb, saj postaja blago s povsem neodvisno tržno vrednostjo in statusni simbol, kakršnega je leta 1899 v razpravi *A Theory of the Leisure Class* (Teorija lagodnega razreda) opisal Thorstein Veblen. Potrošnji prehrane v povezavi z družbenim statusom se je v knjigi *À l'Eau* posvetil Zolajev učenec Joris-Karl Huysmans, ki sem se mu posvetil že leta 2019 v eseju *Polje gastronomije*, v katerem sem obdelal razmerja med literarnim, medijskim in gastronomskim poljem na prehodu iz 20. v 21. stoletje.

Posebno poglavje v zgodovini potrošništva predstavlja razvoj avtorske pravice, ki je temeljito spremenil odnos med avtorjem, založnikom in knjigarjem. Poklicno ukvarjanje z avtorsko pravico in avtorskim pravom mi je v zadnjem desetletju omogočilo tudi vpogled v pravno normiranje blagovne komponente avtorskega in umetniškega dela, ki je bilo posledica kvantifikacije in

ovrednotenja umetnosti v času prehoda od uporabne k tržni vrednosti celotnega človeškega ustvarjalnega spektra.

Ta knjiga je plod konvergence komponent, ki sem jih omenil v tem predgovoru, pa tudi mnogih drugih, ki sem se jim posvetil skozi različne perspektive številnih obravnavanih del, izbranih iz repertoarja francoske in italijanske literature. Potrošništvo je kot temeljna ideologija zadnjih treh stoletij doživelo namreč že mnoge preobrazbe, ki kot različne pojavnosti manifestirajo *basso continuo* brnenja kapitala v digitalnem svetu. Zaradi spektakularne sposobnosti repliciranja in kloniranja špekulativno-potrošniške paradigme v fizičnem habitatu klasično trgovino pospešeno zamenjuje veliki brat spletno trgovino, ki je taktilno prisotnost, kakršno so zanele zolajevske dame, zamenjal s spletnimi nakupi in popusti. Potrošniška želja, ki se je izvorno komodificirala v razkošnih alejah veleblagovnic 19. stoletja, se je preselila na splet, potrošniško izkušnjo pa vodi avtomatska roka neutrudnih in neskončnih algoritmov umetne inteligence.

V predhodnici tega fluidnega, virtualnega in brezčutnega sveta, v katerem že sam dostop do intelektualnega dela pomeni tudi njegovo reprodukcijo in konsumpcijo, konsument in produkt pa sta se s tem tako rekoč združila v brezstično enoto, je bilo pojav generativne umetne inteligence zaznavati že v industrijskem romanu Italije iz osemdesetih let 20. stoletja. V svojem najnovejšem zamahu v prvih letih 21. stoletja je generativna umetna inteligenca razmerja med ustvarjalcem, posrednikom in konsumentom ponovno postavila na glavo, četudi vsa njena dejavnost še vedno poteka na osnovi konsumpcije nekoč posvečenih intelektualnih dobrin, ki jim je tehnična reprodukcija odvzela avro in jih je bilo treba ovrednotiti s profanimi vatli, da bi lahko še naprej vplivale na razvoj odprte in že zdavnaj desakralizirane družbe znanja.

Razvoj potrošniške paradigme je premočrten. Potrošništvo je sposobno reprodukcije, ki zagotavlja hitro širitev, metamorfoze iz lokalnega v globalno in modifikacije iz fizičnega v virtualno. Lahko se prilagodi staremu veku, industrijski ali postindustrijski družbi, odlično pa funkcionira tudi v digitalni dobi, ko netransparentna roka globalnega trga poskrbi, da se z asimetrično svetovno regulativo nekateri igralci širijo hitreje od drugih. In četudi je bil Zola nad buržoaznim progresivizmom navdušen, je slutil njegova protislovja, ki se jih je desetletje pozneje lotil v romanu *Germinal*. Zato je lahko *Trebuh Pariza* končal

tako, da je stranskemu junaku Claudu, sicer slikarju iz poznejšega romana *Umetnina*, položil v usta naslednje besede: »Kakšni lopovi, ti spoštljivi ljudje.« O teh »spoštljivih lopovih« buržoaznega sveta govori tudi ta monografija.

## Zahvale

Za spodbudo in nastanek dela bi se rad zahvalil vsem profesorjem in kolegom, ki so me spremljali na raziskovalni poti. Najprej profesorjema Janku Kosu in Evaldu Korenu, ki sta me na ljubljanski Filozofski Fakulteti navdušila nad komparativistiko in njene metode ter mi ponujala izredno podporo vse do diplome iz teorije in zgodovine primerjalne književnosti. Zatem profesorjema Erwinu Koppnu in Marii Moog Grünewald, ki sta me podpirala in vodila na podiplomskem študiju romanistike in komparativistike na univerzah v Bonnu in Tübingenu, kjer sem se začel intenzivneje ukvarjati s povezavami med dekadenco in naturalizmom ter z vlogo literarnih tokov 19. stoletja v razvoju moderne družbe 20. in 21. stoletja. Naposled pa sta me pri raziskavah in dognanjih ves čas spremljala kolega prof. dr. Martina Ožbot in prof. dr. Tone Smolej, ki sta s svojimi spodbudami in nasveti ključno pripomogla k napredovanju raziskave in nastanku monografije. Prof. dr. Patrizii Farinelli, prof. dr. Florence Gacoin Marks in prof. dr. Miranu Košuti se zahvaljujem za številne komentarje, ki so mi bili v veliko pomoč pri oblikovanju izsledkov raziskave. Zahvala gre tudi prof. dr. Danici Purg, ki me je spodbudila, da sem na IEDC Bled končal študij MBA in se izuril v veščinah marketinga in financ, kar mi je bistveno olajšalo tiste dele raziskave, ki so povezani s poslovanjem, financami in trženjem. Urednikom zbirke *Studia litteraria* na Inštitutu za slovensko literaturo in literarne vede ZRC SAZU dr. Marjanu Doviću, dr. Jerneju Habjanu in dr. Marku Juvanemu sem hvaležen, da so imeli posluš za tematiko in se odločili za izdajo monografije. Posebno zahvalo izrekam svoji ženi Valentini Smej Novak, ki kot filozofinja, založnica in teoretičarka komunikacije budno spremlja premike na globalnem informacijskem, medijskem in založniškem polju ter mi s svojimi vpogledi in analizami ponuja celosten pregled nad svetovnim dogajanjem na področju, ki ga zajema monografija.



---

# Potrošniška vročica med optimizmom in pesimizmom

## Sistem, v katerem produkcija narekuje potrebe trga

**T**horstein Veblen je leta 1899 v knjigi *The Theory of the Leisure Class* razvil teorijo opazne potrošnje (*conspicuous consumption*), posvečeno prehodu iz osnovnega sistema kapitalistične družbe, v kateri poraba zgolj zadovoljuje potrebe, v sistem, v katerem se višji družbeni sloji začnejo od ostalih razlikovati po svoji potrošnji, ki je opaznejša od osnovne porabe. S tem se t. i. *leisure class*, lagodni razred, začneja postopoma nagibati k razlikovanju, ki ga Bourdieu v razpravi *La Distinction* poveže s simbolnim kapitalom in ki določa družbeni status in habitus (Bourdieu 1979). Temelj te družbene drže je vznik ekonomskih pogojev zanjo, tj. presežkov produkcije nad potrebami, ki se vedno bolj kažejo tudi v svoji opazni pojavnosti (Baudrillard 1970).

Družbenoekonomski mehanizem, ki temelji na presežkih produkcije nad potrebami, spodbudi tudi Maxa Webra, da v letih 1904–1905 v *Protestantski etiki in dubu kapitalizma* razvije tezo o duhu kapitalizma, ki izvira iz protestantske delovne etike. Ta etika temelji na vrednotah nenehnega dela, ki usmerja proizvodnjo v imenu vse večjega kopičenja dobrin. V nasprotju s (pretežno katoliško) potrošniško družbo, ki je plod izobilja, namenjenega konsumpciji in uživanju (v presežku ponudbe nad potrebami), je protestantski način življenja skromen in zadržan, pri čemer presežek proizvodnje zgolj kopiči, ne da bi ga užil. Pri tem se zdi bistveno, da Weber ne pojasni, v čem je razlog za protestantsko kopičenje dobrin in vrednosti, kar pa je pravzaprav eno osrednjih dognanj njegove teorije: za protestantsko kopičenje dobrin, ki ga pogojuje njegova delovna etika, namreč ne obstaja zadovoljiva razlaga, pri čemer se Webro ponuja teza, da gre za kopičenje kot takšno, kar implicira nekakšno transcendentno vlogo kapitala in religiozno logiko pridobivanja bogastva (Weber 1988: 40–41). To pomeni, da presežna vrednost, dobiček,

ki se akumulira v kapitalističnem načinu lastništva in proizvodnje, ne ponuja novega uživanja v večjem izobilju (t. i. katoliške *Weltfreude*), temveč služi zgolj reinvestiranju v funkciji nove akumulacije in ustvarjanja nove presežne vrednosti (t. i. kalvinistične *Weltfremde*) (Weber 1988: 28–30). Webrova razlaga duha kapitalizma pokaže tudi na pomembno razliko v pojmovanju produkcije: protestantska etika nakazuje usmerjenost, ki bo v 20. stoletju prevladala in ki narekuje, da ustvarjanje bogastva, ki nastaja s produkcijo, ne služi več zadovoljevanju potreb skozi uporabno vrednost dobrin (torej uživanju sadov dela), pač pa se njeno bistvo prenese na menjalno, tržno raven. To je ključni moment formiranja potrošniške družbe v modernem pomenu besede: potrošniška družba ne zadeva v prvi vrsti uživanja presežkov dela in produkcije (kar se seveda v njej tudi dogaja), pač pa njeno bistvo izvira iz naslajanja nad potencialom menjave teh sadov. Bistvo potrošniške družbe je torej menjalnost, tržnost dobrin.

Potrošniška družba se v smislu, kot ga leta 1970 definira Jean Baudrillard, začne razvijati takrat, ko se začne trg ravnati po produkciji, ne pa obratno. Ta obrat je ključen za pojav družbe blaginje (*la société de l'abondance*), ki pogojuje množično potrošnjo. Obenem Baudrillard potrošniško družbo definira s pomočjo ideje, da blaginja in potrošnja množične produkcije služita zagotavljanju posameznikove sreče, pri čemer celotno družbo žene pojem rasti, ki pa je omejena in predstavlja paradoks moderne (post)industrijske družbe ter s tem tudi lastno, inherentno omejenost in naposled konec (Baudrillard 1970).

V tem smislu je Guy Debord leta 1967 v knjigi *Družba spektakla* pojem rasti, ki predstavlja ključni pogon družbe v fazi, ko je tržna vrednost že povsem izpodrinila uporabno, označil za ojačano preživetje (*la survie augmentée*). Tako nastane družba spektakla, ki temelji na dojemanju presežkov kapitalizma kot ojačanega preživetja, v katerem nam presežki ponujajo več od tega, kar potrebujemo, obenem pa družbo poganja prav njihov tržni potencial. To pa je pravzaprav zgolj opazni, zunanji način strukturiranja sistema potrošniške družbe kot prevladujoče paradigme poznega 20. stoletja. Potrošniška družba se torej v svoji zadnji preddigitalni različici naposled manifestira kot družba vidnosti, spektakla in s tem kot Veblenova opazna potrošnja *in extremis*, družba medijske eksploatacije in atributov bourdieuevske distinkcije.

Pričujoča knjiga pristopa k problematiki potrošniške družbe v literaturi 19. in 20. stoletja preko ključnih besedil te tradicije. V 19. stoletju so to predvsem

*À Vau l'eau* (Po zlu, 1882) in *Proti toku* (1884) Joris-Karla Huysmansa ter *Au Bonheur des Dames* (Pri damski sreči, 1883) Émila Zolaja, v 20. stoletju pa *Scritti corsari* (Gusarski spisi, 1975) Pier Paola Pasolinija in *Au-delà de cette limite votre ticket n'est plus valable* (Od tod naprej vaša karta ni več veljavna, 1975) Romaina Garyja. V prvih poglavjih, ki govorijo o predpotrošniški družbi, se knjiga posveča tudi zgodnejšim delom, ki so ključna za razumevanje formiranja potrošniške družbe, in sicer zlasti *Izgubljenim iluzijam* (1837–1841) Honoréja de Balzaca in *Vzgoji srca* (1869) Gustava Flauberta. Po drugi strani so obravnavana tudi nekatera dela, ki so sicer izšla po letu 1975, a se posvečajo sedemdesetim letom 20. stoletja, saj je šele časovna razdalja omogočila celovit pogled na potrošništvo in njegove ideologije; med njimi je na primer roman *Le mosche del capitale* (Muhe kapitala) Paola Volponija iz leta 1989.

V obravnavanih besedilih lahko opazimo dve smeri pristopanja k potrošniški družbi. Prva smer, progresistična in optimistična, izhaja iz zgodnjega, predvsem Balzacovega realizma ter Zolajevega naturalizma in pozitivizma, ki nove ideje stoletja in potrošniško družbo sprejema in krepi. Druga smer pa izhaja iz poznejšega, predvsem Flaubertovega realizma in Huysmansovega pesimizma, ki ga navdihuje Arthur Schopenhauer in ki potrošniško družbo eksplicitno ali implicitno zavrača, obenem pa iz nje črpa navdih.<sup>1</sup> Odnos do potrošniške družbe, kakršen se je formiral v 20. stoletju, je najverjetneje nastal na podlagi obeh smeri.

Prva, optimistična ali afirmativistična smer je s pomočjo Huysmansa (1884) iz esteticističnega obdobja ter D'Annunzia (1889) in Marinettija (1909) segla v totalitarne režime, ki so potrošniško družbo častili in na njej gradili mehanizme nadzora, ki jih je v času industrijskega romana razkrinkaval Pier Paolo Pasolini (1955, 1975), ironiziral pa Italo Calvino (1957). Druga, pesimistična in negacionistična smer pa je na podlagi Huysmansovega (1882) pesimističnega obdobja razvila kritiko potrošniške družbe in t. i. družbe denarja, kot jo je mislila zgodnja eksistencialistična leвица s Paulom Nizanom in kasneje Camusom. Tej je sledilo globoko odčaranje po

1 »Ti primeri opozarjajo, da se ideologija v literarnih delih pogosto kaže ne samo v svoji 'pozitivni' podobi, ampak tudi kot odsotna ali kot zanikanje ideologij, s katerimi se avtor srečuje v svojem socialnopolitičnem in moralno-kulturnem okolju. V teh primerih se ideologija prek svoje negacije spreminja v predmet sociološke raziskave.« (Kos 2016: 12)

povojnem gospodarskem vzponu, ki ga opisujejo Georges Perec, Romain Gary in Paolo Volponi.

V delih zgodnjega realizma zaznavamo premik od uporabne k menjalni vrednosti tako literature kot tudi drugih blag. Tako »degradirana vrednost«, kot jo imenuje Lucien Goldmann (1964: 21), stopa v ospredje v Balzacovih *Izgubljenih iluzijah*, v katerih Lucien de Rubempré na lastni koži občuti, kako kvantiteta postopoma nadomešča kvaliteto, četudi tega še ne zna poimenovati. Prevlada tržne vrednosti blaga – in s tem denarja in borznih vrednotnic – se kaže tudi v krajšem romanu *La Maison Nucingen* (Bančna hiša Nucingen), v katerem Balzac leta 1837 podrobno opiše niz borznih špekulacij in njihov vpliv na francosko družbo v času restavracije. V Balzacovih delih posreduje vrednost, *valeur médiatrice*, postopoma nadomešča posredovano vrednost, *valeur médiatisée*, Goldmann pa pri Balzacu opaža celo eksemplarično identifikacijo družbenega momenta z avtorjem; Balzacovo istovetenje z ekonomskimi procesi njegove dobe velja sicer jemati z zrnom soli, vsekakor pa se lahko strinjamo, da v obravnavanih Balzacovih delih prevladuje optimizem v odnosu do nastajajoče potrošniške družbe.

To družbo Balzac imenuje kar *société*, kar je krovni pojem za moderno družbo, v kateri se postavijo tudi temelji za kvantificirano dojemanje intelektualnega dela, ki se komodificira kot intelektualna lastnina. Balzacovo delo nazorno prikazuje posredovanja med družbo, v kateri je nastalo, in njegovim povratnim vplivom nanjo, saj so zametki moderne potrošniške družbe v njem dobro vidni, obenem pa nanjo vplivajo že s svojo vlogo pri vzpostavljanju mehanizmov knjižnega trga, ki je porok distribucije knjig kot infrastrukturnega pogoja za realizacijo njihove družbene vloge. V tem času opažamo tudi vzpon pomena medijev pri pospeševanju distribucije knjig, predvsem časopisov, v njih pa tudi samega oglaševanja. Tako mediji pospešeno prevzemajo vlogo ključnega posrednika oziroma »mediatorja«.

V poznejšem realizmu opažamo prva znamenja odpora do tržne vrednosti, ki v družbi vedno bolj prevladuje. Pri Flaubertu tako srečamo protagonista, ki ga Goldmann imenuje *individu problématique*, »problematični posameznik«, ki zaznava razkol med bistvom in videzom, ki ga vpelje sodobna družba. V Flaubertovi *Vzgoji srca* se tako Frédéric že dobro zaveda kupljivosti celotnega spektra družbenega življenja, pri čemer se blagu pridružujejo še čustva

in ljubezen, kar je posledica poblagovljenja želje kot temeljne kategorije razvite potrošniške družbe. Frédéric Moreau je literarna podoba antijunaka, ki ga zaznamujejo *vellétés*, saj nobene od svojih ambicij ali želja ne realizira do konca, čeprav so mu vse bolj ali manj ponujene na pladnju. S percepcijo simbolne vrednosti stvari in ljudi se Flaubertov protagonist vse bolj zaveda tudi pomena statusa, simbolnega kapitala in habitusa, kakor jih bo definiral Bourdieu. Podobno evolucijo, vendar skozi drugačno optiko, zaznavamo tudi v Huysmansovem delu *À l'eau l'eau*, v katerem imamo prav tako opravka z antijunakom, le da v tragikomični obliki, saj je Folantina potrošniška družba pravzaprav strla, še preden se je dodobra razvila. Tako Flaubertov kot Huysmansov pristop sta najverjetneje pokazatelj, da je potrošniška družba, kakor se kaže v obravnavanih delih iz tega obdobja, v protagonistih izzvala pesimističen odnos do sveta. Od tod tudi navduševanje te dobe nad Schopenhauerjevo filozofijo, ki je bila francoskemu bralstvu dobro dostopna v prevodu.

Dekompozicija subjekta povzroči, da objekti, torej materialno, naposled prevzamejo vlogo psihe in se osamosvojijo. Kot ugotavlja Walter Benjamin, duhovno s pojavom tehnične reproduktibilnosti izgubi avro, unikatnost umetnosti zamenja množičnost, ki jo omogoča tehnično razmnoževanje.<sup>2</sup> Takšen razvoj se kaže predvsem v vzniku novih medijev, kot sta fotografija in film, ki omogočata videz gibanja kot mobilnosti, ki poganja gospodarsko rast. V tem kontekstu nastopi futurizem, ki ga Marinetti v številnih manifestih dojema kot celostno umetnostno gibanje, usklajeno z družbenim momentom. Na ta način je literarno delo izenačeno s samo družbo, ki naj bi jo upodabljalo, obenem pa je njegov glavni namen prav vpliv nanjo in ustvarjanje tržišča zase. Tako se umetnost znajde v vlogi, ki zajema obe plati sociologije literature, kot ju je izpostavil Bourdieu: dela, ki so produkt miljeja in trga, in dela, ki si trg ustvarjajo in celo spreminjajo svoj milje. Skrajna posledica tovrstnega vpliva umetnosti na družbo so futuristično navduševanje nad vojno in njegove implikacije v zvezi s fašizmom. Tako D'Annunzиеvo kot Marinettijevo držo bi lahko označili za optimistično oziroma afirmativistično v odnosu do potrošniške družbe, četudi sta si njuni vrednostni lestvici diametralno nasprotni, saj D'Annunzio prisega

---

<sup>2</sup> Tehnična reprodukcija pri tem omogoči monopolni kapitalizem tudi na ravni intelektualne lastnine. Kot eno od temeljnih načel Bernske konvencije o varstvu literarnih in umetniških del se leta 1886 uveljavi prav izključnost avtorske pravice, ki implicira državni monopol.

na preteklost, Marinetti pa bi preteklost najraje izbrisal. V D'Annunzиеvem primeru svet objektov prevzame vlogo psihe, ki se v njem projicira, pri Marinettiju pa je pesimizem celo sovražnik napredka in rasti.

Spoj vsebinskega in finančnega poskrbi za popolno komodifikacijo francoske družbe v drugi polovici 19. stoletja. Sinteza duha in denarja se eksplisitno pokaže v Zolajevem romanu *Au Bonheur des Dames*, v katerem prikaz rasti veleblagovnice v središču Pariza obenem pokaže razvoj in stanje potrošniške družbe. Medtem ko Huysmansov pesimistični antijunak s skromnimi sredstvi tava po veleblagovnici, se prav tam zgodi odločilen prevod duha v denar. Zolajeva veleblagovnica je vse, kar lahko ponudi moderno potrošništvo: prehod iz diktata potreb v diktat proizvodnje (Galbraithova revidirana sekvenca /1967: 211/), finančna konstrukcija investicij v trgovino, marketing, oglaševanje in upravljanje s človeškimi viri, pri čemer Zola svoji viziji *société qui s'emballe* doda še socialno noto. Družba v Zolajev roman prehaja tako rekoč brez filtra, saj naturalistična tehnika eksperimentalnega romana gradi na natančni dokumentaciji. Obenem Zolajevo delo odmevno povratno vpliva na družbo samo, saj pisatelj s svojimi idejami omogoči prodor univerzalnih načel v francosko politiko (afera Dreyfus), pri čemer se njegov družbeni angažma opira na avtonomijo intelektualca, ki ga legitimira denar, torej sama posredujoča vrednost, ki mu omogoči neodvisnost tako od države kot od mecenov: umetnik se zdaj lahko preživlja s sadovi svojega reificiranega in kvantificiranega intelektualnega dela. Zola je tako s svojim zavzemanjem za uveljavitev univerzalnih načel v vseh segmentih družbe poskrbel za vseobsegajoč domet potrošništva, ki tako ni le odsev male trgovine, kot je le malce prej še veljalo v primeru pasaž, pač pa legitimacija monopolnega kapitalizma. Zola je s svojim romanom in odnosom do kapitalistične družbe izkazal optimistično vero v prihajajoče 20. stoletje, ki naj bi na podlagi razvoja premis s konca 19. stoletja poskrbelo za napredek človeštva kot pogoja za neomejeno rast gospodarstva in potrošnje.

## Literarno polje, kapitalizem in politično nezavedno

Z literarnosociološkega, a tudi z duhovnozgodovinskega in kulturološkega vidika je za raziskavo potrošniške družbe v literaturi ključna analiza, ki jo je s pomočjo koncepta literarnega polja leta 1992 opravil Pierre Bourdieu. V študiji *Les règles de l'art* je Bourdieu razvoj moderne družbe orisal skozi nastanek prepletajočih se polj moči in umetnosti, skozi katera se rojeva sistem modernega

založništva in umetnostnega trga, ki se osamosvaja in deluje vse bolj neodvisno od države in mecenov, četudi z njimi občuje, in od vladajočih ideologij. Bourdieu je z analizo literarnega polja pokazal, kako se posredujoča vrednost prebija v ospredje tudi na področju umetnosti, pri tem pa izpodriva posredovano vrednost, ki predstavlja vsebinsko, duhovno plat del, s katerimi se trguje. S svojim strukturalističnim oziroma relacionističnim pristopom je Bourdieu v sociologijo literature vpeljal celosten pristop, ki književni svet obravnava kot specifičen univerzum z lastno logiko. Literarno polje je opisal kot prostor z relativno avtonomno strukturo v okviru prevladujočega družbenopolitičnega sistema vrednot, v katerem veljajo nenapisana pravila, ki jih upoštevajo vsi akterji in po katerih lahko prepoznamo delovanje njihovega prostora, ki ga določajo razmerja tako znotraj polja kot tudi med njim in drugimi polji.

V zvezi z Zolajem, ki je potrošništvo kot eno ključnih tem 19. stoletja raziskoval v okviru zgodovinske freske, ciklusa romanov o Rougon-Macquartovih, je treba omeniti Jeanne Gaillard, ki je v uvodu v izdajo Zolajevga romana *Au Bonheur des Dames* iz leta 1980 tematiko potrošništva osvetlila z vidika vpliva urbanizma na razvoj trgovine in potrošnje, in Williama Galloisa, ki je leta 2000 v razpravi *Zola: The History of Capitalism* (Zola: zgodovina kapitalizma) osvetlil ključne vidike Zolajevga dela skozi prizmo vzpona kapitalizma in njegovega odločilnega vpliva na razvoj potrošniške družbe. Gallois se v svoji analizi posveti nastopu moderne dobe, ki jo v Zolajevih delih zaznava predvsem skozi motive znanosti, hitrosti (demokratizacije, globalizacije, transporta) in (socialne, kulturne, ekonomske) mobilnosti. Galloisovo delo je za tukajšnjo raziskavo pomembno tudi zato, ker Zolaja primerja z Benjaminom in pokaže, da se kapitalizmu 19. stoletja oba približujeta s konkretne, mikro perspektive, ki nam približa mehanizme vzpostavljanja prevladujočega ekonomskega sistema. Z vidika feminizma pa Zolajev odnos do kapitalizma raziskuje Rachel Bowlby v razpravi *Just Looking: Consumer Culture in Dreiser, Gissing and Zola* (Samo gledam: potrošniška kultura pri Dreiserju, Gissingu in Zolaju), v kateri med drugim analizira psihološko-marketiški vidik odnosa ženske do veleblagovnice, pri čemer tematiko osvetli s stališča problematike ženske kot nosilke novega, potrošniškega načina življenja (Bowlby 1985: 66–82).

Pri proučevanju Huysmansa sta pomembna prispevka Marca Fumarolija, ki v predgovoru k izdaji romana *Proti toku* iz leta 1977 problematiko dekadence

in esteticizma osvetli z vidika potrošništva, in Rosalind Williams, ki leta 1982 v razpravi *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France* (Sanjski svetovi: množična potrošnja v Franciji s konca 19. stoletja) izpostavi problem reifikacije in predlaga tezo o spodleteli reifikaciji, ki protagonista umesti v območje neuspešnega transferja njegovih materialnih želja na raven simbolnega in sublimnega, pri čemer oviro predstavlja prav njegov prezir do banalnosti meščanskega potrošništva. O odnosu do potrošništva v navezavi na pesimizem pri Huysmansu piše tudi David H. Walker, ki se v razpravi *Consumer Chronicles: Cultures of Consumption in Modern French Literature* (Potrošniške kronike: kulture potrošnje v moderni francoski literaturi) iz leta 2011 opira na Baudrillardove definicije potrošništva (Walker 2011: 5–7). Walker se med drugim posveti Huysmansovi noveli *À l'au l'eau*, ki jo interpretira z vidika protagonistovega pesimizma ob propadajoči tradicionalni trgovini, ki jo izpodrivajo veleblagovnice (Walker 2011: 61–66). Kritična analiza prevladujoče družbenoekonomske konjunkturo in s tem potrošništva pa ne more niti mimo razprave Fredrica Jamesona *The Political Unconscious* (Politično nezavedno) iz leta 1981, ki Balzaca in Flauberta obravnava z vidika nezavednih mehanizmov, ki formirajo diskurz pripovedništva v nastajajoči meščanski družbi.

S sociološkega gledišča je za italijansko področje pomembno delo *L'Italia dei consumi* (Potrošniška Italija) Emanuele Scarpellini (2008), za francosko pa *La Société de consommation* (Potrošniška družba) Jeana Baudrillarda (1970). Gre za referenčni deli za obravnavo potrošniške družbe v povojni Franciji in Italiji. Izčrpen pregled kulturno-družbenega konteksta v Franciji poznega 19. in zgodnjega 20. stoletja ponuja obsežna študija Michela Winocka *Le Siècle des intellectuels* (Stoletje intelektualcev) iz leta 1997, za analizo družbe in pojavnosti potrošništva v času poznega modernizma pa sta pomembni deli *Družba spektakla* Guya Deborda (1967) in *L'Ère du vide* (Doba praznine) Gillesa Lipovetskyja (1983). Pri raziskovanju vloge blagovnih znamk in njihove semantike v literarnem diskurzu ter potrošniški estetiki nasploh moramo izpostaviti razpravo Björna Weyanda *Poetik der Marke: Konsumkultur und literarische Verfahren 1900–2000* (Poetika znamke: potrošniška kultura in literarni postopki, 1900–2000) iz leta 2013, ki obravnava blagovne znamke kot označevalce, ki pripomorejo k formiranju pripovedne strukture literarnih del.

## Posredujoča vrednost obvladuje potrošniško družbo

Gisèle Sapiro je leta 2014 v knjigi *La Sociologie de la littérature* (Sociologija literature) na podlagi prakse sociološke metode skozi zgodovino razvila osnove za uporabo sociološke metode v sodobnih raziskavah. Metoda temelji na preseganju ločnice med interno in eksterno analizo literarnega dela, pri čemer je sociološki pristop koncipiran na analizi izmenjav (*médiations*) med deli in družbenimi pogoji njihovega nastanka (*production*). Tako Sapiro ločuje med tremi vidiki sociološkega raziskovanja literature:

Na prvem mestu so materialni pogoji za nastanek del ter način delovanja literarnega sveta. Na drugem mestu je sociologija del, ki zajema tako predstave, ki jih ta dela prinašajo, kot tudi načine njihovega avtorskega ustvarjanja. Na tretjem mestu pa so pogoji njihove recepcije in ponotranjanja pri bralstvu ter načini njihove percepcije. (Sapiro 2014: 8)

Rečeno v starejšem besednjaku Janka Kosa (1988: 12), na prvem mestu je primarna analiza samega literarnega dela skozi optiko družbenih, ekonomskih in socialnih sprememb, kot se kažejo v literaturi in kot to formirajo in v nekaterih primerih tudi določajo (*sociologie des œuvres*).

Drugi vidik, ki ga izpostavlja Sapiro, je povratni vpliv literature na družbo in s tem seveda tudi na potrošniško družbo (*sociologie de la réception*). Ta vpliv se v veliki meri kaže v recepciji bralstva, obenem pa tudi v kritiški recepciji, ki jo poosebljajo literarni kritiki in teoretiki. Na ta način prihaja do medsebojnega oplajanja (*médiation*) miselnih (ideoloških, družbenih, moralnih) sistemov, ki se sprva namestijo v samem (primarnem) predmetu raziskovanja, torej kot pojav potrošniške družbe v pripovedništvu, kasneje pa ta literatura sama povratno vpliva na razvoj družbenih, ekonomskih in ideoloških sistemov, ki se preko nje spreminjajo, širijo ali izginjajo. Tako se na primer izkaže, da je potrošniška družba kot nasledek prevladujočega družbenoekonomskega ozračja prevzela vodilno vlogo (kot glavni akter in prevladujoča tematika) v Zolajevem delu *Au Bonheur des Dames*, obenem pa se je kasneje preko odziva bralcev in kritike prav s pomočjo njegovega romana še trdneje zasidrala kot vladajoča ideologija prihajajočega 20. stoletja.

Naslednji vidik, ki je pravzaprav podvidik drugega, je, rečeno s Kosom (1988: 12), vpliv družbene realnosti na samega avtorja, preko katerega družbena

realnost in njena ideologija vstopata v literarno delo (*modalités de leur production par leurs auteurs*). Potrošniška družba je namreč v Zolajevo delo vstopila s pomočjo avtorjevih raziskav in znanstveno-filozofskih izbir, o čemer pričajo avtorjeva biografija in z njo povezani dokumenti geneze dela.

In naposled se ponuja še tretji vidik analize, in sicer analiza literarnega tržišča, kamor sodijo tržni, marketinški in prodajni elementi literarne in knjižne produkcije, ki tu nastopajo kot *conditions sociales de la production*. Tu Sapiro – v svoji ožji analizi literarnega polja 19. stoletja pa tudi Bourdieu – obravnava družbeno analizo literarnega sveta, ki je prav tako ena od posledic razvoja družbenega dogajanja in odsev družbenoekonomskih razmerij, ki pripomorejo k formiranju potrošniške družbe.

Poudariti velja, da tukajšnji raziskavi ne bo šlo zgolj za pregled in lociranje materialne kulture (znotraj literarnih del) kot odseva potrošniške družbe, pač pa za literarnosociološko in duhovnozgodovinsko analizo literarnega gradiva z vidika potrošništva, kakor se ponuja skozi literarna obdobja. Namen raziskave torej nista beleženje in interpretacija gradiva, ki se nanaša na materialno kulturo potrošništva, kot se kaže skozi nabor predmetov in življenjskega sloga določenih družbenih slojev, družb ali nacionalnih tvorb, pač pa literarnosociološka analiza vznikanja in pojavljanja mehanizmov, ki so omogočili prevlado potrošniške družbe v modernem svetu ter njeno pojavljanje v literarnih delih, ter analiza povratnega vpliva literature na to družbo preko strukture knjižnega trga oziroma literarnega polja. Ne gre nam torej za Weyandovo (2013: 39) dilemo, ali ima literatura stik z realnostjo preko simbolov materialne kulture (blagovnih znamk, znakov blaginje, habitusa ipd.), temveč za analizo ideologij in svetovnih nazorov v literaturi, ki utemeljujejo in upravičujejo vznik ter razmah materialne kulture kot dominantnega načina življenja v 20. stoletju.

Medtem ko se bomo pri odgovarjanju na vprašanje, kako poteka mediacija med deli in družbo, opirali na metodo literarne sociologije, kakor sta jo razdelala Kos in Sapiro, bomo ob vprašanju, kaj točno se pri tem dogaja, preverjali tezo, ki jo je Lucien Goldmann že leta 1964 predlagal v knjigi *Pour une sociologie du roman* (K sociologiji romana). Goldmann je razvil metodo sociološkega raziskovanja literature, ki deloma izhaja iz samega predmeta raziskave sociologije, torej iz družbenih premis, ki vstopajo v literarna dela preko avtorja, deloma

pa iz odnosa do meščanske družbe, kakor se kaže znotraj samih literarnih del, in sicer skozi posameznikov odnos do družbene realnosti, ki ga obdaja. Goldmann je na podlagi hipoteze Renéja Girarda in Györgyja Lukácsa, da je roman »degradirano iskanje pristnih vrednot v degradiranem času« (Goldmann 1964: 12), postavil tezo, da je romaneskna struktura pravzaprav neločljivo povezana s strukturo same družbene realnosti kot družbe menjave, kar pomeni, da sta struktura in razvoj romana tudi neizogibno povezana z razvojem potrošniške družbe, ki se je uveljavila prav v času, ko je roman dozorel kot literarna forma, torej v 19. stoletju.

Z Girardovo in Lukácssevo pomočjo Goldmann pokaže, da je roman kot forma, ki se je razvijala v času, ko je uporabno vrednost, torej pristno in izvorno vrednost stvari ter konceptov, izpodrivala menjalna, torej tržna vrednost, botroval vzniku in vzpostavitvi posebnega tipa junaka, ki je bil *movens* iskanja pristnosti v degradiranem svetu, in tega junaka Goldmann imenuje »problematični posameznik«. <sup>3</sup> In vendar iskanje tega junaka prav tako kot družbeni moment, v katerega je postavljen, Goldmann označi za degradirana, saj trdi, da čisti in pristni koncepti (v smislu uporabne vrednosti) ne morejo biti prisotni v samem romanu kot konkretne in zavestne entitete ali osebe, in sklene, da so te vrednote lahko prisotne zgolj v zavesti avtorja, v kateri nastopajo kot abstraktne ideje (Goldmann 1964: 18).

Na tej podlagi Goldmann sklepa, da bi morala biti prva naloga sociologije romana raziskovanje odnosa med romaneskno formo in strukturo družbenega okolja, znotraj katere se je razvila. <sup>4</sup> Pri romanu naj bi šlo torej za transpozicijo vsakdanjega življenja v individualistični družbi, nastali iz produkcije za trg, kar pomeni, da je roman kot literarna forma pravzaprav avtentičen odsev libe-

<sup>3</sup> »Demonizirani junak romana je norec ali zločinec, v vsakem primeru pa problematična osebnost, katere degradirano in zato tudi nepristno iskanje pristnih vrednot v svetu konformizma in družbenih konvencij predstavlja bistvo novega literarnega žanra, ki so ga pisatelji ustvarili v individualistični družbi in ga poimenovali 'roman'.« (Goldmann 1964: 13)

<sup>4</sup> »Zato je prvo vprašanje, s katerim bi se morala soočiti sociologija romana, vprašanje razmerja med samo romaneskno formo in strukturo družbenega okolja, v katerem se je ta razvila. Gre torej za povezavo med romanom kot literarnim žanrom in moderno individualistično družbo.« (Goldmann 1964: 19)

ralne kapitalistične družbe.<sup>5</sup> Tako se po Goldmannu meščanska družba, katere produkt je tudi potrošništvo, zlije z romanom kot literarno formo. Roman po Goldmannu potemtakem predstavlja identifikacijo sociološkega in literarnega, kar ga postavlja v vlogo eminentnega predmeta raziskav literarne sociologije oziroma ga *in extremis* dela kar za literarno sociologijo samo.

V romanu se tako giblje množica ljudi, ki težijo k menjalni in tržni vrednosti stvari in konceptov, v tej množici pa tava ali bega nekaj posameznikov, ki ostajajo zvesti uporabni, pristni vrednosti stvari. Ti posamezniki so ustvarjalci vseh vrst (ne nujno umetniki, pač pa vsakršni ustvarjalni posamezniki z nekonvencionalnimi pogledi na svet), ki so s tem odrinjeni na rob družbe in z vidika prevladujoče potrošniške družbe postavljeni v vlogo problematičnih posameznikov.

Tu pa Goldmannova analiza dobi dodatno gledišče, ki zadeva tudi vrednotenje samih umetnin. Tudi ustvarjalnost problematičnega posameznika namreč z reifikacijo in kvantifikacijo njegovega intelektualnega dela pridobi menjalno, torej tržno vrednost, s čimer njegovo delo samodejno izgubi nekaj benjaminovske avre in se deloma tudi sama degradira, postane del degradirane meščanske potrošniške družbe. Brž ko se namreč ustvarjalnost, ki se manifestira v obliki intelektualnega dela, eksteriorizira in postane umetniški objekt (npr. knjiga ali slika), se s tem ovrednoti in postane intelektualna lastnina, ki ji lahko določimo ceno, kar je z vidika pristne uporabne vrednosti umetnine kot manifestacije koncepta degradirano, tj. razvrednoteno v smislu uporabne vrednosti, a ovrednoteno z vidika menjalne vrednosti:

Na zavestni in vidni ravni je ekonomski svet sestavljen iz ljudi, ki so usmerjeni izključno v menjalno vrednost – torej v vrednost, ki je razvrednotena. Tem se pri produkciji pridružujejo posamezniki – ustvarjalci na različnih področjih –, ki so še zmerom usmerjeni predvsem k uporabni vrednosti. Prav zato se ti ustvarjalci znajdejo na robu družbe in postanejo problematični posamezniki. Seveda pa niti oni, če le ne sprejmejo romantične iluzije (po Girardu laži) popolne ločitve med bistvom in videzom, med notranjim in družbenim življenjem, ne morejo prezreti degradacije, ki jo doživlja njihova ustvarjalna dejavnost v tržni družbi, brž ko njihovo delo dobi zunanjo pojavnost – ko postane knjiga, slika, nauk, glasbena kompozicija ipd. – in si s tem pridobi določen prestiž in obenem tudi določeno ceno. (Goldmann 1964: 21)

---

<sup>5</sup> »Romanesknna forma se pravzaprav zdi literarna transpozicija vsakdanjega življenja v individualistični družbi, ki je nastala iz produkcije za trg.« (Goldmann 1964: 20)

Tako se problematični posameznik izkaže za glasnika vsega tistega, kar je v meščanski družbi, ki jo prežema prevlada tržne vrednosti, trgovine in potrošništva, narobe z vidika primarne, pristne, izvirne, tj. uporabne vrednosti stvari in konceptov, predvsem pa tudi umetnosti in ustvarjalnosti nasploh. Problematični posameznik je tako na koncu tisti, ki pooseblja bodisi pozitiven bodisi negativen odnos do meščanske družbe, ki ga obdaja. Kajti roman je nastal v času, ko se je meščanska družba kot tržna družba formirala, in se je v njej tudi razvijal, kot takšen pa ne pozna nobene druge družbe, kot je prav meščanska potrošniška družba.<sup>6</sup> Tako Goldmann romaneskno in meščansko strukturo pravzaprav enači in govori celo o oni sami strukturi, ki se manifestira na dveh ravneh (Goldmann 1964: 22).

V razvrednotenosti in obenem ovrednotenosti literarnega dela in ustvarjalnosti nasploh Goldmann vidi potrditev Marxove teze o reifikaciji, ki izhaja iz opredmetenja delavčevega dela in iz njegovega prenosa na tržno raven, torej iz komodifikacije vsakršnega produkta, vse od materialnega blaga do intelektualnega dela, ki se kvantificira in ovrednoti kot intelektualna lastnina, torej kot materialna avtorska pravica. Reifikacija namreč po Marxu vpelje popolno komodifikacijo družbe, saj kvantifikacija vseh človeških dejavnosti postopno izniči uporabno, torej izvirno in primarno vrednost. V družbi, ki teži zgolj k produkciji za trg in v kateri torej povsem prevladuje ekonomska dejavnost, tako po Marxu kolektivna zavest povsem izgubi resničnost in postane le še odsev ekonomskega življenja, dokler ne izgine (Goldmann 1964: 25).

Za natančno analizo razvoja takšne družbe in literarne produkcije v njej pa moramo pojasniti še pojem menjalne vrednosti, s katero pravzaprav merimo na tržno vrednost. Pri prehodu iz družbe uporabe v tržno družbo namreč začne posredujoča vrednost prevladovati nad posredovano vrednostjo. Pri tem ne gre za to, da bi menjava pred potrošniško družbo ne obstajala, pač pa za to, da postane sam akt menjave v tej družbi dominanten. Ne gre več za to, da bi se blago menjavalo za drugo blago, torej ena uporabna vrednost za drugo, ena izvirna uporabnost za drugo, pač pa za to, da sama tržnost kot komponenta menjave postane primarni akt. Produkcija se s tem usmeri na trg z namenom

<sup>6</sup> Tej tezi bi načeloma lahko oporekali, s tem da bi nasproti zahodnega meščanskega romana postavili roman, ki je nastajal v socializmu, vendar se pri tem postavlja vprašanje, ali je socialistični roman sploh še roman, torej ali zadošča njegovim temeljnim gabaritom, ki so v osnovi meščanski in jih določa prav meščanska tržna družba.

doseganja dobička, ki bo omogočil produkcijo novih artiklov za trg, njihovo trženje pa bo postalo samo sebi namen.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> »Na podlagi ekonomskega obnašanja in prevlade menjalne vrednosti se kategorija posredovanja pojavi kot temeljna in vse bolj razvita oblika mišljenja, ki vključuje implicitno težnjo, da nekdanjo miselnost nadomesti s popolno lažno zavestjo, v kateri bo posredniška vrednost postala absolutna, medtem ko bo posredovana vrednost popolnoma izginila, kar pomeni, da se pojavlja težnja, da bi dostop do vseh vrednot dojemali zgolj skozi posredovanje, pri čemer se denar in družbeni prestiž povzdigneta v absolutno vrednost samo na sebi, namesto da bi ostala zgolj posrednika pri dostopanju do drugih, kvalitativnih vrednosti.« (Goldmann 1964: 26)

---

# Predpotrošniška družba prve polovice 19. stoletja

## Stanje francoske družbe in literature v prvi polovici 19. stoletja

**F**ernand Braudel razcvet kapitalizma pogojuje z njegovo identifikacijo z državo. Šele ko se država poenoti s samim ekonomskim sistemom, ki jo obvladuje, so podani pogoji za njegov nemoten razmah. V Franciji se buržoazija institucionalizira in ustoliči v vzvodih oblasti in državne uprave v času julijske monarhije (1830–1848), ko vlada kralj Ludvik Filip, dedič orleanske veje kraljevine. V Angliji so ti pogoji izpolnjeni že z revolucijo iz leta 1688, pri čemer britanski trg v 18. stoletju razmeroma učinkovito deluje s pomočjo posrednikov in trgovcev, ki krojijo industrijski napredek in razvoj moderne trgovine. Na Nizozemskem pa se prehod v meščansko družbo v resnici zgodi že pol stoletja prej, in sicer z ustanovitvijo Britanske vzhodnoindijske družbe (Braudel 2010: 51). Razvoj trgovine in s tem množične potrošnje je v procesu identifikacije kapitalizma z državo pogojen z obstojem močnih središč, kot sta v 18. stoletju London in v 19. stoletju Pariz, pred njima pa srednjeveške in renesančne mestne državice, kot so Benetke, Genova in Firenze. Rim zaradi razdrobljenosti italijanskih držav te centralne vloge nima, zato se potrošniška družba v Italiji zares razmahne šele po risorgimentu. Ob tem Braudel pripominja, da je poudarjanje ključne vloge kapitalizma pri formiranju modernega sveta pri nekaterih sociologih, predvsem pri Webbru, pretirano, saj so njegovi mehanizmi pri delu že v času srednjeveških in zgodnjenovoveških mestnih držav, ki jih metropole zrele industrijske dobe le posnemajo.<sup>8</sup> Braudel s tem sicer kapitalizmu odreče

---

<sup>8</sup> »Severne dežele so zgolj prevzele mesto, ki so ga pred njimi dolgo in imenitno zasedala stara kapitalistična središča v Sredozemlju. Nič niso izumile na novo, ne tehnike ne vodenja poslov. Amsterdam se je zgledoval po Benetkah, kakor se je pozneje London zgledoval po Amsterdamu in New York po Londonu. Vsakokrat je šlo za

glavno vlogo pri formiranju moderne družbe, kar pa ne pomeni, da lahko enako trdimo o potrošniški družbi. Četudi sta namreč razmah in etabliranje potrošniške družbe neločljivo povezana z razvojem kapitalizma kot družbenega sistema in velike trgovine kot njegovega osnovnega orodja, kakor njeno vlogo razume Braudel, so vzgibi in mehanizmi potrošniške družbe obsežnejši in daljnosežnejši od samega kapitalizma.

Kapitalizem kot družbenoekonomski sistem sicer potrošništvo omogoča, vendar je prav potrošništvo neposredno povezano s posameznikom in igra ključno vlogo pri zagotavljanju njegove sreče, kakršno v odnosu do potrošništva opredeli Baudrillard (1970: 27 isl.). Potrošništvo je tisto, ki v poznem 20. stoletju, ko kapitalizem s pojavom socializma, socialne države ter levičarskih in drugih progresističnih gibanj izgubi zagon, prevzame zagotavljanje temeljnih liberalnih vrednot: te dajejo liberalen videz celo nedemokratičnim družbam, saj je potrošništvo lahko značilno tudi za nekapitalistične in totalitarne družbe, kot so socialistična Jugoslavija v določenem obdobju ali Kitajska in Rusija 21. stoletja. Tako lahko govorimo o družbi, ki jo potrošništvo določa kot temeljna dejavnost – o potrošniški družbi. S tem se potrošniška družba znotraj liberalnih vrednot umesti višje od samega kapitalizma, saj je na videz sposobna zagotavljati tako ekonomske (tj. strogo kapitalistične) kot politične liberalne vrednote (tj. svoboščine, ki so sicer plod meščanske revolucije, a so jih kasneje prevzela tudi levičarska gibanja), se pravi, posameznikovo podjetniško pobudo, komodifikacijo dobrin in materialno izpolnitev posameznikovih želja skozi blaginjo na eni strani in osebne svoboščine na drugi.

Francosko literaturo v času julijske monarhije (in tudi še v obdobju drugega cesarstva) prežemata tokova romantike in realizma, ki potrošniške družbe kot družbe blaginje, ki zagotavlja posameznikovo »srečo«, še ne zaznavata v polnem razmahu, se je pa vsak po svoje dotikata. Romantična šola se komodifikaciji in pospešeni prevladi menjalne vrednosti nad uporabno, ki ju pri naša meščanska družba, kakršna se je ustoličila s francosko revolucijo, z vsemi sredstvi upira. Vulgarnemu, surovemu, brutalnemu buržoaznemu dojemanju sveta kljubuje romantični pogled na svet, ki ga zaznamujejo ideali ljubezni, fantastike in mistike. Romantični ideali, izhajajoči iz idealiziranega krščanstva

---

preselitev težišča svetovnega gospodarstva, in sicer zaradi *gospodarskih* razlogov, ki niso bili v zvezi s pravo ali s skrito naravo kapitalizma.« (Braudel 2010: 52–53)

in panteizma, kakršnega sta v Nemčiji razvila Novalis in Hölderlin, nasprotujejo racionalni in sprva še povsem utilitaristični, kasneje pa že bolj sofisticirani potrošniški viziji sveta, kakršno prinaša meščanski družbeni red, ki je zrasel iz vrednot razsvetljenstva in ki na začetku 19. stoletja poveljuje zgolj denar in njegove različne uporabe v polju menjave.

Tako se Charles Nodier v delih, kot sta *La Fée aux miettes* (Vila z drobtinami, 1832) in *Smarra* (1821), posveča pravljčni tematiki, medtem ko se Gérard de Nerval v delu *Les Filles du feu* (Hčere ognja) iz leta 1854 ukvarja s popolno in noro ljubeznijo, ki jo križa z motivom dvojnika in močno dozo mistike. Théophile Gautier je kot *chef de file* romantične šole v celoti predan fantastični literaturi in fascinaciji z nemško romantiko, pomešano z izkušnjami hašiša in magije, kot se kažejo v pripovedkah *Le Club des bachichins* (Klub hašišarjev, 1846), *Arria Marcella* (1852) in *Jettatura* (Urok, 1857). Vse te avtorje povezuje močan odpor do filistrskega načina življenja, ki pooseblja meščansko banalnost in prozaičnost. Resnično, poetično življenje poteka drugje (*la vraie vie est ailleurs*) in se napaja iz Drugega (*l'Autre*), s katerim se navdihuje na potovanjih in v sanjah, ki romantikom veljajo za vzporedno življenje in so nemalokrat prave iniciacije.<sup>9</sup> Medtem ko romantiki življenje iščejo drugje in jih obseda drugo, minulo, biva meščanski filister tukaj in zdaj in ga obseda denar, zato zanj in za njegovo družbo denarja romantiki najdejo kvečjemu romantično ironijo. Želja kot prvobiten in pristen človeški nagon torej še zdaleč ni podvržena komodifikaciji. To se zgodi šele pri realistikih, in sicer najprej pri Balzacu, še bolj pa pri Flaubertu, ki v *Vzgoji srca* vzpostavi model komodificirane družbe, skozi katero se Frédéric Moreau giblje kot prvi antijunak.<sup>10</sup> Tako se ponuja misel, da so avtorji romantične šole že problematični posamezniki,

<sup>9</sup> Pomislimo le na Nervalovi deli *Aurélia* (1855) in *La Pandora* (1854).

<sup>10</sup> Lahko bi rekli, da Frédéric Moreau napoveduje postopno razgradnjo tradicionalnega posameznika, kot ga pooseblja literarni junak, izginotje, ki se dopolni v modernističnem romanu z začetka 20. stoletja. V to smer se nagiba tudi Goldmann: »Zdi se nam, da ta hipotetična shema med drugim potrjuje, da [...] je individualizem izginil zaradi preobrazbe gospodarskega življenja in nadomestitve gospodarstva svobodne konkurence z gospodarstvom kartelov in monopolov (gre za preobrazbo, ki se začne ob koncu 19. stoletja, a za katero večina ekonomistov postavlja kvalitativno prelomnico v leta 1900–1910), pri čemer smo priča vzporedni preobrazbi romaneskne forme, ki s seboj pripelje postopno razgradnjo in izginotje individualnega lika, junaka[.]« (Goldmann 1964: 28)

ki ne delujejo sinhrono z družbo, pač pa je njihovo razmišljanje diahrono narave, pri čemer na prevladujoči družbeni red gledajo s skepsa ali vsaj z ironijo (Goldmann 1964: 17). Gre torej za posameznike, zavezano kvalitativnim vrednotam (ki jih na neki način tudi na ravni čustev še vedno določa uporabna vrednost, torej pristen, še nekvantificiran objekt želje), četudi se ne morejo več v celoti izmakniti zakonom trga, ki jih narekuje sodobna reificirana meščanska družba. S tem je tudi njihova ustvarjalnost postopoma reificirana v obliki intelektualne lastnine, ki ustvarjalnost kvantificira kot nesnoven produkt (Goldmann 1964: 26).

Po drugi strani imamo v francoski romantiki opravka tudi z literati, ki so manj nagnjeni k fantastiki, a se vseeno posvečajo idealom preteklosti, saj jih privlači vprašanje nacionalnega v literaturi, ki se je tedaj odprlo z objavo t. i. Ossianovih spevov. Ti so s svojo izrazito nacionalno noto, ki je iz zgodovine potegnila elemente narodne tradicije, močno vplivali na formiranje nacionalne zavesti v 19. stoletju. Podobno je na primer delo *Corinne ou l'Italie* (Corinne ali Italija, 1807), v katerem Madame de Staël z zgodbo pesnice Corinne opiše potovanje po Italiji, pri čemer prikaže značilnosti posameznih regij in njihove umetnosti, močno vplivalo na formiranje narodne zavesti Italijanov, ki so takrat živeli v manjših državah, razpršenih po polotoku. Podobno, četudi antropološko in geografsko manj obarvano, je učinkovalo avtoričino delo *O Nemčiji* (1813), ki pretresa zgodovino nemške filozofije in misli. Z nacionalnim značajem in posameznikovo moralno držo v okviru dolžnosti, ki jih nalaga država, se je ukvarjal tudi Alfred de Vigny, ki se je v zbirki novel *Servitude et grandeur militaires* (Sužnost in veličina vojaške službe, 1833) in v drami *Chatterton* (1835) soočil s temeljnim romantičnim vprašanjem, z umetnikovo vlogo v meščanski družbi, v kateri mu ostane le še upanje na posmrtno slavo, ki v romantični zavesti spodbuja poveličevanje smrti, perverzних praks in celo satanizma.<sup>11</sup>

V delih tistih romantikov, ki jih navdihujeta predvsem nacionalna tradicija in vprašanje umetnosti, sicer ni težnje po življenju »drugje«, lahko pa v njih zaznamo odpor do buržoazne družbe, saj je ključna romantična antinomija zajeta prav v razkolu med ideali in dejanskostjo, ki časti denar in vse, kar je izmerljivo. Ta antinomija se recipročno kaže v marginalnem položaju pesnikov

---

<sup>11</sup> Enega najpomembnejših prispevkov k osvetlitvi romantične sprevrženosti in nagnjenja k morbidni, sadistični lepoti, ki je naposled pri Baudelairu in D'Annunziju vodila v dekadenco in esteticizem, je podal Mario Praz (1930).

v meščanski družbi sami, pri čemer je rešitev pogosto samomor. Chatterton pri tem ubesedi romantično paradigmo na družbeni in čustveni ravni, saj se mladi pesnik pred smrtjo znajde v primežu dolgov in se sooči z obtožbo o plagiatorstvu, s čimer ga meščanska družba obsodi na dveh ključnih ravneh, ki bosta odigrali temeljno vlogo pri formiranju moderne potrošniške družbe: na finančni in avtorskopравни.

Romantična literatura goji razkol med meščanskim redom, utemeljenim v moralnih obvezah buržoaznega življenjskega sloga, ter fantastiko, kakršno častita na primer Nerval in Nodier, ki opevata *l'altérité* in z ideali oddaljenih eksotičnih dežel bežita pred banalnostjo racionalistične Evrope, in idealizirano preteklostjo, kamor se zateka Madame de Staël. V tem priseganju na vrednote drugega in izvirnega (nacionalnega) se sicer romantični ideali ujemajo z univerzalističnimi in svobodnjaškimi ideali francoske revolucije, torej z njenim političnim liberalizmom, ne pa tudi z njenim ekonomskim liberalizmom, ki utemeljuje meščansko družbo in s tem potrošništvo. Tako se Victor Hugo kot predstavnik tiste veje romantike, ki jo v prozi že močno zaznamuje za poznejši realizem značilen linearni in veristični način pripovedi, sicer sooči s potrošništvom, ko opisuje utrip Pariza v določenih pasusih *Nesrečnikov* (1862), na primer v opisu nedeljskega popoldneva, ki ga Fantine in njene prijateljice preživijo z mladeniči, preden jih ti zapustijo. Vendar Hugo to vzdušje opisuje kot vaški praznik brez nevrose, značilne za realizem, torej daleč od balzacovske ambicije in hlepenja po denarju in užitkih, ki so zajeli realizem še pred izidom Hugojevega romana. V *Nesrečnikih* prevladuje romantično-pravljичni pogled na družbo, ki prikazuje nepravilnost državnih struktur do nebogljene posameznika in začinjeno z moralnim angažmajem protagonistov, ki jim ekonomska razmerja pomenijo predvsem neenakost in družbene krivice, ki jih moderna kapitalistična družba le še pogloblja, namesto da bi s prodajo svojih produkcijskih presežkov ljudem lajšala dostop do sreče, kakor se je v literaturi zgodilo dve desetletji pozneje, na primer v Zolajevem romanu *Au Bonheur des Dames*, v resničnem družbenem življenju pa se je z vzponom veleblagovnic nekaj podobnega dogajalo prav v času, ko je Hugo pisal svoj veliki roman (*Le Bon Marché* se odpre leta 1852). Vzpon Jeana Valjeana v vlogi gospoda Madeleina in z njim mesteca Montreuil-sur-Mer je v *Nesrečnikih* sicer povezan z industrijsko inovacijo na področju vulkaniziranja, vendar njegova ekonomija ostaja lokalna, v okviru enega samega kraja in s tem še vedno na ravni nekakšnega primarnega menjalnega gospodarstva

Braudelovega tipa A.<sup>12</sup> Poanta Valjeanovega družbenega uspeha je tako predvsem v tem, da lahko posameznik s svojimi zdravimi ambicijami pripomore k vzpostavitvi družbene enakosti in ne k poglobljanju neenakosti na podlagi optimizma, ki ga žene neomejena rast produkcije in potrošnje, podžgana z zolajevsko vero v napredek. Ekonomska razmerja so pri Hugoju sicer že v marsikaterem pogledu kapitalistična (četudi ponekod še povsem poznofevdalna in s tem na ravni blagovne menjave, kakršna je vladala v vaseh francoske province, kot je južnoalpski Digne), saj je buržoazna družba v času prvega cesarstva in julijske monarhije že prevladovala, ni pa še bila potrošniška.

## Vzpostavitev literarnega polja znotraj polja moči v Franciji julijske monarhije

Bourdieu v knjigi *Les règles de l'art* opiše genezo in nastanek literarnega polja (*le champ littéraire*) kot relativno avtonomnega družbenega prostora, ki se v 19. stoletju začne pojavljati ne le v literaturi, temveč tudi v drugih umetnostih in v medijih. Izraz *polje* Bourdieu prevzame iz fizike, da bi zajel sile in napetosti, ki se sproščajo v določenem kulturno bolj ali manj homogenem prostoru. Tako opredeljeno polje določa avtonomno funkcioniranje znotraj samostojnega sistema z neodvisnimi strukturami in podstrukturami. Polja so značilna za moderne družbe, v katerih vstopajo v medsebojna razmerja, ki so večinoma hierarhična in antagonistična. Bourdieu je z uvedbo pojma polja boj, ki je v marksistično usmerjenih sociologijah potekal predvsem na ravni družbenih razredov, prenesel v sfero, ki je bila kompleksnejša in ni temeljila na piramidalni stratifikaciji družbe, kakršno ponuja klasična sociologija.

Literarno polje, kot se je v Franciji oblikovalo v obdobju julijske monarhije, Bourdieu vpelje ob obravnavi Flaubertove *Vzgoje srca*, romana, postavljenega v čas od revolucije iz leta 1848 do državnega udara iz leta 1851. Protagonist Frédéric Moreau je vpet (in razpet) med dve sicer v času dogajanja še ne povsem razločeni, pa vendarle dovolj jasno definirani strukturi, da je mogoče eno od njiju obravnavati kot polje moči (*le champ du pouvoir*), drugo pa kot

---

<sup>12</sup> Tega določa lokalni (v širšem smislu tudi nacionalni) značaj, saj se primarna menjava dogaja na mestnem trgu in poteka brez posrednika. V gospodarstvu tipa A je potemtakem razmerje med proizvajalcem in kupcem, torej potrošnikom, še neposredno.

polje literature (*le champ littéraire*). Bourdieu pokaže, kako ta razmeroma jasno začrtani ideološki okvir, ki ga določa kapitalistični družbeni red s svojimi podstrukturami, vstopa v Flaubertov roman in definira ne le družbena razmerja v njem, temveč tudi psihološke in estetske silnice, ki ga strukturirajo. Bourdieu opazi, da Flaubert Moreauja postavi v sfero vpliva obeh polj, in razmišlja o »newtonovski« gravitaciji posameznih polj,<sup>13</sup> o prostoru, »v katerem potekajo družbene sile privlačnosti in odbojnosti«, pri čemer »Flaubert vzpostavlja pogoje nekakšnega sociološkega eksperimentiranja: pet adolescentov [...] bo vrženih v ta prostor kot delci v polje silnic, njihove poti pa bodo določene z odnosom med silnicami polja in njihovo lastno vztrajnostjo« (Bourdieu 1992: 31). V polju tako delujejo agenti (*agents*), ki bi jih lahko prej kot za posrednike označili za akterje – like v primeru romana –, ki se gibljejo v polju in vplivajo na razmerja v njem. Literarno polje tako ni le literarno okolje ali milje, se pravi, ni le skupek ljudi, ki se ukvarjajo s knjižno dejavnostjo in imajo pri tem skupne interese, pač pa dinamična tvorba s svojimi zakonitostmi in avtonomijo, torej tudi s svojo strukturo, ki je v nenehnem razmerju s poljem moči.

Literarno polje, kot se vzpostavi v prvi polovici 19. stoletja, je namreč umeščeno v širše polje moči, s katerim je sicer v stalni interakciji, a mu je podrejeno, saj se njegovi akterji – pisatelji, pesniki, umetniki – skušajo približati akterjem polja moči – politikom, funkcionarjem, državnim uradnikom, bančnikom in finančnikom, skratka, odločevalcem v julijski monarhiji –, da bi jih bodisi na finančni bodisi na simbolni ravni pritegnili k svojim projektom. Na meji med poljema pa delujejo nekakšni posredniki, ki so t. i. kulturni delavci (*producteurs culturels*) – založniki, galeristi, knjigarji –, ki literatom in umetnikom omogočajo dostop do lastnikov kapitala. Tako na primer v salonih, v katerih se srečujejo pisatelji, založniki in predstavniki kapitala, prihaja do stikov med literarnim poljem in poljem moči.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Tu Bourdieu vzpostavi vzporednico tudi s pojmom *milieu*, ki se prvič pojavi v Balzacovem uvodu v *Človeško komedijo*, kasneje pa preko Lamarckove biologije pri Augustu Comtu prevzame temeljno vlogo pozitivističnega determinizma, ki je z literarnim determinizmom Hippolyta Taina odigral formativno vlogo pri nastajanju Zolajevega opusa (Bourdieu 1992: 30).

<sup>14</sup> Literarni saloni so sicer v 19. stoletju svojo odločilno vlogo že odigrali, saj je bila njihova zlata doba v času *grand siècle*, torej v 17. stoletju, ko se s pojavom salona marquize de Rambouillet v letu 1620 (vanj so zahajali La Rochefoucauld, Vincent Voiture, Madame de Sévigné in Richelieu) začne doba buržoaznega vzpona, ki je botroval tudi

Na tej podlagi Bourdieu razvije *la science des œuvres culturelles*, znanost kulturnih del, s katero osvetli polje širše kulturne produkcije in za katero je potrebna analiza na treh ravneh: najprej »analiza položaja literarnega polja znotraj polja moči«, nato »analiza notranje strukture literarnega polja, okolja, ki se ravna po lastnih zakonitostih delovanja in transformacijah, torej strukture stvarnih razmerij med položaji, ki jih zasedajo posamezniki ali skupine v tekmi za legitimnost«, in nazadnje »analiza geneze habitusov tistih, ki te položaje zasedajo« (Bourdieu 1992: 351). Gre torej za celostno analizo makro sistema (polja moči), v katerem avtonomno deluje mikro podsistem (literarno polje), in njunih struktur, znotraj katerih nastopajo položaji (konvergenčne točke), ki jih zasedajo posamezniki ali skupine, podvrženi navadam, ki jih uvrščajo v določeno simbolno kategorijo znotraj samega polja, ki jo Bourdieu zajame s pojmom habitusa.<sup>15</sup>

V literarnem polju se v prvi polovici 19. stoletja v odnosu do kapitala vzpostavijo v grobem trije tipi umetnosti, ki tekmujejo med seboj ter zavzemajo različne estetske in etične drže (Bourdieu 1992: 97). Buržoazija, ki ima v rokah večino kapitala, predstavlja osišče, do katerega se opredeljujejo vsi trije tipi umetnosti in skozi katerega se gibljejo njihovi agenti v okviru polja moči.

Prvi tip umetnosti predstavlja *la bohème*, ki jo Bourdieu enači tudi z realizmom v širšem pomenu besede in zlasti s Flaubertom in Baudelaïrom, Balzacom, bratoma Goncourt in Gautierjem. Ta tok se establišmentu julijske monarhije, ki

---

vzponu meščanske kulture in naposled avtonomnega umetnostnega polja, kot ga je definiral Bourdieu. Saloni so zrasi iz uporniške skupine dvorjanov, ki so z gibanjem *la Fronde* zanetili buržoazno nepokorščino, ki je izhajala s samega dvora in se je zatem s pomočjo salonov kot nekakšnih meščanskih medijev razširila po pariškem okrožju Faubourg St. Germain, ki je bilo domovanje aristokracije in z dvorom povezanega visokega meščanstva. Frondizem je kasneje postal simbol upora znotraj samega sistema, proti kateremu je naperjen. Vrlina, ki jo je izpostavljala salonska elita, je bila *bonnêteté*, poštenost kot nasprotje dvorne korupcije in razvrata. Šlo je za premišljeno vzvišenost in eleganco, ki je temeljila na renesančnem konceptu *sprezzature*, kakor ga je leta 1528 razvil Baldassarre Castiglione v knjigi o italijanski dvorni kulturi *Il libro del Cortegiano* (Knjiga o dvorjanu).

<sup>15</sup> Habitus, skupek bivanjsko-estetskih navad, ki določajo družbeni status posameznika, kot enega osrednjih pojmov svoje sociologije Bourdieu razvije in podrobno analizira v knjigi *La distinction*, svojem temeljnem delu iz leta 1979.

temelji na racionalističnih vrednotah 17. stoletja ter se opira na mešanico aristokratskih privilegijev in meščanskih navad, upira z vsemi sredstvi. Establišment je prisiljen boemski tip umetnosti sicer zaznavati, a ga negira bodisi sodno, kot na primer v procesih proti *Rožam zla* in *Gospe Bovary*, bodisi simbolno, kot na primer v Baudelairovem poskusu zavzetja položaja v Francoski akademiji.<sup>16</sup> Ta tip umetnosti Bourdieu imenuje tudi »socialni tip«, saj zavzema izrazito antiburžoazno držo tudi z vidika načina življenja: »Stil boemskega življenja se je izgradil tako v nasprotju z urejeno eksistenco uradnih slikarjev in kiparjev kot v nasprotju z rutinami buržoaznega življenja,« piše Bourdieu (1992: 98). Boemsko življenje, kakršno živita na primer Baudelaire in Gautier, je inovacija v hierarhiji vrednot, značilni za 18. stoletje: »Z naraščanjem mladega prebivalstva, ki teži k življenju od umetnosti in ki je po načinu življenja, ki ga ustvarja, ločeno od vseh drugih družbenih kategorij, nastaja pravicata družba znotraj družbe[.]« (Bourdieu 1992: 98) Boemski tip umetnosti, ki združuje vse od Gautierjeve pozne romantike do balzacovske fantastične povesti in naposled Flaubertovega realizma, tako predstavlja opozicijo buržoazni in etablirani umetnosti ne le po svojem nagnjenju k fantastiki in k idealiziranemu življenju nekje »drugje«, temveč predvsem po svojem dejanskem odnosu do življenja in dojemanju meščanskih vrednot, začeni z denarjem in potrošništvom: boem si želi od umetnosti živeti, ne da bi bil kapitalu podrejen, saj je njegov modus operandi prav kritika kapitala.

Drugi tip umetnosti je v čistem nasprotju z boemskim ali realističnim, saj gre za »buržoazni« ali komercialni tip, ki ga zastopajo predvsem pisci za gledališče, v katerem kot žanr prevladuje vodvil, delno pa tudi pisci romanov, ki izhajajo v feljtonih velikih časopisov. Gledališče je v 19. stoletju tržno daleč najuspešnejša panoga, množično ga obiskuje meščanstvo, ki ga tudi finančno podpira, saj mu ponuja zabavo, buržoaznega konformizma in moči kapitala pa ne napada usodno. Ta tip umetnosti sodi v polje kulturne produkcije, ki ga Bourdieu imenuje podpolje velike produkcije (*sous-champ de grande production*), vanj pa uvršča bulvarsko gledališče, vodvil, feljton in žurnalizem. Sem se do neke mere kot literarni žanr uvršča tudi roman, ki kljub svoji literarni posvečenosti sega onkraj ožjega literarnega polja in s svojo tematiko predvsem po zaslugi časopisja dosega širše občinstvo: »Kar pa zadeva roman, ki zaseda

<sup>16</sup> Za vpliv salonov kot centrov moči v sodnih postopkih proti Baudelairu in Flaubertu gl. Bourdieu 1992: 92.

položaj med obema poloma literarnega prostora, je z vidika simbolnega statusa še najbolj razpršen: ostaja namreč povezan s podobo potrošniške literature, ki je preko feljtona povezana z novičarstvom.« (Bourdieu 1992: 194) Komercialna plat romana je vrhunec doživela v osemdesetih letih, ko so naklade Zola-jevih romanov presegale številko sto tisoč, »s pomočjo mondenega romana pa mu je uspela tudi buržoazna posvetitev, ki je bila dotlej namenjena le gledališču« (Bourdieu 1992: 194). Komercialni ali buržoazni tip umetnosti je potemtakem usklajen s kapitalom in zakonitostmi tržišča, njegovi akterji in protagonisti (gledališki pisci in avtorji feljtonističnih romanov, kot so Octave Feuillet, Émile Augier in Paul de Kock) pa živijo od svoje umetnosti, s tem da so kapitalu podrejeni in mu služijo kot vir nedolžne zabave.

Predstavniki »buržoazne umetnosti« so tesno in neposredno povezani s predstavniki oblasti, in sicer tako po izvoru kot po načinu življenja in sistemu vrednot. Ta nagnjenost, ki je samo načelo njihovega uspeha v žanru, ki predpostavlja neposredno komunikacijo, torej etično in politično zavezništvo med avtorjem in bralstvom, jim zagotavlja ne le znatne materialne dobičke, pač pa tudi simbolne dobičke vseh vrst, začeni z buržoaznim posvečenjem v Akademiji. (Bourdieu 1992: 123)

Tretji tip umetnosti, ki se začne pojavljati sredi 19. stoletja, pa je larpurlartizem. Njegovo osnovno načelo je zanikanje vsakršnih razmerij znotraj polja, pa naj gre za servilnost ali kritiko, saj se skuša umestiti zunaj in predvsem onkraj samega polja moči pa tudi polja umetnosti. Larpurlartizem, ki se je konec 19. stoletja razvil v tesnem stiku z esteticizmom in dekadenco, predvsem z Huysmansovim romanom *Proti toku* in zgodnjim D'Annunziem, kot edino vrednoto priznava umetnost samo, zato je njegov kredo zgolj estetski in izvzema vsakršno etiko. Pri tem se med drugim opira na Nietzschejeva načela o estetiki kot edini metafizični utemeljitvi sveta. Larpurlartizem se ostro upira vsakršni instrumentalizaciji umetnosti. S tem se postavlja po robu tako realistični in boemski umetnosti, četudi sta ti z vidika buržoaznih vrednot načeloma neinstrumentalizirani – njuno družbeno poslanstvo je v funkciji kritike buržoazije in kapitala, vendar sta prav s tem tudi del samega sistema –, kot tudi instrumentalizirani buržoazni kulturi, ki jo predstavljata bulvarsko gledališče in feljton.

Bourdieu nam z analizo formiranja literarnega polja pokaže, da se razmerja znotraj polja strukturirajo predvsem v odnosu do denarja. Denar, ki je bil vse do začetka 19. stoletja le utilitaristično menjalno sredstvo z manjšim simbolnim

pomenom, pridobiva z razvojem industrije in bančništva tako abstraktno kot tudi konkretno, politično moč. Obenem se povečuje tudi njegov simbolni pomen, saj dostop do njega hkrati nemalokrat omogoča tudi dostop do državniško-družbenih vrednot, kakršne slavijo odlikovanja, nagrade in priznanja, pa tudi vzpostavitev in vzdrževanje javne podobe ter vpliv na javno mnenje.

Denar postaja z industrijsko ekspanzijo v času julijske monarhije in še bolj pod drugim cesarstvom poleg sredstva, ki omogoča udobje in razkošje, tudi špekulativno orodje, ki bančnikom, kot so družine Talabot, Wendel in Schneider, zagotavlja dobičke na trgih vrednostnih papirjev s pomočjo drznih finančnih špekulacij in umetnega dviga povpraševanja, kakršno je Balzac opisal v krajšem romanu *La Maison Nucingen*. Obenem denar vedno bolj vpliva na razvoj vebelnovske opazne potrošnje, in sicer kot znak posameznikovega bogastva in napoln kot razločevalec slojev na podlagi bourdieujevskega simbolnega kapitala.<sup>17</sup> Na obzorju 19. stoletja se jasno izrisuje to, kar bo Paul Nizan po prvi svetovni vojni opisal kot družbo denarja (*la société de l'argent*), ta pa je seveda odločilno zaznamovala razvoj moderne potrošniške družbe. V družbi denarja namreč ni šlo le za prevlado kapitalističnih ekonomskih razmerij, pač pa za kombinacijo industrijskega in tehnološkega napredka, liberalizma in potrošništva, ki je napovedala nov tip človeka, ki ga Nizan (1932) imenuje *homo economicus*.

V polju moči, ki mu je literarno polje podrejeno, prihaja do »prave strukturalne podrejenosti, ki so ji avtorji podvrženi zelo neenakomerno« (Bourdieu 1992: 88). To podrejenost delno določa t. i. nevidna roka trga, ki uspeh določa z nakladami, prodanimi vstopnicami in doseženimi cenami umetnin. Njen posredni doseg pa se kaže v možnostih, ki se akterjem v polju ponujajo v obliki položajev v medijih in založništvu, na bolj simbolni ravni pa se vzpostavlja preko trajnih zvez literarnih akterjev z akterji s področja financ in oblasti. Na tem posrednem področju igrajo pomembno vlogo saloni: »To niso zgolj kraji, kjer se lahko pisatelji in umetniki srečujejo glede na svoja nagnjenja in spoznavajo vplivneže [...]; zaradi izmenjav, do katerih v njih prihaja, so saloni tudi prava posredovanja med polji[...]« (Bourdieu 1992: 91)

<sup>17</sup> »Vladavina denarja se vzpostavlja povsod, bogastvo novega vladajočega sloja, tj. industrialcev, ki jim transformacije v tehniki in državne podpore ponujajo neslutene dobičke, ki so včasih popolnoma špekulativni, pa se kaže v luksuznih *bôtels particuliers* haussmannovskega Pariza in v blišču vpreg in toalet.« (Bourdieu 1992: 87)

To intenzivno prepletanje med literarnim in političnim svetom v salonih, ki so svojevrsten medij, botruje tudi nastanku medijske krajine, kakršne Francija dotlej še ni poznala. Časopisi v tem času postajajo pomemben posrednik med literarnim poljem in poljem moči, pri čemer so, kot pove že njihovo ime, medij ne le med polji in javnostjo, pač pa tudi med samimi polji in znotraj njih. Časopisi, ki so v času drugega cesarstva podvrženi stalni cenzuri, so pod neposrednim nadzorom politične oblasti, obenem pa pogosto tudi pod nadzorom bank, kar jih postavlja v podrejen položaj do finančnih odločevalcev. Kljub temu – ali pa prav zato – so časopisi močan magnet tako za časnike kot za pisatelje, ki svoja dela objavljajo v zelo priljubljenih feljtonih. Naklade časopisov so vse višje, mediji pa postajajo ne le plen in trobilo politike in gospodarstva, ampak so tudi vse bolj dobičkonosni in s tem finančno privlačni. O nastajanju medijske krajine v Franciji srede 19. stoletja so pisali Balzac v *Izgubljenih iluzijah* in brata Goncourt v romanu *Charles Demailly* (1860). »Po zaslugi časopisov in feljtonov, ki jih vsi objavljajo in ki jih berejo vsi od ljudstva do buržoazije in od uslužbenecv po ministrstvih do dvora [...], je industrializem prodril v samo literaturo, potem ko je preoblikoval tiskane medije[...]« (Bourdieu 1992: 95)

S prepletanjem akterjev med polji in z vzpostavitvijo razmeroma neodvisnega trga kulturnih dobrin, utemeljenega na živahni izmenjavi in rivalstvu med različnimi tipi umetnosti, ki svojo legitimnost dosegajo v odnosu do kapitala in buržoazije, pri čemer jim kot posrednik znotraj polj in javnosti služijo mediji, je literarno polje v prvi polovici 19. stoletja doseglo določeno mero avtonomije. Četudi imajo akterji znotraj literarnega polja občutek, da so to avtonomijo dosegli predvsem z upiranjem buržoaziji in s kritiko hegemonije denarja, ni dvoma, da je tako nasprotnike družbe denarja, kot so realisti in boemi, kakor njene podanike, kot so pisci bulvarskih iger in »komercialni« feljtonisti – ter celo tiste, ki bi radi presegli to dihotomijo, torej larpurlartiste – »osvobodil« prav denar:

Nasprotje med umetnostjo in denarjem, ki se je vzpostavilo kot ena od temeljnih struktur prevladujoče vizije sveta v času, ko je literarno in umetnostno polje utrjevalo svojo avtonomijo, preprečuje akterjem in analitikom [...], da bi uvideli, da je, kot pravi Zola, »denar emancipiral pisatelja in ustvaril moderno literaturo«. Zola namreč opozarja, da je prav denar rešil pisatelja odvisnosti od aristokratskih mecenov in državnih oblasti, ter v nasprotju z zagovorniki romantične vizije umetniškega poslanstva poziva k realističnemu dožemanju možnosti, ki jih denar ponuja pisatelju: »brez obžalovanja ali otročarjenja je treba priznati dostojanstvo, moč in pravičnost denarja, prepustiti se je treba novemu duhu«[...] (Bourdieu 1992: 156)

S tem je družbeno dogajanje prve polovice 19. stoletja, ki je omogočilo vzpostavitev relativne avtonomije literarnega polja, že jasno nakazalo smer, v kateri se bo to polje razvilo v drugi polovici stoletja. Zolajevo navduševanje nad novim duhom, *esprit nouveau*, ki ga prinaša denar, nosi v sebi tako Balzacovo zgodnje zavzemanje za napredek, izume in industrijski razvoj kot tudi mrzlico potrošnje, ki je zajela francosko družbo v drugi polovici stoletja. S tem ko omogoča emancipacijo literarnega polja tako od aristokracije kot od buržoazije denar ni več zgolj vrednost, temveč vedno bolj avtonomna vrednota, ki zagotavlja dostojanstvo in neodvisen vzpon literatov in umetnikov.

S pomočjo denarja začenja literarno polje delovati relativno neodvisno v okviru polja moči: poganja ga kolesje založništva, knjigotrštva, množičnih naklad in gledaliških uspehov, ki ustvarja občinstvo, kakršnega v prejšnjih stoletjih še ni bilo – občinstvo, ki je množično, potrošniško. V drugi polovici 19. stoletja se formira literarno polje, znotraj katerega se prvič v zgodovini sistematično vzpostavi trg kulturnih dobrin, ki je pravzaprav trg intelektualne lastnine. S kvantifikacijo in finančnim ovrednotenjem ustvarjalnosti pride do reifikacije tudi na področju intelektualnega dela in s tem do vzpostavitev samega pojma intelektualne lastnine, kamor sodi tudi avtorska pravica. Tako v tem času nastanejo tudi prve organizacije za kolektivno upravljanje avtorske pravice, med drugim *Société des gens de lettres*, katere soustanovitelj je bil prav Balzac, za avtorsko pravico pa se je zavzemal tudi Alfred de Vigny.<sup>18</sup> Postopno strukturiranje varovanja avtorske in sorodnih pravic je akterjem v literarnem polju omogočilo preživetje z literarnim delom: tantiemi so začeli prihajati tako od feljtonov, torej od časopisnih objav romanov, kot od prodaje knjig na knjižnem trgu,<sup>19</sup> za katerega je bil značilen hiter razvoj knjigarn in knjigotrštva

<sup>18</sup> V delu *De Mademoiselle Sedaine et de la propriété littéraire* (O gospodični Sedaine in o literarni lastnini), podnaslovljenem *Lettre à Messieurs les députés* (Pismo gospodom poslancem), je Vigny leta 1832 v obliki pisma francoskim poslancem sistematično izpostavil problematiko literarne (intelektualne) lastnine, ki je bila z zakonom iz leta 1791 omejena na pet let po avtorjevi smrti, zakon iz leta 1793 pa jo je podaljšal na deset let, kar je bilo še daleč od minimalnih 50 let, ki jih bo leta 1886 določila Bernska konvencija o varstvu literarnih in umetniških del.

<sup>19</sup> Četudi pojem tantiem (v današnjem založniškem žargonu *royalties*) v 19. stoletju še ni bil razširjen, saj je bilo plačilo za avtorjevo delo večinoma v obliki t. i. *flat fee*, torej fiksnega avtorskega honorarja, je bilo plačilo vendarle vezano na višino naklad in je tako posredno izražalo prodajo – in s tem tržno vrednost – avtorjevega dela.

(izrazito tematiziran pri Balzacu), in od gledališča. Trg kulturnih dobrin in intelektualne lastnine je tako »novim družbenim kategorijam omogočil dostop do potrošnje in, obratno, do produkcije« (Bourdieu 1992: 214). To botruje vzpostavitvi širokega trga kulturnih dobrin, ki tudi na tem področju napoveduje družbo množične potrošnje, kakršna se razvije v osemdesetih letih 19. stoletja. Vzpostavlja se t. i. *mass market*, množično tržišče, ki v polni meri napoveduje potrošniško družbo tako kulturnih kot tudi drugih množičnih dobrin.

Zolajev uspeh na knjižnem trgu in množično navdušenje nad literarnim ustvarjanjem naturalizma, ki je imelo tudi rahel »pridih vulgarnosti« (Bourdieu 1992: 215), sta povzročila pravcato družbeno psihozo, ki jo je najbolje povzel modni izraz *névrose*. Nevroza je poosebljala vročičnega in optimističnega duha tistega časa, ki je težil k napredku ter povečevanju proizvodnje in potrošnje, ki je kulminiralo v Zolajevem romanu *Au Bonheur des Dames*. Po drugi strani pa je bila nevroza boleznost nasprotnikov buržoazne vulgarnosti, ki jo je prinašala množična potrošnja in ki je te *névrosés* pahnila v obup pesimizma.

Avtonomija literarnega polja, ki so ji botrovali finančna neodvisnost literatov in sadovi intelektualne lastnine, pa ni omogočila le nastanka trga kulturnih dobrin in kasneje potrošniške družbe. Zola je s svojo množično priljubljenostjo dosegel raven avtoritete, ki dotlej ni bila priznana nobenemu pisatelju ali umetniku. Literarno polje je z vzpostavitvijo avtonomije vpeljalo ne le estetske, temveč tudi etične in politične norme, ki so se uveljavile kot obče, saj so bile neodvisne tako od politike kot od kapitala. Literarno polje je vzpostavilo pravila, ki so se oblikovala neodvisno od polja moči. Vzpostavilo je vrednote, ki so bile univerzalne, družbeno angažirane, usmerjene k enakopravnosti, zato je v javnosti uživalo visoko mero kredibilnosti. Na tej točki je Zolaju s posegom v afero okrog polkovnika Alfreda Dreyfusa – 13. januarja 1898 je v časopisu *L'Aurore* objavil odprto pismo predsedniku Francije v podporo Dreyfusu – uspel obrat, ki je vrednostno lestvico obrnil na glavo. »S tem ko je do kraja izpeljal razvoj literarnega polja v smeri avtonomije, je skušal vrednote neodvisnosti, ki so se vzpostavljale znotraj literarnega polja, uveljaviti še v sami politiki,« komentira Bourdieu (1992: 216). Zola je tako z obsodbo montiranega procesa proti judovskemu polkovniku, ki naj bi vohunil za Nemce, v politično polje vpeljati zakonitosti, ki so se vzpostavila in obveljala znotraj literarnega polja. Neodvisnost tega polja od politike je tako apliciral tudi na sfero same oblasti in od nje v imenu javnosti zahteval integriteto. Literarno polje je v aferi

Dreyfus nastopilo kot porok univerzalnih vrednot, ki jih je sámο vzpostavilo: »Intelektualec se konstituira kot takšen, ko poseže v politično polje *v imenu avtonomije* in specifičnih vrednot polja kulturne produkcije, ki se je povzpelo na visoko stopnjo neodvisnosti v razmerju do oblasti,« pravi Bourdieu (1992: 217) in sklene, da je temelj avtonomne tržne, torej potrošniške družbe – in obenem avtonomne družbe javnosti – vzpostavilo prav literarno polje, ki je botrovalo nastanku intelektualca in njegove kritične držē do oblasti: »Tako je, paradoksalno, avtonomija intelektualnega polja omogočila inavguralno dejanje pisatelja, ki je v imenu vrednot samega literarnega polja posegel na politično polje in se tako konstituiral kot intelektualec.« (Bourdieu 1992: 216)

Zola je neodvisnost, ki jo omogoča denar kot končno zagotovilo potrošništva, pravzaprav enačil z neodvisnostjo, ki jo je zahtevala intelektualčeva drža. Po Zolaju je bila intelektualčeva svoboda obenem svoboda denarja, kajti neodvisni trg je v Zolajevih očeh zagotavljal svobodo in neodvisnost tako od politike kot od kakršnekoli druge oblasti. Vrednote neodvisnega trga pa so seveda vrednote ekonomskega in političnega liberalizma. Z neodvisnim položajem intelektualca in trga je Zola izpričal liberalni kredo, ki ga usmerja nevidna roka trga – literarnega, finančnega in političnega trga –, v odnosu do katerega je prav tako zahteval neodvisnost. Potrošniška družba se tako rodi v realizmu, izpolni pa se v naturalizmu, ki znotraj literarnega polja prizna načela neodvisnosti trga ter ključno vlogo produkcije in povpraševanja, obenem pa to omogoči tudi z estetskega in pripovednega vidika, s tem da v pripovedne postopke vpelje pojem *réel plus que réel*, kar je bila nekakšna realistična *augmented reality*, okrepljena realnost, ki jo Bourdieu (1992: 182–183) pripisuje tako Flaubertu kot tudi Baudelairu.

## *Izgubljene iluzije* na prehodu iz družbe uporabe v družbo menjave

Bourdieu realistično in romantično šolo dojema kot eno samo skupino znotraj literarnega polja, v katerem ju družita boemski način življenja in odpor do meščanske rutine, pri čemer Hugo in Balzac celo pripadata isti generaciji (Hugo je bil rojen leta 1802, Balzac pa 1799). A njuno dojetanje sodobne družbe je vendarle radikalno drugačno. Predstavniki francoske romantične

šole, predvsem Nerval in Nodier pa tudi Hugo, Musset in Lamartine, v družbi prve polovice 19. stoletja še vedno vidijo nadaljevanje družbe 18. stoletja. Vmes je sicer izbruhnila buržoazna revolucija, a so njene vrednote v očeh romantikov osredotočene na politični liberalizem, torej na univerzalnost človekovih pravic in družbeno egalitarnost (v smislu ukinitve aristokratskih privilegijev), medtem ko ekonomskega liberalizma revoluciji ne priznavajo: do tehnike, industrije in svobodnega trga, ki so resnične pridobitve razsvetljenske družbe, na katerih je revolucija nastala, sploh pa do potrošniške družbe, kakršna se je vzpostavila v drugi polovici 19. stoletja, imajo romantiki izrazit odpor. Romantično dojemanje nastajajoče kapitalistične in potrošniške družbe se večinoma kaže kot idealiziran pogled na staro, fevdalno in aristokratsko družbo, v kateri vidijo romantični pesniki zatočišče pred vulgarnim, brutalnim in brezkompromisnim prodorom buržoazne družbe, ki malikuje zgolj denar.

Takšno romantično in idealizirano dojemanje družbe, kot se kaže tudi pri Hugoju, je v izrazitem nasprotju z Balzacovim realističnim navduševanjem nad modernostjo, ki prežema *Človeško komedijo*. Balzac je v letih julijske monarhije v svojih romanih naslikal družbo, ki je – če odmislimo ključne ekonomske in družbene mehanizme, ki jih je izpostavila šele Zolajeva proza – tako moderna, da bi lahko predstavljala družbo zgodnjega 20. stoletja, saj jo žene prav tista želja po napredku in vsesplošnem razvoju človeškega duha, ki je formirala tudi potrošniško stanje duha po prvi svetovni vojni in katere najostrejši kritik je bil Paul Nizan (1932). Balzac je v romanih *Izgubljene iluzije* in *La Maison Nucingen* izpričal tolikšno svetovljanskost in vero v univerzalni napredek, da je primerjava z deli romantikov skoraj nemogoča, saj se zdi, kot bi ta nastala v drugem zgodovinskem obdobju. Ernst Robert Curtius to Balzacovo težnjo pripisuje veri v *société*, v družbo kot fenomen moderne dobe: »Družba se razkrije kot polje gospodarskega eksistenčnega boja. Vsakdo je vanjo vpet, vsakdo velja le toliko, kolikor se v njej lahko prebije. [...] Družba je za pripadnike 19. stoletja resničnejša od boga in narave, ona sama postane resničnost.« (Curtius 1985: 190)

Po Goldmannu se odnos do družbe, kot se kaže v Balzacovih junakih, potrjuje kot velika izjema v razvoju romana kot žanra, ki praviloma nastaja v skladu z razvojem buržoazije, vendar ne predstavlja resnične ali potencialne zavesti tega družbenega razreda v celoti. V romanu kot žanru naj bi se po Goldmannu namreč pojavljal junak, ki je praviloma problematični posameznik, saj ne poseebla meščanske vere v individualnost, pač pa je do nje tako ali drugače

kritičen. Ena od izjem naj bi bili prav Balzacovi junaki, katerih hotenja in prepričanja naj bi se v celoti ujemala s težnjami trenutka in z vlogo individualizma, ki jo je narekoval duh časa.<sup>20</sup>

Curtius vsemogočnost družbe pri Balzacu (in vlogo individualizma v njej) pripisuje tudi temu, da se je kot takšna, se pravi, liberalna in odprta, lahko pojavila in razvila zgolj v Franciji. Kajti v Angliji so razmere še preveč temeljile na izkoriščanju delavskih slojev zaradi razmaha industrijske revolucije, kar je tudi v britanskih delih, ki veljajo za realistična, botrovalo romantičnemu pogledu na sodobno družbeno dogajanje,<sup>21</sup> medtem ko so bile v Nemčiji in Italiji, ki sta bili razbiti na mestne državnice, vse sile usmerjene v nacionalno poenotenje, kar se je v Nemčiji izražalo kot težnja po državnosti, v Italiji pa kot težnja po svobodi in združitvi, ki jo je ponujal risorgimento:

Moderna družba – ta se je v Franciji prvič pojavila kot resničnost in postala vidna. Nemčija, ki je v ekonomskem smislu zaostajala za drugimi evropskimi državami, je bila domovina na številne državnice razbitega naroda in se ni ukvarjala s problemi družbe, pač pa jo je poganjala velika ideja narodnopolitičnega poenotenja. Nemčija se je morala še naučiti, kaj je država in kaj je njen pomen. (Curtius 1985: 191)

To potrjuje dejstvo, ki velja tudi za francoske romantike, ki so opisovali nemški in italijanski nacionalni značaj in s tem pripomogli k sprožitvi vala nacionalizmov v 19. stoletju (Madame de Staël, Nerval), in sicer da so tako italijanska kot nemška dela iz tistega časa praviloma še zmerom temeljila na romantičnem

<sup>20</sup> »Vendar se poraja vprašanje, ali se ob tej literarni obliki niso razvile tudi druge oblike, ki bi ustrezale zavestnim vrednotam in dejanskim težnjam buržoazije. In glede tega si dovoljujemo izpostaviti povsem splošno in hipotetično možnost, da Balzacovo delo [...] predstavlja edini veliki literarni izraz sveta, strukturiranega po zavestnih vrednotah buržoazije: individualizem, hlepenje po moči, denar, erotizem, ki prevladujejo nad starimi fevdalnimi vrednotami altruizma, dobroteljnosti in ljubezni. Sociološko gledano bi se ta hipoteza, če bi se izkazala za pravilno, lahko povezala z dejstvom, da je Balzacovo delo umeščeno prav v čas, ko je individualizem, sam po sebi brez zgodovinskega konteksta, strukturiral zavest buržoazije, ki je gradila novo družbo in se dosegla najvišjo in najintenzivnejšo raven svoje resnične zgodovinske učinkovitosti.« (Goldmann 1964: 30)

<sup>21</sup> Tako je na primer Charles Dickens po pripovedni tehniki in motiviki sicer realist, a svet dojema romantično, v okvirih predpotrošniške družbe, ko ideali pravzaprav še vedno koreninijo v mitizirani preteklosti in fevdalnih razmerjih.

videnju sveta, obenem pa so izkazovala manj republikanskih prvin kot sočasna francoska dela, čemur je nedvomno botrovala francoska meščanska revolucija, ki je postavila temelje razmahu kapitalizma in liberalizma. Če velja, da se je moderna družba najprej razvila v Franciji, je tako tudi zato, ker je bila njena državnost tako v nacionalnem kot v administrativnem smislu tedaj že zastavljena v duhu sodobne države, pri čemer je Franciji menjavanje sistemov v letih po buržoazni revoluciji – v smislu zrelosti družbe in njenega napredka, težnje k republikanskim vrednotam, ki so poganjale kolesje kapitalizma, in s tem sprejemanja inovacij – njeno državnost in razmah ter profesionaliziranost državnega aparata zgolj utrdilo.

Od razglasitve republike, prvega cesarstva, restavracije starega režima z Ludvikom XVIII. in Karlom X., ki ji je po julijski revoluciji sledil prevzem oblasti s strani orléanske veje kraljevine v osebi t. i. meščanskega kralja Ludvika Filipa, do februarске revolucije iz leta 1848 ter vzpostavitve drugega cesarstva po državnem udaru Ludvika Bonaparta in nazadnje dokončni vzpostavitvi republike po francosko-pruski vojni in pariški komuni je Francija kot družba doživela korenito preobrazbo. Zgodovinski prehod od Napoleona k Napoleonu III., ki ga je Marx označil za ponovitev tragedije v obliki farse,<sup>22</sup> je vsekakor zaznamovala družbenopolitična konsolidacija meščanstva. Razvoj buržoazne družbe je bil opazen na področju industrijskega napredka, ki ga menjavanje oblasti ni oviralo ali pa ga je v določenih trenutkih celo odločilno pospeševalo (predvsem v času julijske monarhije, ko se je meščanstvo ugnezdilo v državnem aparatu), na področju bančništva in financ, zatem urbanizma, ko je Napoleon III. v času drugega cesarstva s pomočjo barona Haussmanna krmilil temeljito prenovo srednjeveško zasnovanega Pariza (tako enovite in celostne prenove ni ne tedaj ne kasneje doživelo nobeno evropsko velemesto: od približno 90.000 obstoječih pariških zgradb je bilo v času drugega cesarstva 60.000 porušenih in zgrajenih na novo), in nazadnje na področju samega načina življenja, ki je zajadralo v izrazito moderen, moden in dandyjevski tok, kakršnega je utelešal hitri pri-povedni tempo Balzacovih romanov, ki je kulminiral v findesièlovski nevrozi.

---

<sup>22</sup> »Hegel pripominja nekeje, da se vsa velika svetovnozgodovinska dejstva in osebe pojavljajo tako rekoč dvakrat. Pozabil je pristaviti: prvič kot tragedija, drugič kot farsa. Caussidière namesto Dantona, Louis-Blanc namesto Robespierra, montanja iz let 1848 do 1851 namesto montanje iz let 1793–1795, nečak namesto strica.« (Marx 1967: 452)

Pa vendar je takšna družba tudi v Franciji obstajala le v Parizu, pa še tam v omejenih krogih, ki so se gibali v vsega nekaj četrtih, predvsem na desnem bregu (v prvem in drugem okrožju). Moderna urbana družba je bila skoncentrirana okrog pasaž Choiseul in Panoramas ter trga Gaillon v drugem okrožju, kjer so kasneje nastale velike veleblagovnice, ki jih Zola opisuje v romanu *Au Bonheur des Dames*. V tej geografski zamejenosti je bila ta moderna družba tudi številčno omejena na morda nekaj tisoč posameznikov, ki so se gnetli pri vratih umetniškega, finančnega in političnega sveta, v salonih polj moči in literature, v katere moderno družbo postavlja Balzac. Vendar je kljub svoji zamejenosti in elitizmu prav ta sloj francoske družbe odločilno vplival na vzpon globalne družbe 20. stoletja. To je bila namreč družba zgodnjega potrošništva, s katerim je Balzac povezoval *société*, Baudelaire pa *modernité*: »Gre za živce, inteligenco, vitalnost. To je vročična razdraženost in duhovna omama. Balzac ljubi vse sile in pojavnosti svoje dobe: tehniko, znanost, umetnost in modo.« (Curtius 1985: 193) Balzac pozdravlja razvoj železnic, Daguerrov izum diorame in kasnejši izum dagerotipije, predhodnice fotografije, opeva modo (uporablja izraz *fashionable*), fascinirajo ga borzne špekulacije. V svojih protagonistih utelesi predstavnike prehodnega obdobja, »ki povezujejo čas materialnega gospodarskega reda z intelektualnim časom« (Curtius 1985: 203). Intelekt in industrija sta po Balzacu v času julijske monarhije sovpadla, duh in denar sta se združila. Od tod njegovo zavzemanje za vzpostavitev sistema avtorske pravice. A to zlitje duha in denarja, potrošnje in intelekta, bo opazil tudi Walter Benjamin, ko bo proučeval vlogo pariških pasaž pri konstituiranju moderne družbe.

Po Balzacovem mnenju imajo vsi – državnik, mislec, izumitelj, industrialec – isti cilj: produktivnost. V tem smislu se Balzac tudi v dihotomiji med družbo in naravo odločno zavzame za prednosti družbenega vpliva na posameznika. Produktivnost naj bi bila tista, ki žene sodobno družbo, da se razvija v smeri vedno boljšega, vedno novejšega in tudi vedno pravičnejšega. V tem duhu je Balzac po Curtiusovi sodbi tudi dedič saintsimonizma, saj inteligenco povezuje s produkcijo, česar naj ne bi zmozel niti sistematični Hegel.<sup>23</sup>

<sup>23</sup> »Hegel je sicer zmozel gospodarstvo sodobne meščanske družbe vključiti v stopnjevanje sistema duha, notranjih silnic tega novega gospodarskega sveta pa ni dojel. Umetno jih je shematiziral in miselno mehaniziral. Njihove progresivne težnje je prezrl. Nemški idealizem gospodarstva ni znal dojemati drugače kot sistem zadovoljevanja materialnih potreb, na katere je duh ponosno gledal zviška. To, česar nemški idealizem ni premozel, namreč uvida v industrijsko epoko kot etapo velikega

V tem se kaže Balzacovo radikalno pojmovanje moderne družbe: ne kot družbe, ki ji industrija in delavci služijo kot dekla za zadovoljevanje najnujnejših materialnih potreb in v kateri potrebe gospodarstva igrajo podrejeno vlogo, temveč kot skupnost, v kateri so silnice gospodarstva prevzele vodilno vlogo. Balzac gospodarstva ne reducira na proizvodnjo, pač pa mu pomeni celotno družbo, vključno z industrijo borzništva in financ, ki proizvodnjo zalagajo s kapitalom. Po Balzacu je podjetnik tudi izumitelj, saj s svojim umom in spretnostjo kroji prihodnost proizvodnje; podjetnik je tudi oglaševalec, ki z izgrajevanjem blagovnih znamk postavlja temelje za razvoj sodobnega marketinga, a obenem je podjetnik pisatelj, ki s svojimi stvaritvami celotni družbi nastavlja ogledalo. Vse to so ključni elementi intelektualne lastnine – patent, blagovna znamka, avtorska pravica – in obenem produkti, ki segajo onkraj golega zadovoljevanja potreb, kakor jih je v svojem videnju gospodarstva razumel nemški idealizem, in že posegajo na področje moderne potrošniške družbe, ki izkorišča presežke produkcije, da bi z blaginjo zadovoljila človekovo srečo. Vso to široko paleto inovativnosti, ki je krojila moderno družbo, je Balzac prikazal v *Izgubljenih iluzijah*, v romanu, ki v središče pariškega mondenega in založniškega sveta pošlje provincialnega junaka, da bi na njegovem primeru prikazal prehod iz družbe uporabe v družbo menjave kot pravi družbeni eksperiment.

V *Izgubljenih iluzijah*, ki so pravzaprav sestavljene iz treh romanov, napisanih v letih 1837–1843 in kasneje združenih v enega, se Balzac predvsem v drugem delu, naslovljenem »Velik mož z dežele v Parizu« (»Un grand homme de province à Paris«), posveča poslu knjigotrštva in založništva, ki je neposredno povezan z novinarstvom, saj sta od njega odvisna uspeh in prodaja knjig. Gre za dejavnost, ki – poleg tega, da Balzaca zaposluje kot le redkokatera druga, saj je bil v njej izkušen protagonist<sup>24</sup> – pooseblja razvoj zgodnjega literarnega polja, kakor ga je definiral Bourdieu. Znotraj polja moči, ki je pri Balzacu sicer še v povojih in morda ni tako natančno izrisano, kakor bo tri desetletja kasneje pri Flaubertu (ki v *Vzgoji srca* obravnava leta 1840–1848, medtem ko je dogajanje v *Izgubljenih iluzijah* postavljeno v leto 1821), se že izrisuje podprostor, ki je Bourdieuju polje literature in intelekta (in s tem medijev, ki služijo kot posrednik med obema poljema) ter v katerem se agenti, knjigarji, založniki

---

človekovega projekta obvladovanja sveta [...], to je zmozel saintsimonizem.« (Curtius 1985: 202)

<sup>24</sup> Za Balzacovo založniško-tiskarsko kariero in anekdotično iskanje cenenege tiskarskega papirja gl. Chollet 1977a in Chollet 1977b.

in pisatelji sučejo vedno bolj samostojno. To polje je, kot smo videli zgoraj, v drugi polovici 19. stoletja doseglo relativno avtonomijo in je kot takšno botrovalo razvoju neodvisne avtoritete, ki jo je z izbruhom afere Dreyfus posebtljal intelektualca kot družbeni korektiv. Obris takšnega intelektualca pa se na primeru razvoja knjigotrškega in založniškega posla kažejo že pri Balzacu.

Balzac je *Izgubljene iluzije* zastavil kot kritiko in hkrati slavospev časopisom, ki so tedaj predstavljali medijsko krajino. Ti ga hkrati jezijo in privlačijo, saj je njihova vloga tako rekoč čez noč postala ključna in je odločala o usodah celotnega literarnega posla. Balzac ugotavlja, da so časopisi leta 1821 še na začetku svoje poti, v letu 1837, ko roman piše, pa se že temeljito razbohotijo in s svojo medijsko hegemonijo (izsiljevanji, spletkami, prevarami) dušijo posel s knjigami. Lucien de Rubempré se kot naiven *débutant* znajde v primežu silnic nastajajoče moderne družbe, v kateri postane plen želja in posmeha različnih akterjev, med katerimi prednjačijo etablirani novinarji, pesniki, knjigarji in založniki. Njegova vloga je tako začetniška, da je kljub svojemu bliskovitemu vzponu skozi ves roman scela nebogljen in prepuščen silnicam v polju, ki ga presegajo, ne da bi se zavedal, zakaj. Kot mladenič iz province je prepričan, da so – poleg seveda denarja, s katerim bi si lahko privoščil vsaj materialni del tega stila, medtem ko bi za duhovni del že poskrbel um – krive pariške urbane manire, ki jim še ni kos, a v resnici gre za globljo strukturno spremembo družbe. Ko Rubempréja meče sem in tja po pariški literarni in umetniški sceni, se sam še ne zaveda, da je *malaise* družbe drugje, namreč v njenem prehajanju iz družbe, v kateri pri blagu prevladuje *valeur d'usage*, v komodificirano družbo, v kateri se vzpostavlja *valeur d'échange*. Z Baudrillardovimi besedami:

Pojem »potrebe« je tesno povezan s pojmom blaginje v mistiki enakosti. Potrebe opisujejo pomirjujoč svet ciljev, naturalistična antropologija pa temelji na obljubi univerzalne enakosti. Implicitna teza je naslednja: Vsi ljudje so enaki pred potrebo in načelom zadovoljitve, saj so vsi ljudje enaki pred uporabno vrednostjo predmetov in dobrin (medtem ko so neenaki in razdeljeni glede na menjalno vrednost). Ker so potrebe vezane na uporabno vrednost, imamo opravka z objektivnim odnosom uporabnosti ali naravno danostjo, pred katero ni več socialne ali zgodovinske neenakosti. Na ravni zrezka (uporabna vrednost) ni ne proletarca ne privilegiranca. (Baudrillard 1970: 61)

Baudrillard opisuje egalitaristične težnje v moderni družbi, ki so se pri gibanjih proti potrošništvu in liberalizmu usmerile na pomen enakosti pri uporabni vrednosti blaga. Ta je namreč za vse enaka, saj buržuj zrezka ne more pojesti drugače kot proletarec, hranilna vrednost bo za oba enaka, pa tudi prebavila ga

bosta na enak način. Menjalna vrednost je seveda obstajala že pred industrijsko in meščansko revolucijo, ko so kapitalistična razmerja sicer že delovala, vendar mehanizmi potrošnje še niso bili v ospredju same družbe, ki bi jo definirala blaginja. Problem nastane takrat, ko postane menjalna vrednost sama sebi namen in se začne produkcija za trg, se pravi, takrat, ko začne produkcija narekovati potrebe in ne obratno. Prehod iz družbe, v kateri prevladuje uporabna vrednost, v družbo blaginje, ki jo obvladuje menjalna vrednost, se sproži v Balzacovem času, Balzac pa ga lahko tudi opiše, saj ga opazuje od zunaj, z gledišča province, ki ta prehod toliko bolj boleče zaznava.

Zdi se, da Rubempréjeva stiska izhaja iz tega, kar bo Goldmann opisal kot prevlado posredujoče vrednosti nad posredovano vrednostjo. Gre za stanje družbe, v kateri kvantificirana vrednost blaga postopoma prevlada nad samimi dobrinami, ki jih posreduje. Ta prehod je značilnost družbe, v kateri se uporabna vrednost umika menjalni, s čimer se temeljne vrednote družbe razgrajujejo, posameznik, ki teži k pristni, uporabni vrednosti blaga, pa tega procesa ne more razumeti. In četudi je menjalna vrednost že obstajala pred svetom Balzacovih romanov, je imela vlogo menjave ene vrste vrednosti za drugo, ne da bi imela vrednost menjava sama. Do tega preskoka pride šele takrat, ko se začne produkcija za trg. Tedaj menjalna razmerja prevzamejo vodilno vlogo in postopoma izpodrinejo uporabni vidik blaga, obenem pa tudi sama menjava ne poteka več zato, da bi ljudje pridobili dobrine z drugačno uporabno vrednostjo, ki jih v določeni lokalni ali nacionalni ekonomiji ne bi mogli proizvesti, pač pa zato, da bi z menjavo prišli do dobička. Če upoštevamo Goldmannovo tezo, da je roman transpozicija vsakdanjega življenja na literarno raven v individualistični družbi, porojeni iz produkcije za trg, in da v družbi, ki proizvaja za trg, obstaja stroga skladnost med literarno formo romana ter vsakdanjim odnosom ljudi do dobrin in s tem razmerij med ljudmi, smo pri Rubempréjevem dojemanju pariške družbe priča prav temu človekovemu odnosu do dobrin in njihove vrednosti. Roman kot podoba družbe, ki jo določa razmerje med posameznikom in vrednostjo dobrin, na literarnem prizorišču spremlja takšnega posameznika, ki se še vedno bori za pristno, uporabno vrednost dobrin, torej tudi za umetnost in univerzalne vrednote ustvarjalnosti, obenem pa se mora znajti v družbi, v kateri je menjalna vrednost prevzela vodilno vlogo in temelji zgolj na ekonomskih odnosih (Paine 2019). Ljudje v taki družbi so usmerjeni zgolj k menjalnim vrednostim, ki so v celoti kvantifikativne, tako da je v njej posameznik, ki sledi univerzalnim vrednotam uporabne vrednosti, sumljiv. Takšnega posameznika

Goldmann označi za problematičnega, saj kaže na razkol med idealom pristne kvalitativne vrednosti in dejanskostjo absolutne kvantitativne vrednosti v družbi, ki se v celoti kvantificira (Goldmann 1964: 20–21).

Goldmann problematičnega posameznika prepozna v romanesknem junaku, ki zaseda položaj protagonista v degradiranem svetu kvantificiranih vrednot in s tem predstavlja razločevalno potezo romana v odnosu do drugih oblik literarnega ustvarjanja. Romaneski junak namreč uteleša degradirano družbo, s tem ko njene okvire prebija in ironizira. Od tod vzpon romana kot individualne biografije, v kateri posameznik sicer zastopa univerzalne vrednote, ki jih zagovarja liberalni individualizem, četudi se prav te vrednote sčasoma obrnejo njemu v škodo, saj družba, ki temelji na posamezniku, v končni fazi tega posameznika stre (Goldmann 1964: 28). Rubempré se tako sprva znajde v vlogi problematičnega posameznika, ki ga določa odnos do uporabne vrednosti, saj še vedno prisega na večne vrednote uma in poezije, vendar ga svet trgovine in financ kmalu posrka vase, tako da v celoti prevzame njegove vrednote in svojo dejavnost povsem podredi menjalnemu značaju pogleda na umetnost in ustvarjanje. S tem se domnevno potrjuje Goldmannova teza, da se prav pri Balzacu romaneski junak popolnoma zlije z duhom časa, tako da pride do identifikacije kvalitativnega in kvantitativnega duha, ne da bi kvantitativnost v celoti prevladala kot absolutna vrednost.

Goldmannovo tezo o Balzacovi izjemnosti in o generalizaciji problematičnega posameznika gre sicer jemati z zrnom soli, saj lahko identifikacijo junaka in duha časa bržkone opazujemo tudi v drugih realističnih in naturalističnih delih, le da v različnih stopnjah. Zato bomo Goldmannovo tezo preverjali tudi s pomočjo Bourdieujeve teorije literarnega polja, v okviru katere so literarni liki podvrženi družbenopolitično nevtralni analizi, ki ne izhaja iz premis tradicionalne literarne sociologije, utemeljene na piramidi družbenih razredov in sistemov družbenoekonomskih vrednot, najsi bodo marksistične ali pa liberalne. Domnevati je namreč, da je težnja k identifikaciji uporabnosti in menjalnosti, kvalitete in kvantitete, duha in intelekta potekala skozi vse 19. stoletje ter predvsem v dobi realizma in naturalizma. Z legitimacijo denarja skozi duha je stoletje pričalo prehodu iz družbe, v kateri prevladuje pretežno uporabna vrednost, v družbo, ki jo določa predvsem transakcijski sistem. V tej družbi transakcije niso več le medij za dostop do drugih vrednosti kvalitativne narave, pač pa so same sebi namen kot vir družbenega prestiža.

V tem smislu gre razumeti tudi Rubempréjevo ukvarjanje z literaturo kot glavno dejavnostjo. Ta mu sprva še pomeni idealizirani svet junakov in pesnikov, ki jim gre za stvar samo, torej za univerzalne vrednote ustvarjalnosti, resnice, etike in estetike, ki predstavljajo uporabno vrednost literature. A bolj ko spoznava resničnost pariške družbe in s tem novih ekonomskih odnosov, ki jo vodijo, bolj čuti – in od tod njegova temeljna tesnoba –, da je bistvo te družbe drugje, in sicer v tržni, menjalni vrednosti njegove literature. Tako Rubempré izgubi iluzije o absolutni in nedotakljivi uporabni vrednosti literature. Izgubljene iluzije so namreč tisto, kar naposled določa junakov svet: gre za svet tržne totalitete, v katerem je absolutum univerzalne uporabnosti nadomestila univerzalnost njene menjalnosti, kar je Balzac v romanu nazorno prikazal tudi na primeru založništva in knjigotrštva, pri katerih je prehod od uporabne k tržni vrednosti še posebej boleč. Balzac tako karseda celostno prikazuje materijo, ki se ji posveča naša raziskava: najprej v literaturi prikaže odsev družbe, iz katere ta izhaja (in vanjo vstopa preko avtorja, njegovih idej in moralnih stališč), zatem ta odsev aplicira na realnost, ki ga obdaja, ta realnost pa je prav to, preko česar literatura povratno vpliva na družbo, tj. realnost literarnega sveta, v kateri poteka knjižna produkcija.

Literarno polje se v prvi polovici 19. stoletja v veliki meri razvija v knjigotrškem in založniškem omrežju, kot ga je opisal Balzac. Ta je s svojimi bogatimi izkušnjami na področju založništva, tiskarstva in novinarstva do obisti poznal trgovino s knjigami, ki je bila ne nazadnje tudi del družbe denarja, v kateri je posredujoča vrednost postopoma izpodrivala posredovano. V posredniških figurah knjigarjev, kot so barantaški Barbet, moderni Dauriat ali vražji Samanon, je Balzac razvil tipologijo človeških značajev, ki predstavlja človeško komedijo, kolikor so prav ti značaji značilni za moderno *société* julijske monarhije. Balzac je v paleti knjigotrških likov zajel prav vse založniške značaje, od strogega knjigarja, ki prodaja sodobno produkcijo, do založnika, ki z avtorji sklepa pogodbe zgolj zaradi njihovega medijskega vpliva, in do *ultima ratio* celotne založniške in knjigotrške branže, lastnika bizarne trgovine s konceptom in zastavljalnice Samanona, čigar vstop v knjigarno ali tiskarno pomeni konec vsakršne poslovne zgodbe. Oris branže z njenimi preprodajalci, diskontniki, agenti in posredniki vseh vrst je že tako razvejen, da pravzaprav predstavlja že precej zrelo gospodarsko dejavnost z uredniškimi in finančnimi zakonitostmi, ki veljajo še danes. Založništvo in novinarstvo Balzac – kljub goreči kritiki, ki jo leta 1837 izrazi v predgovoru k prvi izdaji – obravnava optimistično in

afirmativno: v njegovem delu je že čutiti vso silovitost (in brutalnost) kapitalizma, kakršnega je v osemdesetih letih v njegovi razvitejši potrošniški obliki opisal Zola. Iz vsakega Balzacovega stavka, posvečenega gospodarski in finančni realnosti literarnega polja, veje verovanje v prihodnost trgovanja in moč posredništva. Ta optimizem je sicer še grob in neobtesan, a ima že vse attribute prave potrošniške družbe, v kateri se uveljavlja produkcija za trg. Vsekakor se tudi v Balzacovem pogledu na nove kapitalistične razmere v knjigotrštvu potrjuje misel Fredrica Jamesona, da »igra roman pomembno vlogo pri tem, kar lahko obravnavamo kot resnično buržoazno kulturno revolucijo, namreč v velikan-skem procesu transformacije, v katerem se narodi, katerih življenjske navade so krojili drugi, danes arhaični načini produkcije, učinkovito reprogramirajo za življenje in delo v novem svetu tržnega kapitalizma« (Jameson 1981: 138).

Na razvitem knjižnem trgu je Balzac poleg knjigotrškega in založniškega bil še en boj, ki je bil posredno povezan s prodajo knjig, in sicer boj za avtorsko pravico. Ta je bila na začetku 19. stoletja še v povojih in še zdaleč ni imela ustrezne zakonske podlage. Kot smo že omenili v zvezi z Balzacovimi knjigarji in založniki, so avtorji za svoja dela prejeli t. i. *flat fee*, pavšalni honorar, ki je zajemal vse natis, četudi se na primer v primeru pogodbe s Fendantom in Cavalierom Lousteau kot dober agent dogovori za honorar, ki zajema le določeno število natisov in omejeno naklado. Balzacova *société* torej še ni poznala avtorske pravice v smislu, kot jo razume sodobna avtorskopravna zakonodaja. *Flat fee* sicer lahko zajema tudi tantieme (pripadajoči odstotek od prodajne cene), če je naklada določena, sicer pa predstavlja zgolj plačilo za delo, ki je bilo vloženo v samo pisanje, ne pa tudi pravic, ki izhajajo iz kasnejših naklad (če je knjiga uspešnica), še manj pa drugih uporab avtorskega dela (poleg klasične izdaje v knjigi), recimo priredbe za gledališče ali feljtonizacije v časopisu (ti rabi sta bili v Balzacovem času, ko so poznali le grafično reprodukcijo, ne pa še tudi tehnične ali optične, tj. fotokopiranja ali skeniranja, med najbolj razširjenimi). Za takšno rabo je kasnejša zakonodaja predvidela tantieme in nadomestila, ki zajemajo različne oblike reprodukcije avtorskih del.

Balzac se je zato zavzemal za gospodarsko varovanje književnosti in je na pobudo pisatelja Louisa Desnoyersa skupaj z Hugojem, Dumasom in drugimi ustanovil *Société des gens de lettres*, organizacijo, posvečeno varstvu intelektualne lastnine pisateljev. Balzac je leta 1834 v literarni reviji *Revue de Paris* objavil »Pismo francoskim pisateljem 19. stoletja« (»Lettre adressée aux

écrivains français du XIXe siècle«), v katerem se je zavzel proti določbam francoske revolucije, ki je literarna dela razglasila za javno last.<sup>25</sup> Po Balzacu je vsaka kvalitetna literarna ustvarjalnost produkt izkušenj, znanja, izobrazbe, kapitala v obliki časa, dela in denarja, delo literatov, znanstvenikov in izumiteljev pa je pomembno za razvoj naroda in njegovega gospodarstva. Ob tem je Balzac prepričan, da lahko pisatelji v združenjih s svojimi navadami in praksami uveljavijo zakone, ki jih pišejo prav te prakse, in tako dosežejo priznanje avtorske pravice, ki takrat še zdaleč ni bila samoumevna in so jo imeli nekateri celo za obsceno željo razvajenih boemov. Marsikatero od Balzacovih zahtev je sprožil izpad dohodka, ki so ga tedanji pisatelji trpeli zaradi pojava številnih belgijskih piratskih izdaj, saj izvirnega avtorstva ni varoval noben zakon; te izdaje je Balzac (1977: 114) ošvrknil v uvodu v prvo izdajo *Izgubljenih iluzij*, medtem ko je bičal izsiljevanje časopisov z zahtevami po nesorazmerni količini recenzijskih izvodov in visoki ceni oglasov. Založniška resnica iz Balzacovega uvoda je kruta in večplastna. Poleg tega, da je Balzac ob razkrivanju absurdnih zahtev časopisov po številu recenzijskih izvodov dojel, da stane oglaševanje knjig več kot njihova proizvodnja, je sodu izbilo dno spoznanje, da takšno oglaševanje naposled koristi predvsem belgijskim piratskim izdajam. Zato je Balzac na podlagi prispevka, ki ga intelektualna lastnina – pa naj gre za izume, blagovne znamke ali književna dela – prinese državnemu ugledu in napredku, zahteval monopol nad uporabo intelektualnega dela in pravico do rente, ki naj jo država zagotovi intelektualcu na podlagi njegovih zaslug in dela. Balzac je tako zahteval tisto, kar danes v primeru izumov imenujemo *patent*, v primeru blaga *registrirana znamka*, v primeru umetniških stvaritev pa *avtorska pravica*. Tako je Balzac na najbolj jasen, a tudi zakonsko in civilizacijsko prefinjen način začel boj za to, kar je danes varstvo intelektualne in industrijske lastnine, se pravi, eden od temeljev moderne in demokratične družbe, ki temelji na ustvarjalnosti in inovativnosti. Tudi s tem je Balzac odločilno pripomogel k vzpostavitvi literarnega polja, v katerem se vse bolj utrjuje naveza duha in denarja.

---

<sup>25</sup> Takšna ureditev je sicer trajala le dve leti, saj je že zakon iz leta 1791 avtorju vrnil izključno materialno pravico (ki je veljala še pet let po njegovi smrti, v zakonu iz leta 1793 pa deset). V podobnem smislu se je za avtorsko pravico zavzel tudi Alfred de Vigny.

## Posrednik, temeljni agens potrošniške družbe

Medtem ko se je Balzac v *Izgubljenih iluzijah* med gospodarskimi dejavnostmi posvetil predvsem knjigotrštvu, je v krajšem romanu *La Maison Nucingen* obdelal tudi finančne trge, na katerih so že v tridesetih letih trgovali z vrednostnimi papirji in finančnimi derivati. Trgovanje z delnicami in denarjem je namreč ena od temeljnih dejavnosti, ki sprožijo prehod v tržno ekonomijo tipa B, kakršnega zaznavamo v Franciji prav v času vladavine Ludvika Filipa, ko se je finančna buržoazija dodobra ustoličila v vladnih krogih in državnih uradih (v Veliki Britaniji se je zaradi industrijske revolucije to zgodilo že prej, vendar v literaturi ni našlo tako neizprosne upodobitve, kot jo srečamo pri Balzacu). Meščansko ekonomijo tipa B po Braudelu (2010: 46) zaznamuje prehod iz menjalnega gospodarstva v tržno, pri čemer ključno vlogo v trgovanju prevzame posrednik, v transakcijah pa menjalna vrednost posredovanih dobrin, ki jo posreduje denar kot nosilec njihove kvantifikacije.

Balzac je trgovanje z vrednostnimi papirji v rudimentarni in nekoliko karikirani obliki pravzaprav prikazal že v *Izgubljenih iluzijah*, ko je analiziral shemo delovanja akceptnih nalogov in drugih plačilnih instrumentov, s katerimi so založniki poplačevali avtorje, ti pa so plačilna sredstva unovčevali pri bančnih in zastavljalskih posrednikih. *La Maison Nucingen*, ki nastaja sočasno z *Izgubljenimi iluzijami*, se v celoti posveti borzni mahinaciji, ki je poskrbela za bogastvo enega najpomembnejših bančnikov tistega časa, barona de Nucingena (zgled v resničnem življenju je bil baron Fould /za genezo gl. Meininger 1989/). Ta kot mešetar in svetovalec sicer najprej služi baronu d'Aldriggerju, kasneje pa posle vodil na lastno pest, ne pa vedno le na svoj račun. Baron Nucingen tako zbere precejšnjo količino kapitala, ki ga obrača in plemeniti v imenu različnih družin, med drugim tudi d'Aldriggerjevih dedinj, pri čemer sredstva vlaga v številna podjetja, ne nazadnje tudi v rudarstvo.

Zgodba pravzaprav pripoveduje o treh likvidacijah Nucingenovega premoženja, pri čemer se prvi dve končata klavrno, s tretjo pa Nucingen obogati. Balzac je pripoved postavil v eno od pariških restavracij,<sup>26</sup> kjer se za kosilo

<sup>26</sup> Balzac sicer zgolj za ilustracijo uvodoma omenja restavracijo Chez Véry, ki deluje v Palais-Royalu in kjer so »stene tanke«, vendar poudari, da se pripoved ne dogaja tam (Balzac 1989: 127). Chez Véry se pojavlja tudi v *Izgubljenih iluzijah*, in sicer je to tam

znajde pripovedovalec, ki ga od sosednje mize, pri kateri se bo pravzaprav dogajala pripoved, loči le španska stena. Gre za eno od Balzacovih pripovednih zvijač, ki zgodbo postavi v okvir (*mise en abîme*), tako da pripovedovalec v resnici prisluškuje štirim pajdašem, ki so se pri sosednji mizi zbrali pri kosilu. Zgodbo v resnici pripovedujejo ti, pripovedovalec pa njihove besede dobesedno prenaša na papir.

Pri sosednji mizi se zberejo štirje »duhovni *condottieri* moderne industrije, ki je postala najkrutejša med vojnami«. Ti »svoje skrbi prepuščajo svojim upnikom, užitke pa zadržijo zase, pri čemer jim je mar le za lastno obleko« (Balzac 1989: 128). To so Andoche Finot, »povzpetic brez duha«, »industrijski prelat«, ki za mizo gosti časopisnega urednika Émila Blondeta, »možaka z veliko duha, sproščene, briljantnega, sposobnega, lenega«, z njima je špekulant Couture, ki skače od posla do posla, in nazadnje Bixiou, »šaljivi ljudomrzec«, ki je izgubil veliko denarja in se predvsem ni znal okoristiti v revoluciji iz leta 1830. Zgodbo pravzaprav pripoveduje Blondet, medtem ko ga drugi dopolnjujejo z raznimi podrobnostmi.

Nucingenu, ki je bil sprva znan le v Alzaciji, v Strasbourgu, in v pariški četrti Poissonnière, je uspelo leta 1804 vzpostaviti delnico s svojim imenom. Ta je najprej prinašala dobre dividende, četudi je slonela na trhljih poslih. Ko je v krizi po bitki pri Waterlooju prekinil izplačevanje dividend, je prodal delnice v rudnikih Wortschin, ki jih je poceni kupil tik pred krizo, in jih prelil v 150.000 steklenic vina (te je zatem prodal zaveznikom, ki so jih v letih 1817–1819 popili v Palais-Royalu). Bančništvo je bilo tedaj za Nucingena le majhen del posla, prevladovala je trgovina z vinom, volno in tekstilom, in nemalokrat je bil dobavitelj vladi. »Zanj je trgovina, bi dejal Cousin, celota različnosti, skupek posameznosti« (Balzac 1989: 141), kar spominja na Braudelovo tezo, da se moderni podjetnik ne drži le svoje osnovne dejavnosti, pač pa se vedno podaja tja, kjer se obetajo večji dobički (Braudel 2010: 47). Omizje se strinja, da je bančništvo panoga, ki je tesno povezana s politiko, tako da se bančniki vanjo pogosto zapletejo, to pa jih rado pokoplje – a Nucingen se je temu izognil. S prvo in drugo likvidacijo mu je uspelo poplačati upnike in zagotoviti kredibilnost, s

---

med drugim restavracija, v kateri Rubempré pusti pariškemu gostinstvu svojih prvih petdeset frankov, prepričan, da tega ne bo več ponovil, saj mu ta vsota predstavlja mesec dni življenja v provinci.

tretjo likvidacijo pa je obogatel, z njim pa tudi vsi, ki so mu pri mahinaciji stali ob strani. V ta namen je baron Nucingen zbral kapital različnih francoskih družin in ga vsaj na videz uspešno investiral. Svojim vlagateljem je začel izplačevati visoke dividende, pri čemer je s pomočniki – in celo s slamnato, na videz neodvisno družbo, ki je vrednostne papirje tržila – umetno dvignil ceno. Tega se je Nucingen lotil na način, ki v borznih okoljih funkcionira še danes, in sicer s prospektom za interese, v katerem je posredniška hiša Claparon oglaševala vrline Nucingenovih delnic. Z umetnim napihovanjem njihove vrednosti je s pomočjo govoric, da Nucingen izplačuje odlične dividende, pri čemer je na voljo le še omejena količina vrednostnic, posredniška hiša privabila zavidljivo število vlagateljev.

V zgodbi o baronu Nucingenu – in v Balzacovih opisih knjigotrških finančnih operacij v *Izgubljenih iluzijah* – je ključen lik posrednika, ki stopi med kupca in prodajalca; v primeru Nucingen je to družba Claparon, pri Rubempréju pa številni *escompteurs*. Posrednik, *intermédiaire*, je temeljni element prehoda iz rudimentarnega, primitivnega menjalnega gospodarstva, ki ga Braudel obravnava kot tržno ekonomijo tipa A, v kompleksnejšo tržno ekonomijo tipa B. Šele ko se namreč med kupca in proizvajalca vrine vmesni element, postane menjalno gospodarstvo kapitalizem v pravem pomenu besede. Tedaj se lokalno gospodarstvo, ki temelji na samopotrošnji, razvije v mednarodno trgovino, ki omogoča globalne dobičke, horizontalno razporejene po različnih dejavnostih (Braudel 2010: 40–45). Ta pojav spremlja postopno nadomeščanje posredovane vrednosti s posredujočo vrednostjo, denarna transakcija pa postane sama sebi namen, saj začne produkcija usmerjati povpraševanje. Menjalna vrednost je namreč navzoča tudi v Braudelovi ekonomiji tipa A, vendar je ključna novost ekonomije tipa B prav v tem, da produkcija ne sledi več povpraševanju, pač pa ga začne narekovati. Tudi *La Maison Nucingen* finančne mahinacije izpelje iz položaja, v katerem se delnice izdajo za trg, ki jih pravzaprav ne potrebuje. Delnice torej ne sledijo potrebam potrošnikov, pač pa te potrebe ustvarjajo. Povpraševanje odslej narekuje nekakšna produkcija delnic. Resnična vrednost podjetij v ozadju postane postranskega pomena in z vrednostjo delnic na finančnem trgu pravzaprav nima več prave povezave. Delnice kot *valeur médiatrice* tako prevzamejo avtonomno vlogo in izpodrinejo *valeur médiatisée* podjetij, ki naj bi jo posredovale.

Balzac je v svoja dela vpeljal številne posrednike – agente, mešetarje in borzne posrednike –, ki s svojo dejavnostjo krojijo usodo družbe (Spandri

2020). Posrednik se v posle vmeša tako, da najprej onemogoči konkurenco, saj s svojo neposredno prisotnostjo pri proizvajalcih trg zamegli in onemogoči vpogled v tržne mehanizme, ki jih sam bolje pozna. Posrednik razveja trg in vzpostavi trgovino na daljavo, ki ne kupuje le enega tipa blaga, pač pa sega tja, kjer je blago najugodnejše in kjer se obetajo največji dobički. S tem se v kategorijo posrednika uvršča tudi Nucingen, ki se ukvarja z različnimi posli. Predvsem pa je njegova vloga ključna pri razporejanju denarja, pri čemer dober denar usmerja h kapitalu, slabega pa v delovno silo (Braudel 2010: 45). Balzac je z likom posrednika zaznal tudi vlogo oglaševanja in marketinga v razvoju produkcije za trg in s tem potrošniške družbe. Z ugotovitvijo, da marketing in oglaševanje pravzaprav slepita ljudi, je dojel pomen ultimativnega posrednika, ki je pravzaprav oglaševalec. Ta je v bistvu zgolj izpostava resničnega posrednika, trgovca (s knjigami, delnicami), pri čemer gre za posrednika samega posrednika, za njegovo podaljšano roko, v primeru Nucingena za borzno-posredniško hišo, ki pripravlja prospekte, v primeru knjigarjev in založnikov pa za izdelovalca oglasov, ki začenjajo v Balzacovem času izhajati predvsem v časopisih, v katerih se pojavlja vedno več *annonces*, ki zagotavljajo prodajo dobrin. Mediator se torej s pomočjo svojega lastnega posrednika preseli v nekaj, kar mu je tudi po etimologiji inherentno: v medij.

Vzpon medijev v 19. stoletju poganja zlasti časopisje. V času julijske monarhije gre za tiskane dnevnik ali tednike, kot sta izrazito provladni *Le Constitutionnel* in *Le Journal des Débats*, včasih pa tudi za specializirane revije, kakršna je *Revue des Deux Mondes*. V Balzacovih romanih imamo opravka z nemalo časopisi, pri čemer gre večinoma za manj pomembne tiskovine, med drugim tudi za mali časopis, v katerem Rubempré objavlja literarne kritike. Uredništva vseh časopisov v času restavracije so locirana na desnem bregu Sene, v četrti okrog borze, ki deluje v bivši palači Palais-Royal, torej tudi v bližini središča knjigotrške in modne dejavnosti. Zanimivo je, da je tedanja francoska kraljevina davek od časopisja pobirala posredno, in sicer preko t. i. *droit de timbre*, kar je pomenilo, da so imeli pravico do distribucije le tisti časopisi, ki so izhajali na uradno žigosanem državnem papirju (*papier timbré*). Ta davek je bil sorazmeren s formatom in količino papirja (in s tem seveda tudi z naklado), zato je bila ustanovitev novega časopisa takrat skoraj nemogoče dejanje in je v poštev večinoma prišel le nakup že obstoječega medija. Tako se za nakup časopisa zanima tudi sultan knjigotrštva Dauriat.

Četudi ima tovrsten posredni davek predvsem vlogo politične cenzure, pomembno vpliva tudi na podjetništvo in potrošnjo. Dauriat, ki je knjižne pogodbe najraje sklepal z avtorji, ki so mu zagotavljali ugodne recenzije v medijih, se je dobro zavedal pomena časopisa kot medija in je o njem razmišljal kot o temeljnem promocijskem orodju za prodajo knjig. Časopis je bilo takrat po dosegu možno primerjati zgolj z gledališčem, ki je bilo za nekatere avtorje celo glavni vir dohodka. Tako je državna cenzura posredno vplivala tudi na prodajo knjig. Časopisni svet igra pomembno vlogo tudi v prvem romanu, ki sta ga brata Jules in Édmond de Goncourt napisala skupaj, v delu *Charles Demailly* iz leta 1862. V njem naslovni junak sicer piše roman, ki mu posveti vse svoje življenje, vendar večino časa preživi v redakciji majhnega in zatohlega žurnala, v katerem objavlja bolj ali manj posrečene kritike in recenzije, s pomočjo katerih se želi prebiti v literarni svet. *Charles Demailly* je nevrotičen prikaz nastajajočega literarnega polja, ki mu niso tuji postopki naturalističnega romana, med katerimi je tudi raba žurnalističnega žargona.<sup>27</sup>

Časopisi in revije so bili že v obdobju restavracije, še bolj pa v julijski monarhiji pomembno oglaševalsko orodje, se pravi, medij, ki je ne le razširjal politična in družbena mnenja ter ustvarjal in razdiral kariere in *fortunes* politikov, poslovnežev in drugih vplivnežev, pač pa tudi odločilno krojil poslovni svet, saj so se oglasi uveljavili kot ključno marketinško orodje.<sup>28</sup> Tudi sama knjižna recenzija je imela za založnika izjemno promocijsko vrednost, o čemer so pričali tudi visoki honorarji, ki jih je Rubempré prejemal za časopisne kolumne, pri čemer so ga plačevali tudi založniki in knjigarji, ki so imeli pri tem interes. S tem smo v prvi polovici 19. stoletja priča nastanku tega, kar nam še danes velja za bulvarski tisk, tj. množični in pogosto pogrošni tisk, katerega uredništva so bila večinoma prav na *grands boulevards*, kjer so časopise tudi razpečavali.

Kljub ustrezni družbeni in politični klimi za razmah kapitalizma, ki jo je zagotavljala julijska monarhija, ko se je država s svojim aparatom in uradniki na široko odpirala predstavnikom meščanstva ter postajala del kapitalističnega sistema, so se že pri Balzacu začeli pojavljati dvomi o smiselnosti bivanja, ki

<sup>27</sup> O zavzemanju bratov Goncourt za jezik nižjih ali prezrtih slojev piše tudi Erich Auerbach v študiji *Mimesis* (1998: 364–379).

<sup>28</sup> Nekoliko ciničen odnos do časopisja kaže tudi Flaubert v *Vzgoji srca*, ko da Moreauju prelistavati revijo prijatelja Deslauriersa *Le Flambart* (Flaubert 2021: 371), *Veseljak* (Flaubert 1969b: 53).

ga poganja zgolj pehanje za denarjem. Brezpogojni optimizem obravnavanih Balzacovih del pozneje pojenja; njegovo zgodnje navduševanje nad tehniko, izumi in avtorsko pravico se sčasoma sprevrže v odpor duhovnega sveta proti grobemu in surovemu razvoju industrije, ki izkorišča delavca ter povzroča revščino in neti razredni boj. V določenem trenutku gospodarski razvoj z duhovnega vidika ni več videti kot zgolj pozitivna in napredna ustvarjalna sila, pač pa kot novo tlačanstvo – svet denarja poskrbi za dualizem, ki ga *Izgubljene iluzije* in *La Maison Nucingen* ne prikazujeta, saj se osredotočata le na surovo in premočrtno silo produktivnosti in junaka, ki se prebija z njo in skozi njo, da bi dosegel čim več slave, vpliva in denarja.<sup>29</sup> Z ugotovitvijo, da denar usmerja ne le politiko in umetnost, kot je z umestitvijo literarnega polja v polje moči pokazal Bourdieu, ampak tudi čustva, se je nakazala tudi pot v realizem, kakršen se je izoblikoval pri poznem Flaubertu in zlasti v njegovi *Vzgoji srca*.

---

<sup>29</sup> »'Edini moderni bog, v katerega verujemo', je mamon. Včasih so kot odlike veljali stan, talent in državna odlikovanja. Državljan julijske monarhije pravi kot Crevel: 'Je suis de mon temps, j'honore l'argent.' Trgovca ne moreš več razlikovati od senatorja. 'Najbolj obdavčeno okrožje' je novi plemiški naziv moderne družbe. Politiko, ljubezen, umetnost upravlja denar. Volilno pravico določa census. Rousseau danes sploh ne bi bil več izvoljiv! [...] Moderna množična produkcija uničuje umetniški in ustvarjalni smisel dela: nous n'avons plus d'œuvres.« (Curtius 1985: 211)

---

# Pesimizem v času formiranja potrošniške družbe

## Zametki pesimizma v Flaubertovi *Vzgoji srca*

V *Vzgoji srca* imamo opravka s podobnim časovnim obdobjem kot v obravnavanih Balzacovih delih, torej z dogajanjem v julijski monarhiji, a je ta čas pri Flaubertu filtriran skozi oči drugega cesarstva, ko je delo nastajalo. Medtem ko se Balzacove *Izgubljene iluzije* dogajajo v tridesetih letih, v času polnega zamaha julijske monarhije, se Flaubertova *Vzgoja srca* odvija tik pred njenim koncem, med revolucijo iz leta 1848, ki ji je leta 1851 sledil državni udar Ludvika Bonaparta in ustoličil drugo cesarstvo. To obdobje je Balzac (rojen leta 1799) doživel kot zrela osebnost, medtem ko je bil Flaubert še najstnik. Flaubert je za svoje delo, ki ga je pisal v letih 1864–1869, raziskoval s pozitivistično, tako rekoč deterministično metodo, ki je vključevala prebiranje časopisov, brskanje po mestnih in podeželskih arhivih in ne nazadnje listanje po modnih revijah. Z mislijo na roman je Flaubert proučeval tudi umetnostne revije, ki so se takrat razmahnile in so pomemben motiv samega romana, obiskoval prizorišča, si zapisoval in skiciral podrobnosti. Takšen način dela, ki pravzaprav predstavlja metodo pisanja zgodovinskega romana, četudi gre le za oddaljenost dveh desetletij, nedvomno prinaša določeno distancirano držo, ki pa se kaže ne le v urbanem okolju, toaletah, modnih dodatkih in interierjih, ki so bili Flaubertu blizu, temveč tudi v samem odnosu do družbene klime in razmerij med literarnimi liki v nastajajočem literarnem polju.

Flaubertovi protagonisti ne izkazujejo več neposrednega, včasih surovega in nekoliko naivnega odnosa do družbene dejanskosti, kakršen je še značilen za Balzacove protagoniste. Četudi Flaubertova zgodovinska snov ni v ničemer popačena, saj zgodovinarjem dogajanja iz leta 1848 še vedno služi kot verodostojen dokument (Bardèche 1972: VIII), je *malaise* družbe, kot ga dojema Frédéric Moreau, drugačen kakor pri Lucieniu de Rubempréju. V *Vzgoji srca*

imamo, kot je videti, oprava z zadržanim, nekoliko distanciranim odnosom do dejanskosti, z realizmom, ki temelji na drugačnih predpostavkah kot realizem *Izgubljenih iluzij*, saj izhaja iz razočaranja, da pehanje za denarjem, produkcijo in *fécondité*, ki je pri Balzacu še samoumevno, nima več pravega smisla.

Ta drža, ki sicer ni povsem skladna s težnjo zgodnjega Flauberta po pisanju »romana o ničemer« (*le roman sur rien*),<sup>30</sup> pri katerem naj bi bil avtor le nepri-zadeti posrednik dogajanja, ki ga opisuje, nedvomno izhaja tudi iz Flaubertove percepcije družbenoekonomske situacije. V prehodu iz julijske monarhije v drugo cesarstvo se poleg razmaha industrijskega kapitalizma in neobrzdane prevlade financ namreč zgodi tudi komodifikacija, ki ni materialne narave. Menjalna vrednost izpodriva uporabno ne le v primeru materialnih in intelektualnih dobrin, pač pa zajame tudi afektivni svet, kar odločilno vpliva na konstitucijo subjekta in s tem literarnega junaka.<sup>31</sup> Poleg tega, da imamo v razmeroma moderni družbi, kakršna se je razvila v času julijske monarhije, oprava že z vsemi atributi razvitega kapitalizma in braudelovske tržne ekonomije tipa B, ki jo v veliki meri določa posrednik med kupcem in prodajalcem, se v njej srečamo tudi s komodifikacijo želje in potemtakem ljubezni. Tudi želja in z njo protagonistova psihologija tako postaneta odvisni od vloge denarja v družbi. Želja, kakršno pozna romantična literatura z Hugojem in Mussetom – a tudi Balzacovi romani, v katerih je njen nosilec mož z velikimi ambicijami –, se tako

<sup>30</sup> Gre za Flaubertov pristop do pisanja, kjer je vsak *fait divers* iz časopisne kronike lahko snov za roman, v katerem resničnost zgolj pronica skozi avtorjeve prste, kakršna je, saj je pisatelj zgolj nekakšen posrednik, pri čemer je povsem nepomembno, za kakšno materijo gre (kar je botrovalo tudi dejstvu, da je idejo za *Gospo Bovary* dobil v obrobni časopisni novici), saj se bo ta s pomočjo avtorjeve zavestne in mučne izključitve iz samega procesa pisanja zapisala tako rekoč sama od sebe.

<sup>31</sup> Ob primerjavi Balzaca in Theodorja Dreiserja, pri katerem lahko spremljamo podobno preobrazbo, Jameson komodifikacijo želje opiše takole: »Med Balzacovo dobo na eni strani in Dreiserjevo dobo na drugi je bovarizem padel, in strjevanje jezika, fantazije in želje v Flaubertovo *bêtise* in v njegov kliše preobrazi Balzacovo hrepenenje v kičasto Carriejino poželenje po malenkostih, v kičavost, ki jo Dreiserjev jezik hkrati dvoumno predstavlja in odseva. Komodifikacija ni edini 'dogodek', ki loči Dreiserjevo besedilo od Balzacovega: spremembe, ki jih je povzročila v objektivnem svetu poznega kapitalizma, so očitno spremljali tudi odločilni premiki v konstrukciji subjekta, ki se je vzpostavil v zaprti monado, ki jo odslej vodijo zakoni psihologije.« (Jameson 1981: 146)

ne komodificira le v banalnem smislu možnosti kupovanja ljubezni in strasti (Khan 2013: 281), temveč postane predmet ekonomskih razmerij; od tod njeno izginotje iz *Vzgoje srca*. V *Vzgoji srca* pride tako rekoč do produkcije želja za trg, tako da proizvodnja za trg producira ne le materialne dobrine, pač pa tudi sama čustva in ideje, s čimer nastopi izobilje kupljivih čustev, ki postopno vodi v zasičenost trga emocij (Stearns 2001). Tako kot na ravni materialnih dobrin v *Izgubljenih iluzijah* se v *Vzgoji srca* zgodi obrat, po katerem želje ne narekujejo več izpolnitve (kakor tudi potrebe ne narekujejo več produkcije), pač pa izpolnitve prihajajo na trg že izdelane, da bi bile tam zaželenne. *Vzgoja srca* tako skozi strukturo družbenih razmerij v sistemu literarnega polja prikazuje prehod iz družbe komodifikacije dobrin v družbo komodifikacije čustev, v kateri uporabno vrednost ljubezni, prijateljstva in tovarišva postopoma nadomešča njihova menjalna vrednost, ki se izkazuje v cenah na trgu.

## Vzpostavitev komodifikacije želje

Flaubertovega Frédéric Moreauja lahko obravnavamo kot goldmannovskega problematičnega posameznika v družbi, v kateri je na menjalno raven degradirana ne le uporabna vrednost materialnih dobrin, pač pa so na raven finančne menjave ponižane tudi najvišje, načeloma nedotakljive in univerzalne dobrine čustvovanja. Tudi na področju čustev in idej se vzpostavi trg, na katerem so ljubezen, etika, estetika in ne nazadnje sama resnica le paleta produktov, ki jih mora producent prodati. Zato si Moreau pravzaprav ne želi več izpolnitve svojih želja, ki so v vseh odtenkih že na voljo na trgu, podvržene menjalni vrednosti in torej kupljive. Tako želje zanj postanejo irelevantne in jih v bistvu niti nima več.<sup>32</sup>

To botruje nastanku protagonista, ki se nekoliko razlikuje od problematičnega posameznika v Goldmannovem smislu. Jameson govori o »monadičnem buržoaznem subjektu, ki ga določajo vseprisotni učinki množične reifikacije« (Jameson 1981: 171), to pa je subjekt, kakršnega pooseblja protagonist, vržen v

<sup>32</sup> »Ko je pri Flaubertu balzacovska fantazija izbrisana in njen prostor zavzame dvojni pojav bovarizma, tiste 'želje po želji', katere predmeti so postali iluzorni odsevi, in anoreksije prvega antijunaka, Frédéric Moreauja, ki nima več moči, da bi si kaj zaželel, tedaj se Realno preneha odzivati, saj po njem ni več povpraševanja.« (Jameson 1981: 171)

družbeno polje, v katerem nima lastne sile ali volje, tako da je v celoti podvržen gravitacijskim silam polja. Takšen protagonist ni več povzpetic, njegovi vzgibi so že negativni in mestoma celo destruktivni, saj sile denarja obvladujejo tudi že njegovo čustveno življenje. S komodifikacijo njegove želje smo priča nastanku ne le monadičnega buržoaznega subjekta, ki mu želja pomeni le še izmerljiv in ovrednoten pojem, pač pa tudi vzniku protagonista, ki je po svoji naravi pesimističen. Ta pesimizem je sprva še latenten, a v *Vzgoji srca* že porodi neodločnega literarnega subjekta.

Moreau je subjekt, ki ga je začelo begati dejstvo, da je celotna družba pravzaprav naprodaj. Četudi si lahko marsikaj v njej privošči in si kot pripadnik podeželskega meščanstva ter dedič majhnega premoženja po stricu iz Le Havra marsikaj tudi kupi, ga potrošništvo, ki počasi zavzema prav vse položaje v družbi, v resnici muči in v končni fazi tudi določa, s čimer postaja problematični junak. S tem da si pravzaprav želi vsega in ničesar hkrati, ne da bi v resnici vedel, zakaj, se vpisuje v linijo likov, ki s svojo izgubljenostjo in vrženostjo v svet določajo literaturo moderne dobe, kakor je v 20. stoletju kulminirala v eksistencialističnem protagonistu. Moreau je tako prvi v liniji, ki jo nadaljuje Huysmansov Folantin, kraljevsko pa zaokrožuje Roquentin iz Sartrovega *Gnusa* (1938). Gre za antijunaka, kakršen se je začel konstituirati z Moreaujem kot romaneskim likom, ki mu je pravzaprav vse dano na pladnju, a s tega pladnja v bistvu noče jesti. Vse, kar je Balzacovemu Rubempréju v istem zgodovinskem obdobju pomenilo nedosegljivo željo, zaradi katere je trpel, vse, kar je Rubempréju še kot klasičnemu romanesknemu junaku predstavljalo ideal – denar, slava, čast, ljubezen –, predstavlja Moreauju breme in nesmisel, pravzaprav že kar absurd.<sup>33</sup> Moreau je prvi junak, ki je vržen v absurdnost bivanja, ne da bi se te absurdnosti še zavedal. S tem je prvi resnično moderni literarni protagonist, prvi član družbe, v kateri meščanstvo že v celoti prevladuje, tako da se začenja literarni protagonist družbi upirati bodisi zato, ker ga dolgočasi in razočara, četudi si jo lahko privošči (Moreau), bodisi zato, ker nima denarja in si je ne more privoščiti (Folantin), ali pa nazadnje zato, ker se mu celotna eksistenca in s tem meščanska družba zaradi svoje absurdnosti preprosto gnusi (Roquentin).

---

<sup>33</sup> Tu se vsekakor velja navezati tudi na Pirjevčevo interpretacijo evropskega romana kot utelešenja propada ideje, ki povzroči junakov polom, skozi katerega pronica nihilizem evropskega romana; pri Lucieniu de Rubempréju so iluzije izgubljene, pri Frédéricu Moreauju pa jih sploh ni več (Pirjevec 1979).

Bourdieu strukturo polja moči in literarnega polja v njem, kot se kažeza v *Vzgoji srca*, opiše ob obravnavi materializacije, kakršno doživljajo literarni liki v okviru samega mestnega tkiva. Dogajanje je postavljeno v »svet poslov«, ki ga pooseblja Chaussée d'Antin, kjer je bivališče finančnika Dambreusa, zatem v »svet umetnosti in uspešnih umetnikov«, ki je umeščen na Montmartre, kjer domuje Arnouxeva revija *L'Art industriel*, in nazadnje v »študentsko okolje« Latinske četrti, kjer v prvem delu romana prebiva protagonist Moreau. Vse skupaj definira »dvojno razmerje opozicije, ki v samem delu ni nikoli omejeno, in sicer opozicije med veliko staro aristokracijo iz okrožja Faubourg Saint-Germain, ki jo pogosto omenja Balzac in je v *Vzgoji srca* ni več, ter ljudskimi sloji«, ki se pojavljajo zgolj kot statisti v pouličnih bojih na barikadah revolucije (Bourdieu 1992: 77).

Vsa polja, skozi katera se Moreau premika, ter vse družbenopolitične konotacije, ki jih imajo v zgodbi saloni, sprejemi, večerje, srečanja, banketi in kabaretno soareje, so mu pravzaprav dostopni. Četudi je z vidika buržoaznega okolja, h kateremu ga vleče, podedoval razmeroma skromno vsoto (v današnji vrednosti morda okrog 300.000 evrov), ki mu zagotavlja le omejeno rento (pri čemer del denarja vloži tudi na borzo, kjer enkrat na mah pridobi 30.000 frankov, drugič pa jih izgubi 60.000), mu je na voljo večina pariških statusov in razvedril tistega časa. Kot predstavnik podeželske buržoazije – in preko Deslauriersa tudi *demi-monde* in boeme,<sup>34</sup> v kateri Bourdieu vidi lumpenproletariat – si sprva želi vstopiti v resnični *monde* velike buržoazije, vendar ga navdušenje mine, brž ko si zagotovi osnovne attribute statusa in vzpostavi temeljne parametre, ki ga pozicionirajo (ne pa še etabliirajo) v polju moči. Ko si tudi v topografskem smislu v središču literarnega polja kupi manjši *hôtel particulier* z vrtom in v njem zaposli služabnika, stanovanje v njem opremi po zadnji modi<sup>35</sup> in si zagotovi *cabriolet* z vprego, mu ves čar pariške velike družbe postane nenadoma samoumeven, četudi ni nikoli povsem po njegovi meri. Še v rodnem Nogentu si je ob skrbni materi silno želel, da bi ga v goste povabil veliki bankir Dambreuse, ki ga pozna preko soseda, gospoda Roqua, zdaj pa ga ne vznemirja več, ko prejema vabila na nekatere od njegovih – in tudi drugih meščanskih – soarej. Da je strašansko

<sup>34</sup> Flaubert Deslauriersa tako zelo enači z boemo, da ga nemalokrat imenuje kar *le bohème*.

<sup>35</sup> V *Vzgoji srca* sta dekor in notranja oprema posebna tema, ki pripoveduje lastno zgodbo o materialnih dobrinah, kot so *bibelots*, *antiquités*, pohištvo in oblikovanje nasploh, in o njihovem mestu v umetnostnem polju.

hrepnel po družbi gospe Arnoux, v katero je neskončno zaljubljen, ga pravzaprav ne pretresa več tako globoko, ko si počasi zagotovi položaj v njenem domovanju in krogu, ki je predvsem krog njenega moža, trgovca z umetnostjo (in kasneje z vsakršnim blagom) Jacquesa Arnouxa.

Ko gre za vpliv in družbeni status znotraj polja moči, Moreau ves čas niha med tremi opcijami, ki so tako simbolno kakor nominalno povezane z investicijo 15.000 frankov, ki jih je dal sprostiti preko svojega notarja v Le Havru (s pomočjo prodaje ene od nepremičnin, na katere je vezan njegov podedovani kapital).

Prva opcija je položaj generalnega tajnika združenja francoske premogovniške industrije, ki mu ga ponuja gospod Dambreuse in je vezan na vložek v delnice, ki jih Moreau nikoli ne kupi, samega položaja pa nikoli ne zasede, saj ga v bistvu ne zanima, češ da je preveč birokratski in duhamoren.

Obenem ga muči morebiten položaj v umetnostnem polju, kamor bi lahko investiral isti denar, če bi ustanovil revijo, ki jo snuje Deslauriers skupaj s Hussonnetom, nekdanjim Arnouxevim oglaševalcem in propagandistom, in se tako umesti v vmesni prostor med umetnostnim poljem, ki ga na začetku romana (vsaj na videz) obvladuje Arnoux s svojo revijo in galerijo, in poljem moči, ki ga zaznamuje salon bankirja Dambreusa. V resnici pa denarja nikoli ne vložiti ne v delnice ne v revijo (ki ji je bil denar sprva namenjen), saj je sredstva posodil Arnouxu, da bi ga rešil pred propadom (četudi je Arnoux tako rekoč na vsakem novem poslovnem koraku tik pred njim). Tako ima občutek, da se je še bolje pozicioniral v umetnostnem polju (a tudi v polju ljubezni, če lahko tako rečemo komodificiranemu čustvu), četudi v resnici od tega vložka ne bo nikoli nič imel ne v simbolnem ne v finančnem smislu (zgodba z gospo Arnoux poteka neodvisno od posojila, denar pa kljub hipoteki na Arnouxeva sredstva nazadnje izgubi).

Tudi kar zadeva položaj znotraj samega umetnostnega polja, Moreauja mika več stvari. Najprej ga privlači »hibridni« (Flaubert 2021: 153) oziroma »mešani« (Flaubert 1969a: 5) značaj Arnouxevega podjetja, ki ga nakazuje stavba na ulici Montmartre, kjer domujejo uredništvo umetnostne revije (imenovane *L'Art industriel*, kar ilustrira Bourdieujevo tezo o prepletanju polja moči in gospodarstva ter polja umetnosti), umetnostna galerija ter

njegova posredniška vloga med poljema. Arnoux je namreč svojo pot začel kot umetnosti *dealer*, se pravi, trgovec, galerist, ki vohlja za dobrimi kupčijami na področju umetnosti, kasneje, po propadu umetnostne revije, ki jo je prodal Hussonnetu, in galerijskega posla, pa se je podal v umetniško keramičarstvo, ki pa mu prav tako ne prinese sreče v poslu, pač pa zgolj novo ljubico, ki jo najde med zaposlenimi.<sup>36</sup> Medtem ko poblize spoznava Arnouxve posle, se Moreau večkrat navduši nad možnostjo sodelovanja pri umetnostni reviji z latentnimi političnimi težnjami, vendar se zanj nikoli ne odloči, saj ga takšna dejavnost pravzaprav ne privlači, kakor ga tudi ne zanima spreminjanje sveta in družbeni angažma, o katerem sta z Deslauriersom sanjala kot mladeniča.

Ves ta čas pa Moreau sanjari še o literarni karieri, s katero bi se zapisal v literarno polje, in sicer najprej kot pisec romantične pripovedi, ki bi se dogajala v Benetkah in v kateri bi bil junak on sam, junakinja pa gospa Arnoux, nazadnje pa kot avtor velike monografije o zgodovini renesanse. Četudi so vse tri možnosti, ki jih obletava znotraj umetnostnega polja, precej utopične in žrtev junakovih jalovih želja, je zadnja, tista o monografiji o renesansi, morda kljub vsemu še najbolj nesmiselna in najboljše ilustrira položaj antijunaka, saj Moreau, ki knjige kupuje na metre in zgolj po trenutni modi, o sami renesansi ne ve (in niti noče vedeti) nič. Gre mu le zato, da bi se vzpostavil kot pomemben avtor znotraj nastajajočega polja, pri čemer ga navsezadnje ne zanima niti to pozicioniranje samo.

Tudi v akademskem in političnem smislu je Moreau diletant. Ker ga na videz mika revizorsko delo v državnem svetu, ki bi utrdilo njegov položaj znotraj polja moči, se odloči za študij prava, ki pa ga ne navdušuje, zakone in ustavo slabo razume, tako da pada na izpitih ter s svojimi naivnimi stališči sebe in profesorje spravlja v zadrego. Študij naposled vendarle nekako konča, četudi nikoli ne doseže višje stopnje ne v akademskem ne v uradniškem smislu. Tudi na ravni politike so njegova stališča povsem arbitrarna in nihajo iz dneva v dan, iz salona v salon, odvisno od družbe in razpoloženja. Obdaja ga sicer široka paleta političnih profilov – republikanci (Regimbart, ki ga Flaubert imenuje *le Citoyen*), aristokrati (de Cisy in Dambreuse, ki se

<sup>36</sup> Še kasneje Arnoux obleče vojaško uniformo, razmišlja o odprtju kavarne, ki bi s pomočjo subvencije služila kot zabava in patriotska propaganda, in obljublja dividende pri poslih s plinsko razsvetljavo mest v Languedocu.

je nekoč pisal D'Ambreuse, a se je zaradi svojega bančništva raje odločil za meščansko različico priimka, ter Martinon), buržuji (Arnoux sam, Dambreuse po premoženju in habitusu), oglaševalci, ki so postali reakcionarji (Hussonnet) pa tudi socialisti, ki se zavzemajo za proletariat (Dussardier), politični propagandisti (Nonancourt) ter celo feministke (gospa Vatnaz) in umetnostni aktivisti, ki se zavzemajo za subvencije (Pellerin). A Moreau se nikoli zares ne opredeli. Se pa kljub vsemu, znova nekako v smislu odsotnosti boljše možnosti, po revoluciji 1848 poda v kandidaturo za volitve, ki pa hitro propade, potem ko na republikanskem zboru ne pride niti do besede in ga ob tem še ozmerjajo z aristokratom.

Nazadnje si oglejmo še Moreaujev odnos do ljubezni. Tudi tega najdemo na meji med poljem umetnosti in poljem moči, pri čemer ga določajo prav razmerja znotraj polj. Četudi se nemara zdi, da je ljubezen osnovna tema *Vzgoje srca* (na kar napeljuje tudi naslov), pozorno branje pokaže, da je ljubezen pravzaprav le ena od tem, ki jih ves čas poganja predvsem odnos do denarja. Težko bi namreč trdili, da je Moreaujev odnos do ljubezni kakorkoli idealiziran ali da se spogleduje s čisto, neomadeževano ljubeznijo, kakršno so opevali romantiki. Osišče zgodbe sicer ostaja njegova ljubezen do Marie Arnoux, žene podjetnika Jacquesa Arnouxa, ki je sprva videti kot začetek dolgega neuslišanege hrepenenja, vendar se kmalu izkaže, da ljubezenska zgodba v sebi skriva še mnoge druge vidike, med drugim poslovnega, finančnega in statusnega. Ko se mladenič sčasoma približa predmetu svojega poželenja, ki se mu sicer zdi še vedno nedosegljiv in oddaljen, se v nastajajočem polju umetnosti, ki ga zarisuje predvsem Arnouxev krog slikarjev, pesnikov in ilustratorjev, sreča še z drugimi potencialnimi ljubeznimi, predvsem z Arnouxevo ljubico Rosanette, kurtizano za visoke kroge, in z ženo bankirja Dambreusa.

Zdi se, da Frédéric Moreau razmeroma hitro osvoji vse ljubezenske trdnjave, pri čemer se že na poti do končne zmage zaveda, da mu vse skupaj nič ne pomeni: »Tedaj se je Fridérik spomnil na tiste že daljne dni, ko je zavistno hrepenel po neizrekljivi sreči, da bi mogel sedeti v enem teh voz, ob strani ene teh žensk. Zdaj je bila ta sreča v njegovih rokah, a zato ni bil nič bolj vesel.« (Flaubert 1969b: 48) Ta stavek odlično povzema njegov odnos do želje: ker vse možnosti in položaje, vključno s čustvenimi, določa razmerje do denarja, ki ga ima pravzaprav dovolj, da bi si ga lahko z ustreznimi ljubezenskimi razmerji pridobil še več (dediščina gospe Dambreuse znaša več milijonov frankov), ga

vse skupaj v bistvu ne izpolnjuje. Pri tem se sicer še ne zaveda povsem, da je denar tako določujoč, da ga že to dejstvo spravlja v obup. S tem postaja anti-junak, se pravi, junak, ki mu realizacija velike ideje ne spodleti, pač pa se ji nazadnje odreče sam iz brezvoljnosti, kar je z vidika negacije ideje pravzaprav isto in ga potiska v polje nihilizma. Le enkrat se pri Moreauju zares pojavi želja, in sicer prava, bestialna želja, to pa se zgodi pri gospe Vatnaz, ki je pravzaprav grda in povrh vsega še »feministka«, kar ga najbrž na poseben način podžiga, saj privsvajanje te ženske ni povezano z določenim statusom.

Bourdieu vidi v *Vzgoji srca* postopno izenačevanje nekompatibilnosti med različnimi svetovi, med umetnostjo in denarjem, med čisto in plačljivo ljubeznijo, pri čemer poudarja vlogo, ki jo ima pri tej »vzgoji« naključje, ki tke mrežo med seboj izključujočih se možnosti, ki se ponujajo junaku. Moreau se kaj hitro v zgodbi zave, da čista ljubezen ne obstaja več, saj jo je povsem nadvladala plačljiva ljubezen (*amour mercenaire*).<sup>37</sup> In vendar lahko v gospe Arnoux še vedno vidimo iskanje čiste ljubezni, ki je locirana med »žensko, ki ljubezen kupuje, in žensko, ki ljubezen prodaja, med dve inkarnaciji buržoazne ljubezni, ki sta sicer komplementarni in hierarhizirani, kot *monde* in *demi-monde*« (Bourdieu 1992: 55). Gre za gospo Dambreuse, ki si s svojo (propadlo) dediščino kupuje ljubezen mladega moža, in za Rosanette, ki mu svojo ljubezen prodaja, pri čemer se Moreau pri prvi skuša umestiti v visoko družbo, pri drugi pa v boemsko. Vendar mu tudi ta maneuver z navidezno čistostjo ljubezni ne uspe, saj je njegova ljubezen do gospe Arnoux preveč zamazana z zgodbami o denarju in nezvestobi, da bi lahko še veljala za čisto.

Če Frédérica Moreauja primerjamo z Lucienom de Rubempréjem, lahko z Marxom rečemo, da se Rubempréjeva zgodba v Moreaujevi sicer ponovi, a ne kot tragedija, pač pa kot farsa, in sicer prav z revolucijo 1848, po kateri je leta 1851 oblast farsično prevzel Napoleon III. Družba, v kateri se znajde Moreau, je sicer prav tako družba tridesetih let 19. stoletja, vendar so vrednote, kot jih v njej zaznava Flaubert, tako degradirane, da je menjalna vrednost nadomestila uporabno ne le pri dobrinah, temveč tudi pri ljudeh in odnosih, kar njihovo

<sup>37</sup> »Rosanettina komodificirana funkcija blaga je tukaj okrepljena z razstavo njenega portreta, ki, gledano skupaj z njegovim opisom, poudarja njeno družbeno funkcijo. Čeprav je Rosanette predstavljena kot blago, ki ga je mogoče kupiti ali prodati, dejanska osnova njene vrednosti leži v bolj fluidnem vzorcu različnih položajev, ki jih zaseda znotraj homosocialne sfere svojih moških 'strank'.« (Khan 2013: 280)

uporabno vrednost, se pravi, čutno, čustveno, univerzalno, etično vrednost kvantificira in reducira na raven tržne vrednosti.<sup>38</sup>

## *À Vau-l'eau* Joris-Karla Huysmansa: Jean Folantin, pesimistični junak

Moreau uteleša to, čemur Bourdieu pravi »zavrjnena revščina, ki predstavlja duhovno bogastvo« (Bourdieu 1992: 62). Gre za značilnost boemske družbe, ki prevladuje v umetnosti romantike in realizma ter zavrača vse in se upira vsemu, kar je meščansko oziroma povezano s komodifikacijo dobrin in želja. Pri Folantinu pa imamo opravka z revščino, ki potrošništvo in luksuzne dobrine moderne sveta zavrača in prezira preprosto zato, ker zanje nima sredstev oziroma ker ga takšna družba določa in hkrati presega. Obe drži vodita v pesimističen odnos do sveta in navsezadnje v nihilizem, pri čemer prva, boemska drža ponuja različne alternativne vrednote (bodisi socializem bodisi revolucijo), ki naj bi spodkopale obstoječi meščanski družbeni red, druga drža pa alternativnih vrednot nima, tako da še vedno latentno pristaja na vrednote meščanstva in potrošništva, ki pa jo presegajo. Lahko bi rekli, da imamo v obeh primerih opravka z različico Goldmannovega problematičnega posameznika, ki negira nastajajočo meščansko družbo kot družbo degradiranih vrednot, kakršna se izkristalizira v osemdesetih letih 19. stoletja in jo je s svojimi afirmativnimi deli in stališči v duhu buržoaznega progresivizma kot neodvisno liberalno družbo ustoličil Zola. Toda šele zavestna pesimistična drža, obupana ne le nad svetom, ki protagonist določa in presega, temveč tudi nad eksistenco nasploh, omogoči nastop pristnega antijunaka, ki bi ga lahko, če bi se ravnali po Goldmannovi teoriji, opisali kot do konca prignanega problematičnega posameznika. Eden prvih tovrstnih antijunakov je Jean Folantin, protagonist Huysmansove novele *À Vau-l'eau*, katere naslov bi lahko prevedli kot *Po zlu* ali *K vragu*.

---

<sup>38</sup> »Z marksističnega vidika je 'bonne fortune' mladega junaka bolj kot od kakršne koli njene lastne vrednosti odvisna od položaja njegove ljubice v verigi želje te semiotične ekonomije. Poleg njene uporabne vrednosti je dejansko njena prostitutška menjalna vrednost tisto, kar za kupca šteje, na kar ta računa in kar mu je pomembno. Na dirkah je njena menjalna vrednost predstavljena kot funkcija poželenja premožnih moških po njej, kolikor se ta suče med kočijami.« (Khan 2013: 283)

Joris-Karl Huysmans je *À Vau-l'eau* napisal v času, ko je pisal tudi roman *Proti toku*. Gre za nekakšen negativ stanja *splendid isolation*, ki se mu predaja aristokratski junak Des Esseintes, ko v podeželskem dvorcu uživa vse sadove modernega potrošniškega sveta. Huysmans je namreč Des Esseintesa zasnoval kot Folantina, ki ima dostop do razkošja, torej kot različico istega protagonista, ki ga določajo drugačne družbene silnice. Sprva je Huysmans nameraval delo poimenovati kar po protagonistu, in sicer *M. Folantin*, vendar mu je to preprečil sam Zola, ki je trdil, da to ime nikakor ne izreka tega, kar hoče besedilo posredovati. Huysmans je bil v svoji zgodnji fazi zagret zagovornik naturalistične šole in je mojstrovemu nasvetu prisluhnil, saj je tudi sam ugotovil, da ga je pri pisanju gnala abstraktna ideja, ne pa sam Folantinov lik: »Zolaju se zdi, da je naslov *Gospod Folantin* grozen, da nič ne pove, in poleg tega, glede na filozofijo novele, ne gre za gospoda Folantina, pač pa za osamljenega in žalostnega samca.«<sup>39</sup> Kot zaprisežen naturalist je Huysmans trdno verjel, da posameznika v skladu z determinizmom Hippolyta Taina, ki izhaja iz trojice *race – milieu – moment*, ženejo in določajo naravne in družbene sile, ki ga presegajo in na katere nima nobenega vpliva. S tega vidika je na mestu, da spomnimo na Bourdieujev komentar k Flaubertovi *Vzgoji srca*, po katerem so literarni junaki vrženi v polje, kjer jih premetavajo njegove silnice, oni pa se jim upirajo z močjo svoje volje, ki je lahko močnejša ali šibkejša, v primeru gospoda Folantina pa skoraj neobstoječa.

Folantin je tako stereotipen antijunak, da je pravzaprav že karikatura. Njegova usoda se zdi pravzaprav znana, kot bi bila v literaturi navzoča že od nekdaj. Takšna pa je prav zaradi svoje arhetipskosti, determinizma, ki ga je opazil tudi Zola, a v njej še ni zaznal ekstremov, s katerimi je Huysmans Folantinovo zgodbo pahnil v karikaturu in malone parodijo. Folantin je junak, ki ga je družba denarja povozila, njegov poraz pa je celovit in popoln.

Folantina že v izhodišču določajo skromne razmere, iz katerih je izšel. Imel je le enega prednika, ki je prišel do skromnega bogastva, a ga je zapravil. Pri svojih štiridesetih ima težave z vsem. Življenje mu predstavlja rutino, ki si jo je težko priboriti, še težje pa vzdrževati. Kot nižji uradnik na enem od ministrstev, na katerem je zadolžen za kopiranje uradnih dokumentov, zasluži natanko

<sup>39</sup> Iz Huysmansovega pisma založniku Henryju Kistemaeckersu z dne 31. decembra 1881 (Jourde 2019: 1531).

237,40 frankov na mesec.<sup>40</sup> Takšno plačo je v času pisanja novele prejemal tudi Huysmans sam, in sicer po precej dolgem uradniškem stažu, tako da je tesne razmere dobro poznal. Delo v pisarni je Folantinu neprijetno, saj ga starejši kolega moti z glasnim branjem časopisja. Kar zadeva domače razmere, stanuje v sobici, kjer ima sicer hišnika, ki skrbi za kurjavo, a je z njim nenehno nezadovoljen, saj ta ni sposoben pravilno zakuriti, tako da mora ogenj vedno znova zanetiti sam. Imel je tudi gospodinjo, a jo je odpustil, saj je kradla in počela različne nečednosti. Tudi telesno ni v najboljši formi: zaradi posledic nesreče v mladosti šepa. Toda njegova največja nadloga – in hkrati ponos, ki ga umešča na raven problematičnega posameznika – je to, da je samski, kar ga postavlja v položaj, ki je v osemdesetih letih 19. stoletja skoraj nevzdržen.

V tistem času je bila namreč celotna francoska družba prilagojena življenju v družini ali vsaj v paru. Meščanski sistem vrednot se je že tako razmahnil, da je Pariz dejansko funkcioniral po načelih, ki jih je v celoti določala buržoazija s svojo vse bolj množično potrošnjo. Pa vendar ta potrošnja ni bila v ničemer prilagojena samskim moškim – kaj šele samskim ženskam –, saj je merila večinoma na poročene ženske, ki so v veleblagovnicah zapravljele denar svojih mož, kot je v istem času nazorno prikazal Zola. Folantin je s tega vidika na napačnem bregu, in sicer tako simbolno, saj je obsojen na bedno samsko življenje, kot tudi topografsko, saj že vse življenje prebiva na levem bregu, v Faubourg Saint-Germainu, kjer prebivata obubožana aristokracija in malomeščanstvo in kjer je bore malo možnosti za razvedrilo ali vsaj družabno prehranjevanje.

Z vprašanjem prehranjevanja se približujemo srži Folantinovega bivanja. Ta je s svojo samskostjo obsojen na skoraj popolno izolacijo, ki jo prebijajo le trenutki, ko je v službi, in čas obedov. Ti mu zato pomenijo osišče življenja, četudi so pravzaprav njegov najbolj monotoni del. Vsa francoska prehranjevalna veriga je namreč prilagojena družinam, tako da so obedovalnice redke in slabe, restavracije pa drage in večinoma locirane na desnem bregu. Tako se Folantinovo bivanje sprevrže v nenehno tavanje v iskanju spodobnih obedov, pri čemer kulinarika simbolizira vso njegovo eksistenco.<sup>41</sup> Nekateri novelo označujejo tudi z oznako »de ci de là« (Jourde 2019: 1530), »tu in tam«, saj

---

<sup>40</sup> Frank iz osemdesetih let 19. stoletja bi bil danes vreden okrog pet evrov.

<sup>41</sup> Za podrobnejšo analizo Huysmansovega vpliva na pojmovanje in razvoj gastronomije gl. Novak 2018.

je Folantinovo življenje eno samo begajoče iskanje poti iz monotonije, ki ga vodi do malih udobjih gostinstva. Kajti Folantin bi se bil pripravljn zadovoljiti tudi z malim, če bi reči le delovale, kot je treba, a ga vedno znova razočarajo natakariji, nemarni kuharji in vsesplošna umazanija, ki vlada v obratih nižjega cenovnega razreda pa tudi v dražjih restavracijah. Tako je Folantin preizkusil že vse možnosti: od *bouillons*, ki so nekakšne menze za študente in boeme, do trgovcev z vinom, ki ponujajo tudi hrano in kjer si skuša ob pogledu na ješčee kočijaže priklicati apetit, ki sta mu ga vzela beda in kilavo zdravje:

Ko je gospod Folantin prispel do ulice Beaune, je še posebej občudoval nenasitni apetit kočijažev, ki so sedeli po gostilnah, in zgrabila ga je nekakšna lakota. Ti kosi govedine, ki so počivali na debeli steljici zelja, ta fižol z jagnjetino, ki je polnil majhne in težke krožnike, ti trikotniki brieja, ti polni kozarci so ga navdajali z občutkom, da bi lahko kar planil po hrani[.] (Huysmans 2019: 511)

Na sredi pripovedi se Folantin odloči, da bo prekinil svojo izolacijo in »savageerie« (Huysmans 2019: 512) ter si poiskal družbe, tako da bo navezal stike z ljudmi, ki jih bo srečal v restavracijah. Tako spozna sotrpina, gospoda Martineta, ki ga je svojčas videval v neki restavraciji in je zdaj postal gost v *table d'hôtes*, kamor povabi tudi Folantina. Ta se v zakajeni in hrupni gostilni znajde še slabše kot na svojih siceršnjih eksperimentalnih gastronomskih tavanjih in komajda pogoltno nemarno pripravljeno in postreženo hrano: »Kajpada, jedaća in vino so bili bedni, a še bolj bedna od pijače in vina je bila družba, v kateri smo družno žvečili, in tiste suhljate natakariice, ki so nosile k mizi, posušene ženske poudarjenih in strogih potez ter sovražnih oči.« (Huysmans 2019: 514)

Vsa ta Folantinova nesreća se dogaja na levem bregu Sene, kjer, kot je vedel že Balzac, delujejo bukinisti in knjigarji. Ker pa je ponudba tam omejena, se Folantin sicer stežka, pa vendarle poda na ekskurzijo na desni breg, kjer je družba bogatejša, trgovine modernejšee, potrošništvo pa že v polnem razmahu. Levi breg je kljub spremembam, ki jih baron Haussmann v sedemdesetih letih uvaja tudi v Faubourg Saint-Germainu, starejši in bolj dotrajan od desnega (kar se pozna po številnih uličicah, ki so imele izginiti pod rušilnimi posegi in prodorom avenij), predvsem pa trgovsko bistveno manj razvit. To se pozna tudi pri samem koloritu, ki ga obvladuje nekakšna večna sivina, še toliko bolj opazna pozimi. Kajti tudi glede na letne čase so gradacije pesimizma zelo jasne: poleti se Folantin v vroćini še nekako znajde in premetavajoć se med preznojenimi rjuhami ugotavlja, kako lepo je pravzaprav, da si mu jih ni treba deliti še s kakšno

nesnažno žensko ali, bognedaj, ob tem trpeti smradu po sesirjenem mleku, ki ga konsumirajo otroci. Če je poleti njegovo življenje še kolikor toliko znosno, se vse sfiži takoj, ko se pojavijo prva jesenska deževja z vlažno atlantsko sivino. Tedaj Folantin spet izgubi vsakršno upanje in si hodi z zavistjo ogledovat družinsko življenje za toplo ožarjenimi pritličnimi okni ali meščanska stopnišča, kjer tu in tam naleti na kakšnega meščana, ki iz kleti prinaša buteljko vina.<sup>42</sup> Toda že po nekaj obiskih Folantina razočarajo tudi restavracije na desnem bregu, zato se vrne na levi breg s prisego, da ga nikoli več ne zapusti.

Da bi se izvil iz primeža izolacije in neznosne rutine, se Folantin skuša zamotiti na različne načine. Najprej ga premamijo kopeli, kjer se zadržuje nekaj uric, preden odbije ura za večerjo, saj mu gre pravzaprav samo za to, da bi čas med obedi čim hitreje minil. Toda tudi ta radost kmalu uplahne. Zatem se skuša pripraviti do tega, da bi postal bibliofil, a ga tako zaradi bedne ponudbe kot zaradi omejenih sredstev komaj zanetena strast kmalu mine: doma ima nekaj ducatov knjig, ki jih zna na pamet, in dvomi, da ima dodajanje tej zbirki še kakšen smisel. V tem duhu se nekaj časa teši tudi z ogledovanjem grafik iz 17. stoletja,<sup>43</sup> a tudi v tem kmalu ne vidi več pravega smisla, saj si ne more privoščiti niti ene poštene izvirne grafike. Razlika med levim in desnim bregom je očitna tudi v samih trgovkah in tudi tu Folantin obžaluje nekdanjo patino, pri čemer ugotavlja, da se centri selijo in da vsa trgovina beži na desni breg, obenem pa se zgraža nad modernim Parizom, ki ga preplavlja vulgarna amerikanizacija:

Iz teh trgovin, v katerih naj bi spogledovanje trgovk pospešilo kupčijo, je vel bežen duh prostitucije. »Ah, dobra stara garda izginja; sicer pa se središča premikajo; danes vsi starinarji, vsi prodajalci luksuznih izdaj v tej četrti samo še vegetirajo in pobegnejo na drugi

---

<sup>42</sup> V tem početju je Folantin do neke mere podoben Hessejevemu Harryju Hallerju, ki v *Stepnem volku* na stopnišču svoje lepo urejene in po terpentinu dišeče stavbe obohava red in čistočo malomeščanskih stanovanj, preden prestopi prag svoje boemske izbe, kjer vlada vonj po cigarah in alkoholu. Vendar je Haller v tem v resnici bližji Sartrovemu Roquentinu, saj ga žene nekakšno sovraštvo do malomeščanstva, ki ga spremlja prikrito občudovanje, medtem ko Folantin v svojem zalezovanju vidi neke vrste uteho in se ne sprašuje o človekovi biti.

<sup>43</sup> Huysmansovo navduševanje nad grafiko pronica tudi v roman *Proti toku*, v katerem si Des Esseintes svoj rdeče tapecirani budoar v celoti opremi z grafikami pozabljenega nizozemskega grafika Jana Luykena, ki vse po vrsti uprizarjajo inkvizicijska mučenja, Des Esseintesu pa predstavljajo neprecenljiv vir informacij o navadah in predmetih iz časa njihovega nastanka (Huysmans 2019: 586).

breg reke, čim se jim iztečejo najemi. Čez deset let bodo braserije in kafeji zavzeli celotno nabrežje! Ah, očitno Pariz res postaja nekakšen beden Chicago!« Ves melanholičen si je gospod Folantin ponavljal: izkoristimo čas, ki nam še ostaja pred dokončno invazijo primitivnosti Novega sveta! (Huysmans 2019: 510)

Ko naposled odkrije možnost, da bi mu iz nove slaščičarne, ki posluje tudi kot delikatesa, *traiteur*, prinašali hrano na dom, se odloči, da bo svojo garsonjero olepšal in dejansko opremil s kosi ne le najnujnejšega pohištva. Zato se poda v prvo veleblagovnico na levem bregu, Le Bon Marché, kjer se pusti streči vsiljivim in nadležnim *commis* in *calicots*, kakršne prav v tistem času opisuje Zola, in se naposled odloči za nakup preproge in zaves. Po tej spremembi se doma sprva počuti udobno in prijetno, vendar se hrana, ki jo dostavlja *traiteur*, kaj kmalu pokvari (sestavljena je vedno iz iste juhe in trdega, žilavega zrezka z neprepoznavno zelenjavno prilogo), dostavljač pa prihaja vse bolj nesnažen.

Ta ekskurz v razkošno veleblagovnico je za Folantina, ki pravzaprav sovraži luksuzno trgovino, še zadnji zdihljaj, preden popolnoma obupa in prepusti potrošništvo drugim, predvsem tistim na desnem bregu, ki nakupujejo v veleblagovnicah, kot sta Louvre in Printemps, se pravi, v veleblagovnicah, po katerih se je zgledoval Zola, ko je pisal roman *Au Bonheur des Dames*: »Bil je človek, ki je sovražil luksuzne veleblagovnice, človek, ki za noben denar ne bi šel k elegantnemu frizerju ali k modernim špeceristom, pri katerih kar puhti od plinskih svetilk; vseh so mu bile samo stare in preproste trgovinice, kjer so te sprejeli po domače, kjer te trgovec ni hotel oslepariti in ponižati s svojim bogastvom.« (Huysmans 2019: 520)

Potem ko je Haussmann zradiral že večino srednjeveških uličic, ki so še krasile Faubourg Saint-Germain, mu od ljube četrti ostane le še trg Saint-Sulpice.<sup>44</sup> Ta ga spominja na stare čase, ko se je sprehajal po cvetličnem trgu. Zdaj z mize trgovca z vini na vogalu Rue du Vieux Colombier in Rue Bonaparte nostalgično opazuje omnibuse, katerih linije se končujejo na trgu, ki ga krasita vodnjak s kipi štirih katoliških oratorjev, in *cabinet de lecture*.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Trg in cerkev Saint-Sulpice Huysmansa med drugim spremljata tudi v romanu *Là-Bas* (Tam spodaj), v katerem je Carhaix zvonar prav v tej cerkvi.

<sup>45</sup> Čitalnice oziroma *cabinets de lecture* so bile v času, ko so bili romani povprečnemu kupcu cenovno nedostopni, glavni vir bralne kulture (in tudi knjigotrškega odjema), saj so ponujale izbor knjižnih novitet ter časopisov in revij.

Folantinovo življenje, naj bo še tako absurdno in karikirano, pravzaprav v celoti določa potrošništvo. Vse v noveli se dogaja v odnosu do dobrin, trgovine, storitev in s tem povezanih želja, ki so že v celoti komodificirane, saj imajo vsaka svojo ceno. Menjalna vrednost je skoraj v celoti izpodrinila uporabno, vendar komodifikacija v nasprotju z *Vzgojo srca*, kjer je še prikrita in neizrečena, v Huysmansovi noveli poteka vsem na oči, kot da je potrošništvo dokončno zasedlo vodilno vlogo v družbi. Medtem ko je Frédéric Moreau svoje težnje po družbenem statusu še uravnaval posredno, skoraj sublimno, in preko določenih zvez ali razmerij, je Folantinovo življenje več kot očitno določeno v razmerju do dobrin in storitev, ki so kvantificirane s tržno vrednostjo.

Ne želja po slavi, ki jo je mogoče pridobiti z denarjem (Rubempré), ne status, ki ga denar lahko zagotovi, a protagonista pravzaprav ne zanima (Moreau), pač pa gola potrošnja določa Folantinovo življenje ter ga premetava sem in tja po življenjski poti, ki pa ne poteka znotraj polja moči ali polja umetnosti, pač pa na robovih obeh polj, na obrobju same moči in umetnosti, na levem bregu. Medtem ko je šlo pri Balzacovem Rubempréju za menjalno vrednost blaga, ki je prevladala nad uporabno, in je pri Flaubertovem Moreauju menjalno vrednost, četudi zgolj sublimno, dobila vsaka želja, tudi ljubezenska, je pri Huysmansovem Folantinu potrošnja postala prevladujoča silnica v družbi: produkcija dobrin za trg kot proizvajalec želja postane ultimativni porok človekove sreče (ali nesreče), za katero skrbi izobilje (ali pomanjkanje) dobrin in storitev, postavljenih na trg.

To, za literaturo popolnoma novo problematiko Huysmans razvije v pesimistični (negacionistični) obliki, Zola pa v optimistični (afirmativni). Huysmans protagonista vrže v družbo menjave, ki ga določa in presega, medtem ko ga Zola postavi v družbo menjave, ki ga sicer določa, a gre v korak z njo, jo obvladuje, izgrajuje in celo nadgrajuje. Medtem ko Huysmansovega Folantina družba potrošništva povozi, jo Zolajeva Denise v romanu *Au Bonheur des Dames* sprejme, se v njej znajde in jo naposled nadgradi. Sam Zola v pripravljanih spisih o Denise piše: »razvijem jo sredi elegance veleblagovnice, tam se naredi« (Zola 1882: 13). Zolajevi protagonisti se ne le zlijejo z duhom časa kakor Balzacovi, temveč duha časa dejavno soustvarjajo.

Vsi Folantinovi podvigi, vsa njegova tavanja, vsi njegovi ekskurzi so zaznamovani z eno samo željo: biti srečen, zagotoviti si skromno, a udobno življenje

v okviru pravil meščanskega življenja (ki jih Folantin sicer prezira, vendar z drugačne perspektive kakor Des Esseintes, ki jih prezira kot aristokrat po rojstvu in okusu). Folantin si želi spodobnega obeda, poštene gospodinje in sposobnega hišnika. Želi si kvalitetne literature, dobro natisnjenih grafik in pristnih urbanih prizorov. Pogreša igralce z glasom, stasom in značajem, stare pariške uličice in prijazne trgovke minulih dni. Želi si zdravja, topline in ljubezni. Želi si poštenega, pristnega bivanja, *une existence probe*.<sup>46</sup> Vse to je v osemdesetih letih 19. stoletja v Parizu sicer že dostopno v obliki številnih storitev in dobrin, četudi v omejenem obsegu in le na določenih mestih ter predvsem za družine. Vendar Folantin ne najde ničesar po svoji meri, nič mu ne ustreza: ne gospodinja, ne zdravila, ki jih kupuje, ne knjige, ki izhajajo (pišejo jih *imbéciles*, zbirajo pa *bons maniaques*), ne grafike, ki se prodajajo, ne hrana, ki se ponuja, ne družba, ki se poraja, ne predstave, ki se igrajo. Komodificirani objekt želje, ki ga je Moreau videl v gospe Arnoux, vidi Folantin v večerji, ki jo prinaša *traiteur*. Ko prvi večer pričakuje dostavljavca hrane, je ravno tako neučakan kakor Moreau, ko v hotelski sobi čaka na prvi zmenek z gospo Arnoux.

Ko Folantin ne vidi več nobenega izhoda, se kot k zadnji utehi zateče h konsumpciji trdo kuhanih jajc, ki jih kombinira s solatami, vendar ga začne špeceristka kmalu goljufati in mu prodajati gnila jajca, saj se kot samski človek nanje vendar ne spozna (Huysmans 2019: 528). Ko naposled »nekega večera brska po jajcih, ki smrdijo po scanju«,<sup>47</sup> in se njegova eksistenca dokončno prevesi v polom in absurd, ga doleti pismo o smrti tete Ursule, redovnice, na katero je že pozabil, to pa ga spomni na obljubo odrešitve, kakršno ponuja religija, in se mu začne tožiti po veri, ki je ni nikoli zares imel. Tu se novela bežno dotakne metafizike, a brez posledic za samo pripoved, saj usoda Folantina znova pahne v naročje najhujše banalnosti, in sicer v podobi ženske, ki se mu vsili pri gostilniški mizi in ga zvleče k sebi domov. Folantin si je ne želi, saj se mu zdi grda in je izgubil še tisto malo volje do mesenosti, ki je je premogel na začetku novele, a ga ženska prisili v odnos, za kar mu izvleče tudi nekaj denarja.

<sup>46</sup> *Probité* je sicer vrlina, ki jo Huysmans išče v vsem svojem opusu. Pomembno mesto zaseda tudi v romanu *Là-Bas*, v katerem si protagonist Durtal želi juhe in nasploh meščanske hrane, ki je po svojem bistvu *probe*, pristna.

<sup>47</sup> »Un soir qu'il chipotait des oeufs qui sentaient la vesse« (Huysmans 2019: 529). To je bil eden najbolj citiranih stavkov, ko je šlo kritiki za smešenje naturalizma kot zadnje instance banalnosti in v končni fazi nesmisla, torej tudi absurda človekovega bivanja.

## Arthur Schopenhauer in formiranje pesimizma v findesièlovski literaturi

*À Vau-l'eau* nam kaže, kako je potrošniška družba udarila po sleherniku, ki je tudi njen glavni odjemalec – njeno ciljno občinstvo, če se izrazimo v marketinškem jeziku –, četudi jo Folantin v bistvu prezira. Medtem ko je bil Balzacov Lucien de Rubempré še izjemen junak, ambicioznej z najvišjimi cilji, ki mu je šlo za vpliv in slavo, ki si jo lahko zagotovi z denarjem, je Flaubertov Frédéric Moreau že odčarani antijunak, utrujen od lastnih želja, ki pa se še giblje znotraj polja moči in ga skuša sooblikovati ali v njem vsaj sodelovati. Nasprotno je Folantin že v celoti *monsieur tout le monde*, ki v ničemer ne prebija povprečja, popolnoma vsakdanji junak brez vsakršnih ambicij v katerem od polj, se pravi, antijunak, ki ga družba v celoti presega in peha na rob obupa.

Vse to Folantina sicer potiska v območje determinizma, kakor ga je postularil Hippolyte Taine v razpravah *Histoire de la littérature anglaise* (Zgodovina angleške literature, 1863) in *Filozofija umetnosti* (1865), v katerih je zagovarjal tezo, da človeka določajo *race, milieu* in *moment*; po Tainu je človek produkt rodu, v katerega se je rodil, delavskega, meščanskega oziroma plemiškega okolja, v katerem je odraščal, in zgodovinskega trenutka, v katerem se je znašel, najsi bo ta revolucionaren, monarhičen, industrijski ali potrošniški. Na te determinante je prisegal naturalizem, v tistem času osrednja literarna usmeritev, ki jo je zagovarjal in vodil sam Zola. Huysmans se je kot zvest učenec velikega mojstra redno udeleževal t. i. médanskih večerov (*les soirées de Médan*), kamor so zahajali tudi Maupassant in drugi Zolajevi privrženci, in prisegal na naturalistični determinizem. Zola je menil, da človek ne more ubežati elementom, ki ga določajo ne glede na to, kaj se dogaja v njegovi notranjosti, srcu in psihi. V Tainovem determinizmu je Zola prepoznaval znanstveno podlago samega romana, ki mu je veljal za *le roman expérimental*. Tovrstnemu eksperimentalnemu romanu pa je namenil vlogo nekakšnega okvira, v katerem so se izvajale študije nravi (*études de mœurs*), ki jih je Zola izvajal kot nekakšne laboratorijske eksperimente s človeško materijo (Zola 1881).<sup>48</sup> Tako je Zola poljubno število junakov, ki so bili različnim družinam rojeni v različnih okoliščinah, potopil v zgodovinsko snov kot v nekakšno juho, s katero so se spojili kakor v kemijskem poskusu. *Pot-Bouille*

<sup>48</sup> V spisu *Le roman expérimental* (Eksperimentalni roman) se je Zola oprl na teorijo medicine, ki jo je razvil zdravnik Claude Bernard.

(V kipečem loncu) tako obdeluje meščansko prešuštvo, *Au Bonheur des Dames* veleblagovnice, *Germinal* rudarstvo, *Denar* pa borzo in bančništvo.

Ta način dela je Zola priporočal tudi svojim učencem in Huysmans je s svojimi zgodnjimi romani *Martbe*, *En Ménage* (V zakonu) in *Les Sœurs Vatard* (Sestri Vatard) zares ustvaril razmeroma zgledne primerke naturalistične proze (četudi mu je morda primanjkovalo Zolajeve pripovedne mehanskosti in avktorialne neprizadetosti). Vendar je Huysmans v človeški naravi kmalu začutil še nekaj čisto posebnega, enkratnega in morda celo vzvišenega, nekaj, česar ni mogoče predvideti in do kraja obdelati v okviru naturalističnih in determinističnih vzorcev. Tako je že zgodaj ugotavljal, da gre Tainova doktrina lahko tudi v obratno smer in da lahko determinizem poteka tako rekoč *à rebours*, proti toku, ko gre za velike umetnike, na katere milje vpliva v nasprotni smeri, »skozi upor, skozi bes, ki jim ga vzbuja, namesto da bi jim dušo oblikoval, prilagodil po svoji podobi«; tako je na primer Des Esseintes, protagonist romana *Proti toku*, »istočasno produkt svojega rodu in upornik proti svojemu miljeju« (Jourde 2019: 1562). Toda prvo prelomnico z determinizmom predstavlja prav *À Vau-l'eau*, ki sicer junaka v celoti podvrže silnicam narave, miljeja in trenutka, vendar ga sprevrže v fatalistično karikaturu, v antijunaka, ki mu ne spodleti tragično, temveč komično. To pa je po Zolaju že bilo problematično, četudi je odobral Folantinov kruti zdrš v obup in melanholijo (Jourde 2019: 1533) in upal, da se je Huysmansu primeril le začasen zdrš in da se bo kmalu vrnil na zveličavno pot determinizma.

To Zolajevo prepričanje se je izkazalo za povsem zmotno. Medtem ko je Zola kakor lokomotiva brez prestanka silovito in točno prihajal na različne postaje, na katerih je odlagal svoje romane, napredujoče v rednem ritmu treh strani na dan, je Huysmans pomen lokomotive videl prej v duhu, kakršnega je opisal v romanu *Proti toku*, in sicer kot alegorijo blondinke in brinetke (v podobi lokomotiv inženirjev Cramptona in Engertha), ki v svoji izumetničenosti (*artifice*) prekašata vse, kar sta ustvarila narava ali Bog (Huysmans 2019: 556). Huysmans si je želel raziskovati drugje in drugače, Zolajev način dela in razmišljanja ga je začel dolgočasiti, kar je postopoma priznaval tudi samemu učitelju, v predgovoru k romanu *Proti toku*, ki ga je napisal dvajset let po prvem izidu, pa je to priznal tudi javno (Huysmans 2019: 717). Huysmans se po noveli *À Vau-l'eau* namreč ni več vrnil k determinizmu, saj je z romanom *Proti toku* povsem skrenil z Zolajeve poti in pokazal, da ga zanima scela drugačen način pisanja in razmišljanja, s čimer je pravzaprav postavil temelj dekadentne proze, ki je bila

naturalistom kajpada tuja. Od Zolaja in eksperimentalnega romana se je še bolj oddaljil v romanu *Là-Bas* (Tam spodaj), ki se spogleduje s satanizmom, dokler ni sprejel katoliške vere in se predal pisanju religioznih romanov. Huysmansa tako žene dvojni upor, in sicer najprej upor do Zolajevega neizprosnega determinizma, zatem pa še upor do katoliške vere, ki se ji Huysmansovi protagonisti krčevito izmikajo in ki jo celo blatijo (za kar se je Huysmans kasneje vsepovsod na široko opravičeval). Črni humor, ki poganja slog *À Vau-l'eau*, tako hkrati negira Zolajevo pojmovno in pripovedno strogost ter katoliško vero, ki pridiga o odrešenju klavnih življenj, kakršno živi Folantin.

Huysmansov dvojni upor deloma izhaja iz filozofije, ki je bila tedaj v zraku in s samim zolajevskim determinizmom ni imela nobene zveze. Gre za Schopenhauerjev historični pesimizem, ki je kot filozofski sistem vidno zaznamoval literarno in duhovno obzorje konca 19. stoletja, hkrati pa začrtal pot tudi generičnemu pesimizmu kot pomembni miselnosti 20. stoletja, ki kot opozicija optimizma zadeva tudi našo raziskavo potrošniške družbe v moderni literaturi.

Huysmans se je s Schopenhauerjevim naukom najverjetneje seznanil s pomočjo prvega francoskega prevoda njegovega dela, izbora z naslovom *Pensées, maximes et fragments* (Misli, maksime in fragmenti), ki ga je leta 1880 priobčil prevajalec Jean Bourdeau (Jourde 2019: 1540, 1593). Integralni francoski prevod Schopenhauerjeve knjige *Svet kot volja in predstava* (*Die Welt als Wille und Vorstellung*) je namreč izpod peresa drugega prevajalca (sicer s podobnim priimkom: Augusta Burdeauja) izšel šele leta 1888, torej nekaj let po izidu obravnavanih Huysmansovih romanov. V prvem izboru se prevod stavka, ki je bil za Huysmansa odločilen, glasi: »La vie donc oscille, comme un pendule, de droite à gauche, de la souffrance à l'ennui«; v integralni izdaji pa beremo: »La vie de l'homme oscille, comme un pendule, entre la douleur et l'ennui« (Jourde 2019: 1540).

Pesimizem, ki je bil v modi konec 19. stoletja, naj ne bi imel veliko skupnega s Schopenhauerjevimi dejanskimi teksti: večina pisateljev tistega časa, vključno z Huysmansom, jih je poznala le po zaslugi izborov in knjige aforizmov, ki jo je sestavil prevajalec Jean Alexandre Cantacuzène (Schopenhauer 1880). Zato velja nekaj besed posvetiti izvirnemu tekstu, ki kljub vsemu podaja bistvo tega, kar se kaže tudi v Huysmansovih romanih, predvsem v noveli *À Vau-l'eau* in v kasnejšem romanu *Proti toku*. Poglavlje »Von der Nichtigkeit und dem Leiden des Lebens« iz četrte knjige *Die Welt als Wille und Vorstellung* jasno govori

o tem, da ni življenje pravzaprav nič drugega kot vnaprej izgubljena bitka s smrtjo. Vsaka človeška težnja je vnaprej obsojena na propad, saj gre zgolj za bolj ali manj mučno in boleče spopadanje z minljivostjo, tako da je življenje v bistvu eno samo prelaganje neizbežnosti smrti, ki pomeni dokončen poraz:

Kajti sleherno stremljenje izhaja iz pomanjkanja, iz nezadovoljstva s stanjem, in je torej trpljenje, vse dokler ni potešeno; vendar nobena potešitev ni trajne narave, prej gre za izhodišče novega stremjenja, [...] naša hoja je nenehno ovirano padanje, življenje našega telesa je zgolj vztrajno ovirano stremljenje, vedno le odlagana smrt. (Schopenhauer 1978: 374)

Po tem nauku je torej življenje pravzaprav stremljenje, ki ga venomer nekaj ovira, vsak korak je le spotika, življenje je le brezupno spotikanje do smrti, ki jo s svojim stremljenjem pravzaprav zgolj odlagamo in tako odlašamo z njeno dokončno zmago nad našimi življenji:

Temelj vsakega hotenja je potreba, pomanjkanje, torej bolečina [...]. Če pa nam tedaj zmanjka objektov hotenja, saj nam morda prelahka zadovoljitev spet vzame željo po njih, nas popadeta strašna praznina in dolgčas: torej nam samo bistvo in bivanje postaneta nevzdržno breme. Naše življenje tako niha, kot nihalo, sem in tja med bolečino in dolgčasom, ki oba v bistvu predstavljata fiksna sestavna dela našega bivanja. (Schopenhauer 1978: 375)

Človek je torej že v osnovi podvržen pomanjkanju, vedno nezadovoljen, saj stalno nekaj potrebuje, z njim je vedno nekaj narobe, zmerom si nečesa želi, a ta potreba ni nikoli zares potešena, nikdar resnično zadovoljena – a tudi če je, nas zaradi prelahke izpolnitve popade dolgčas. Zato nihamo med bolečino, ki jo povzročata nenehno pomanjkanje in želja, da to pomanjkanje zapolnimo, in dolgčasom, ko je ta želja morda potešena in pomanjkanja ni več:

Življenje je morje, polno čeri in vrtincev, ki se jim človek izogiba z največjo skrbnostjo in previdnostjo, čeprav ve, da je, četudi se mu z naprezanjem in spretnostjo uspe izogniti vsem oviram, z vsakim korakom bližje največjemu, popolnemu, neizogibnemu in nepopravljivemu brodolomu, ki mu pravzaprav ves čas prihaja naproti, tj. smrti. (Schopenhauer 1978: 376)

Po Schopenhauerju je človek torej obsojen na smrt in pri tem mu nič ne pomaga. V tako skrajnem determinizmu zlahka prepoznamo fatalizem, ki se jasno razlikuje od determinizma, ki je krojil naturalistično prozo. V Zolajevih romanih gre namreč za pozitivistično raziskovanje korenin, okoliščin in vzrokov za polome in zmagoslavja romanesknih likov, to raziskovanje pa spremlja dobra mera optimizma in vere v človekovo sposobnost krojenja usode. Zolajev determinizem

ni bil vnaprejšnja obsodba na propad in smrt. Smrt je seveda prej ali slej čakala vsakega od naturalističnih protagonistov, ni pa ta dokončni polom določal ali celo usmerjal njihovih existenc. Bolj kot smrt je Zolaja zanimalo vse tisto, kar je bilo pred njo, vse tisto kljubovanje, izmikanje čerem in globelim, ki se zdi Schopenhauerju nesmiselno.

Folantinova pot oziroma tavanje je pravzaprav fizična ponazoritev Schopenhauerjevih besed, in sicer bistveno bolj kakor Des Esseintesova. Ta je Schopenhauerja označil za filozofa, ki je življenju zadal končni udarec, s tem ko ga je brezpogojno definiral in o existenci izrekel zadnjo besedo. Des Esseintes je v tem smislu teoretik, Folantin pa praktik pesimizma. Folantin na poti do poštenih restavracij in spodobnih obedov, ko ga tako rekoč na vsakem koraku nekaj ovira, najsi gre za umazanijo ali pa bebavost drugih gostov, plastično uprizarja Schopenhauerjev nauk, saj jasno prikazuje protagonistove želje in potrebe po spodobni hrani, toplem domu in dobro zakurjenem kaminu. To so Folantinove osnovne potrebe in želje, njihovo izpolnitev pa nenehno ovira bodisi hišnikova nesposobnost bodisi zanikrnost kuhinje. Vsakič ko se skuša izogniti tem čerem, ugotovi, da vse skupaj nima smisla, saj se na koncu »zgodí samo najhujše« (Huysmans 2019: 533). Ko pa gre za zadovoljevanje višjih potreb, kot so knjige, slike, gledališče, družba ali celo ljubezen, Folantina stalno ovira neumnost in vulgarnost soljudi, ki bodisi slabo pišejo bodisi slabo igrajo. Nič bolje ni s samim urbanim tkivom, ki mu je še nedavno dajalo določeno uteho (saj so bile uličice nekoč slikovite in je v njih lahko opazoval pristno življenje). Z Hausmannovimi preboji in rušenji pa tudi na tem področju naleti na eno od schopenhauerjevskih ovir, ki se ji sicer skuša izogniti, tako da sloni v restavraciji nad trgom Saint-Sulpice, ki je še edini ostal bolj ali manj nedotaknjen, vendar zaman. Tako nazadnje ugotovi, da nič več nima smisla in da je vse obsojeno na propad, pri čemer tudi citira Schopenhauerjev stavek, ki navdahne tudi naslov *A Vau-l'eau*:

Dojel je nesmiselnost menjavanja smeri, brezplodnost zagonov in naporov; »treba se je prepustiti [il faut se laisser aller à vau-l'eau]; Schopenhauer ima prav,« si je rekel, »življenje niha, kot nihalo, sem in tja med bolečino in dolgčasom. Zato nima popolnoma nobene smisla, da bi skušali pospešiti ali zavreti tiktakanje ure; preostane nam le, da prekrižamo roke in skušamo zaspati; »brez smisla sem se silil, da bi obnovil pretekla dejanja, da bi hodil v gledališče, pokadil dobro cigaro, jemal okrepečila in hodil k ženskam; brez smisla sem zapustil eno slabo restavracijo, da bi zahajal v drugo, ki ni nič manj slaba, vse to pa zato, da bi se naposled znašel med packarijami nekega slaščičarja! [...] Ah, očitno lepega življenja za tiste brez cvenka ni; zgodi se samo najhujše.« (Huysmans 2019: 533)

Ker je Huysmans sam izpostavil vpliv *Vzgoje srca* na naturalizem – in bržkone zlasti nanj samega (Huysmans 2019: 715) –, se zdi primerjava s slovitim prvim odstavkom predzadnjega poglavja Flaubertovega romana, kjer Moreau prav tako razmišlja o smiselnosti svojih dejanj, neizogibna:

Popótoval je.

Spoznal je otožnost parnikov, prebujanje v mrazu pod šotorom, omamljenost spričo pokrajini in razvalin, grenkobo nanagloma pretrganih srčnih nagnjenj.

Vrnil se je.

Hodil je med ljudi in imel še druge ljubezni. Toda zaradi nenehnega spomina na prvo so se mu vse zdele prazne in puhle, pa tudi silovitost poželenja in slast občutkov sta izginila. Enako se je unesla častihlepnost njegovega duha. Leta so minevala, on pa je trpel brezdelje svojega razuma in lenobo svojega srca. (Flaubert 1969b: 263)

Četudi Huysmans trdi, da naturalizem ni dopuščal izjem od povprečnega človeškega življenja in da je prav Flaubert v svojem romanu ustvaril »bitja, kolikor mogoče podobna zlati ljudski sredini« (Huysmans 2019: 714), je v Flaubertovem koncu razočaranje, sicer še maskirano z nekdanjo »čisto« ljubeznijo, že očitno, v njem pa se zrcali tudi že protagonistov neuspeh zaradi presahnjene volje in intelektualne ambicije. S tem je Flaubert izpovedal polom in zlom junaka, ki ga sicer ni ustavila smrt, pač pa brezvoljnost in jalovost, s čimer je postal anti-junak, kot takšen pa je kajpada vendarle izstopil iz sivine povprečnega življenja. V Flaubertovem koncu je že čutiti pesimizem, četudi še ni izrečen. Izrekel ga je šele Huysmans, ko je poanto svoje novele strnil v en sam Folantinov stavek: »Ah, očitno lepega življenja za tiste brez cvenka ni; zgodi se samo najhujše.« (Huysmans 2019: 533) Pri tem je pomembno, da je schopenhauerjevska bolečina v huysmansovski različici povezana predvsem s pomanjkanjem prvine, v odnosu do katere se je literatura 19. stoletja vede ali nevede formirala in konstituirala, namreč denarja. Skozi denar je pronicalo tedanje meščansko povprečje in njegova *valeur médiatrice* je v celoti izrinila *valeur médiatisée* pristnih obedovalnih in umetnostnih postaj, ki jih pogreša Folantin.<sup>49</sup>

<sup>49</sup> O vlogi denarja kot vzpenjajočega se jamstva sreče razmišlja tudi David H. Walker v sklepu svojega poglavja o noveli *À Vau l'eau*: »Potrošnik z omejenimi viri vidi odrešitev le v tem, da postane bogat potrošnik. Zdi se, da posameznik, ki je prej nasprotno razvoju nakupovalnih navad, sanja o novi dobi, v kateri lahko vse več denarja kupi vse več sreče.« (Walker 2011: 66)



---

# *Les grands bazars*: znanilci modernega potrošniškega optimizma

Pasaže, predhodnice veleblagovnic

**W**alter Benjamin je v letih 1927–1940, torej vse do konca življenja (ki ga je končal s samomorom v španskih Pirenejih na begu pred nacisti), zbiral gradivo za nekaj, kar je obravnaval kot materialno zgodovino 19. stoletja. Gmota fragmentov, ki so se ohranili v Francoski nacionalni knjižnici in so bili dolga leta nepoznani, je leta 1982 izšla pod naslovom *Das Passagen-Werk* (Razprava o pasažah). Celota velja za enega največjih eksperimentov v zgodovinopisju 19. stoletja in v zgodovinopisju nasploh. Benjamin je namreč s pomočjo zbiranja drobcev materialne zgodovine iz obdobja restavracije, julijske monarhije in zlasti drugega cesarstva zasnoval nekakšno *histoire totale* 19. stoletja. Svojo historiografsko montažo je utemeljil na postopku filmske montaže in iz sestavljanke drobcev ustvaril veliko zgodbo stoletja, ki je vpeljalo moderno dobo. Na podlagi fragmentov, citatov in zaznamkov, ki jih Benjamin postavlja v ospredje, naj bi teorija in interpretacija priskrbeli okostje, ki ga avtor asketsko umika v ozadje (Tiedemann 1983: 13).

Benjaminu sicer gradiva ni uspelo preliti v dejanski opus magnum, a je iz zapiskov in osnutkov poglavij črpal in zasnoval marsikaj, kar je dokončal, med drugim *Umetnino v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati*. Za našo raziskavo je *Das Passagen-Werk*, ki je sicer z metodološkega vidika dragocen vir za filozofijo zgodovine, zanimiv predvsem zaradi samega gradiva, ki je Benjaminu vodilo pri strukturiranju celote. Tako trgovske pasaže – ki jih je posthumna objava postavila v naslov – Benjaminu predstavljajo zametek in hkrati simbol duhovne in družbene zgodovine Pariza v letih 1812–1870, se pravi, zgodovine, ki je imela ključen vpliv na konstituiranje globalne potrošniške družbe.

Za našo raziskavo sta najbolj relevantna uvodni esej o Parizu kot prestolnici 19. stoletja, ki kot edini zares dokončan odlomek uvaja v opus fragmentov, in prvi del fragmentov, ki pod naslovom »A [Passagen, magasins de nouveauté(s), calicots]« obravnava pasaže kot predhodnice veleblagovnic.

Pasaže, ki dajejo delu naslov in so pravzaprav le ena od njegovih tem, so prehodi, ki so jih že v času restavracije začeli graditi, da bi povezali določene dele težje dostopnih pariških ulic in ustanov. Pasaže, ki so v sprva navduševale s svojo modernostjo, so pozneje to povezovalno funkcijo izgubile (Tiedemann 1983: 15). V enem od fragmentov Benjamin zapiše, da je zamisel za prvo pasažo pravzaprav prišla tedaj, ko so pariško operno hišo povezali z bulvarjem, da so lahko gostje po predstavi po suhem odšli do bulvarja, ne da bi racali po blatnih pariških ulicah, ki tedaj še niso izgubile svoje srednjeveške podobe (Benjamin 1983: 84). Šlo je torej za nekakšen urbanistični poseg, ki ga je narekovalo vreme oziroma njegove neprilike, v povezavi z družabnim življenjem. Večina pasaž – marsikatera od njih obstaja še danes – je nastala v desetletju in pol po letu 1822, prvi pogoj za njihov razvoj pa je bil razmah trgovine s tkaninami in oblačili: »To so predhodnice veleblagovnic.« (Benjamin 1983: 61) Drugi vir pasaž so prve kovinske konstrukcije, ki so v dvajsetih letih 19. stoletja začele zamenjevati lesene, vrhunec pa so dosegle v času Haussmannovih prenov v šestdesetih letih. Obenem je pomembno vlogo pri nastanku pasaž odigrala plinska ulična razsvetljava, ki se je začela pojavljati v istem obdobju, širše pa se je uveljavila v drugem cesarstvu.

Pasaže, ki imajo sprva zgolj povezovalno in varovalno vlogo, se kmalu prelevijo v trgovske uličice, ki povezujejo velike prometne žile ter ponujajo bogato pariško modno (in drugo) ponudbo. Njihova trgovska narava pa se sčasoma poveže tudi z bivanjsko, saj urbanistična zasnova, ki jo predstavljajo njihovi dolgi preboji, kamor svetloba priteka skozi steklene stropove, ponuja odlično izhodišče za pohajkovanje in sprehajanje – t. i. flaniranje –, ki ga ne ovirata dež in veter. *Flâneur* je – tudi po zaslugi Fourierjeve utopije, ki je pasažam določila bivanjsko funkcijo (Benjamin 1983: 63) – postal eden osrednjih pojmov 19. stoletja, in sicer kot dejavnost, ki ključno zaznamuje boemski način življenja, kakršnega je po Benjaminu posebjal Baudelaire (ki mu je posvečen najboljše del *Passagen-Werk* /Benjamin 1983: 301–489/). Pasaže tako postanejo *rues-galleries*, ulice-galerije, ki flanerju ponujajo optimalno varstvo in sprehajalno okolje: »Mesto z njimi pridobiva strukturo, ki iz njega s trgovinami in stanovanji sestavlja idealen dekor za flanerja.« (Benjamin 1983: 64)

## Legitimacija blaga skozi duha kot baudelairovsko zlitje visokega in nizkega

Preobrazba mesta v bivalno okolje je povezana tudi z novim zanimanjem za dekor in oblikovanje, ki se razširi v času vladavine kralja Ludvika Filipa. Že v Balzacovih romanih pohištvo in okrasni predmeti, *bibelots*, zaznamujejo svet likov, še pomembnejši pa postanejo v Flaubertovi *Vzgoji srca*, v kateri Moreau razmišlja o predmetih, ki obdajajo gospo Arnoux in se postopoma selijo od ene Arnouxeve ženske do druge, vse dokler dragocene skrinjice, kamor je gosa skrivala svoja pisma, naposled na dražbi ne kupi kar užaljena nekdanja ljubica. Benjamin v zvezi s tem govori o pojavu zasebnika, posameznika (*particulier*), katerega bivanjski prostori se v času julijske monarhije, ko se utrdi meščanski pojem urada kot delovnega mesta, prvič ločijo od delovnih prostorov, to pa vzpostavi interierje, ki jih krasi dekor: »Od tod fantazmagorije interierja; ta za posameznika predstavlja univerzum [...]. Njegov salon je loža v teatru sveta.« (Benjamin 1983: 67)

S kopičenjem in zbiranjem umetnin, oblikovalskih predmetov, *bibelots*, spominkov, *japonaiseries* (ki sta jih popularizirala brata Goncourt, likovni umetnosti pa jih je predstavila Fantin-Latourova slika *Atelje v Batignolles*), slik in knjig posameznik predmetom daje novo legitimnost. Njihovo uporabno vrednost, ki biva v njihovi estetskosti in funkcionalnosti, združuje z njihovim trgovskim značajem, ki ga odseva njihova menjalna vrednost, s čimer jim pripisuje simbolni pomen in jih umešča v sfero simbolnega kapitala. Predmeti, ki zasebniku v času Ludvika Filipa predstavljajo dekor in določajo njegovo notranje bivanjsko okolje, interier, niso več zgolj zbirka trgovskega blaga z določeno uporabno vrednostjo, pač pa obe vrsti vrednosti združujejo in s tem segajo na področje kulturnega kapitala: »Zbiralec se izkaže za resničnega prebivalca interierja. Idealizacija predmetov je njegova domena; doletelo ga je Sizifovo delo, da stvarjem, s tem ko jih poseduje, odvzame značaj blaga.« (Benjamin 1983: 67)

Tako se boem in zbiratelj skozi pasažo dobesedno in simbolno približata trgovini, ko se skozi sprehajata in jo s svojo prisotnostjo pravzaprav osmišljata. Pasaže s tem postanejo idealna kombinacija uma in denarja, duha in trgovine, kamor se steka značilen nosilec 19. stoletja, predstavnik boeme, ki ga privlačita tako intelektualni vidik Pariza kakor blišč njegovih modnih trgovin. Pasaže postanejo s svojo modno ponudbo in izjemnim, modernim dekorjem,

s svojimi *rues-galleries*, ki so hkrati postale umetniške galerije, prava fantazmagorija, sanjski svet, ki je s svojo vsestranskostjo in dvojno (umetniško in obenem trgovsko) naravo navdihnil podobo prihajajočih veleblagovnic in flanniranje postavil v službo svojega prihodka (Benjamin 1983: 70). Tako pasaže v času formacije literarnega polja odigrajo pomembno posredniško vlogo, ki jo lahko primerjamo z vlogo salonov in časopisov, ki umetnika približajo trgu in ga s tem osamosvojijo, literarnemu polju pa zagotovijo avtonomijo.

Prav identifikacija vsebinskega in finančnega na ravni dobrin in trgovskega blaga komodificira željo, saj je z odvzemom njene zgolj vrednostne funkcije, ki jo predstavlja menjalna vrednost denarja, trgovskim predmetom dodana izvirna funkcija, ki ni zgolj materialna, temveč predvsem duhovna, s tem pa se lahko zadovolji tudi želja, ki ni materialna. Prav zato meja, ki Rubempréjevo željo po slavi loči od Moreaujeve (odsotne) želje po statusu, poteka skozi pasaže, ki s svojo dvojno naravo zagotavljajo prehod iz zgodnje balzacovske buržoazije restavracijske dobe v razvitejšo literarno polje dobe julijske monarhije, ki ga že določa trgovina s kulturnimi dobrinami. Lahko bi rekli, da se skozi dvojno naravo pasaž konstituira habitus boeme in umetnostnega polja, ki utemelji pravo potrošniško družbo, v kateri je želja komodificirana v celoti. Pasaža je torej medij, ki umetniku, boemu trgovsko blago približa na podoben način kakor časopis, s tem da se mu ponudi kot blago z umetniško vrednostjo oziroma kot umetnost s trgovsko vrednostjo. Ko se trg in umetnost poenotita, je pot v potrošniško družbo na široko odprta. Z identifikacijo uporabne in menjalne vrednosti se uresniči Marxova *Verdinglichung*, s tem da se duhovna vrednost umetnin in literature kvantificira. Pasaže so tako idealni prostor zliivanja *valeur médiatisée* z *valeur médiatrice*.

Benjamin ta preskok ponazori z Baudelairovim odnosom do cene blaga, ki predstavlja »svojevrstno ponižanje stvari z njihovo ceno v blago«. Baudelaire pejorativno konotacijo, ki jo daje blagu njegova cena, kot nekakšna prostitucija dobrin, uravnoteži s pomenom, ki ga ima zanj pojem novega, ki je tudi sam novum v tem času: »Novost predstavlja absolutum, ki se ne prepušča več nobeni interpretaciji ali primerjavi. Novo je lastnost, ki je neodvisna od uporabne vrednosti blaga.« (Benjamin 1983: 71)

S tem je Baudelaire uvedel novo kategorijo, in sicer kategorijo novega, ki presega uporabno vrednost in sega onkraj tako tržne kakor uporabne vrednosti,

s tem da njuno antinomičnost presega in sintetizira. Negativne konotacije, ki jih je z romantično kritiko in zametki huysmansovskega pesimizma dobilo meščansko poveljevanje trgovske vrednosti dobrin, se z Baudelaireom nevtralizirajo, tako da se tržni vrednosti povrne avra uporabnosti, izvirnosti in pristnosti, ki so jo dobrine – s konstituiranjem umetnostnega polja pa tudi umetnost – s svojo umestitvijo na trg izgubile. Baudelaire tako *spleen*, ki ga sicer vzbujajo filistrstvo, rutina in služenje denarja kot nosilci meščanskega načina življenja (kamor sodi tudi *spleen*, kakršnega predstavlja Folantinov pesimizem), povezuje z optimizmom kot idealom, povezavo pa postavi celo v naslov prvega cikla *Rož zla* (»Spleen in ideal«). Med pojmom torej Baudelaire ne vidi protislovja: »V *spleenu* zaznava najnovejše preobraženje ideala – ideal se mu zdi prva v vrsti izraznosti spleena.« (Benjamin 1983: 72) S tem Baudelaire izpove svoje pojmovanje modernosti, v katerem se nerazdružno združujeta visoko in nizko, vsakdanje in vzvišeno, prozaično in poetično, sveto in profano, tržno in estetsko, in odpre pot umetnostnim smerem, ki so šle dlje od romantike in naturalizma ter vodile v dekadenco.

V Balzacovih *Izgubljenih iluzijah* predhodnico pasaž ali njihov *avant-goût* predstavljajo Galeries de Bois, kjer deluje sultan knjigotrštva Dauriat in kjer se kupci gnetejo po blatni aleji, ki povezuje barakarske stojnice. Omenja jih tudi Benjamin, ki navaja besedilo o tem, da so te lesene galerije v letih 1828 in 1829 izginile iz Palais-Royala, pri tem pa izpostavlja, da sta bili v njih predvsem dve dejavnosti: najprej so bili tam modisti, ki jih od občinstva ni ločevalo »steklo« – ali izložba, kot bi rekli danes – in ki so kupce glasno vabili k nakupom, poleg tega pa so bile Galeries de Bois tudi središče novega knjigotrštva (Benjamin 1983: 89), ki ga poznamo že iz *Izgubljenih iluzij*. Galerije in njihovo pionirsko vlogo mediatorja med boemo in trgovino so kmalu izpodrinile same pasaže, ki so cvetele v času julijske monarhije, ko se je konstituiralo tudi relativno avtonomno literarno polje, a so tudi pasaže razmehoma hitro utonile v pozabo. Njihovo mesto so namreč v petdesetih letih 19. stoletja začele prevzemati veleblagovnice, ki so se tedaj imenovale *magasins de nouveautés* in so se uveljavile predvsem s pojavom veleblagovnice Le Bon Marché v letu 1852.<sup>50</sup> Pasaže kot tempelj blagovnega kapitala so predhodnice veleblagovnic oziroma kar njihov izvir (Benjamin 1983: 87), pri čemer je bila

<sup>50</sup> Med veleblagovnicami lahko omenimo še Le Diable Boiteux, Les Deux Magots, Le Petit Matelot in Pygmalion ter kasnejši Louvre in La Belle Jardinière.

preobrazba seveda postopna. Najprej so iz *rues-galeries*<sup>51</sup> nastale trgovine, ki so potekale vzdolž celotne ulice in so bile že podobne sodobnim veleblagovnicam. Med mnogimi prednostmi takšnih trgovin je bila tudi ta, da so se obiskovalci po njih gibali nemoteno ne glede na vreme ali čas, saj so bile ogrevane in osvetljene s pomočjo plina, ki je takrat prodiral v vse pore urbanega pariškega življenja. Tako je nastalo »omrežje, ki je zajemalo celotno mesto« in je bilo povezano z nadhodi, ki so spajali trgovine čez bulvarje in tako omogočali, »da je sprehajalec lahko prehodil celo mesto, ne da bi kdajkoli stopil na prosto [...]». Brž ko so Parižani izkusili nove galerije, na stare ulice niso hoteli več stopiti, češ da so dobre samo še za pse.« (Benjamin 1983: 102) Od tod je bil le še korak do rušenja in prebojev, ki jih je v drugem cesarstvu Napoleon III. naročil prefektu Haussmannu, ki je tako položil urbanistične temelje za razvoj modernega potrošništva.

## *Au Bonheur des Dames* Émila Zolaja: optimističen odgovor na Huysmansov pesimizem

### Nevroza: stanje duha v času naturalizma in dekadence

Čas, v katerem nastajajo ključna dela za raziskovanje potrošniške družbe v literaturi, zaznamuje pojem nevroze. Četudi gre za resno klinično stanje, psihično bolezen, ki jo označujejo stanja akutne živčnosti in nestrpnosti, se je imel Huysmans za nevrotičnega, v junaku Des Esseintesu pa je videl svoj nevrotični odsev (Jourde 2019: 1547). Svoj napad »nevroze« je opisal takole: »Ob pogledu na perico, ki je zlagala perilo nad čebrom, sem skoraj omedlel, včeraj na ulici Saint-Guillaume. Če samo pomislim na to zloženo perilo, zašklepetam z zobmi.« (Nav. po Jourde 2019: 1548) Seveda ne moremo reči, ali je bil Huysmans patološki nevrotik. Kot dober naturalist je o nevrotičnosti prebral dve medicinski knjigi in zatrjeval, da je pri Des Esseintesu do črke sledil patologiji, kakor jo opisujeta avtorja, vendar komentatorji njegovega dela trdijo, da

---

<sup>51</sup> Te so bile pravzaprav plod zamisli, da bi v pritličjih trgovskih ulic podrli predelne stene, ki so trgovine ločuevale od ulice, ostalo pa podprli s stebri (in s tem ustvarili galerije z arkadami), med katere bi namestili steklene pregrade, iz katerih bi tako nastale izložbe (Benjamin 1983: 101).

je šlo pri opisih Des Esseintesove nevroze za nevrotičnost samega Huysmansa, ki so ga pestile more, halucinacije in nespečnost (Jourde 2019: 1548).

Vsekakor lahko nevrozo v nekliničnem smislu obravnavamo kot bolezen tistega časa. Vsi avtorji in junaki so *névrosés*, hkrati pa nevroza Zolaju pomeni nekaj drugega kot Huysmansu. Če je po Huysmansu nevroza simptom globokega pesimizma, kakršnega vsak na svoj način, eden z dostopom do potrošništva, drugi brez njega, izpričujeta Des Esseintes in Folantin, je po Zolaju isti pojem sinonim za vse, kar prinaša industrijski duh, vključno z optimistično živčnostjo, s katero se tržijo presežki produkcije, ki se stekajo v veleblagovnice, *grands bazars*, ki jim je Zola posvetil roman *Au Bonheur des Dames*.

Ta roman je izšel 2. marca 1883. Zola ga je končal 25. januarja 1883 (do 1. marca je izhajal v feljtonu), kar je približno leto dni odtlej, ko je izšla Huysmansova novela *À Vau-l'eau* (12. januarja 1882). Gre torej za deli, ki sta nastajali tako rekoč hkrati in ki jima je bil za podlago isti Pariz. Pa vendar je težko sprejeti dejstvo, da sta obe deli plod tako rekoč iste metodologije, in sicer eksperimentalnega romana, ki temelji na naturalističnem determinizmu. Medtem ko se Folantin potika po levem bregu Sene in ga preganjajo beda, nezadovoljstvo in obup, se Zolajeva Denise Baudu po prihodu s podeželja znajde na desnem bregu, kjer životari trgovinica njenega strica, in se kmalu zaposli v veleblagovnici Octava Moureta, ki jo čaka bleščeča prihodnost, roman pa optimističen konec. *Au Bonheur des Dames* je prvi pravi literarni prikaz francoske potrošniške družbe, ki temelji na zavrnitvi pesimizma in sprejemanju novih idej 19. stoletja, ki jih je Zola povezoval s pojmom nevroze kot nečesa pozitivnega, kot znaka dinamične družbe, ki je v zagonu, *une société qui s'emballé* (Zola 1980: 555); to družbo v gibanju, ki je Zolaju pomenila prihodnost, moč in surovo silo, je poznal že Balzac. Ta se je opisa trgovine sicer lotil že leta 1837 v romanu *César Biotteau*, vendar je bila tamkajšnja trgovina s parfumi še povsem ujeta v spone starega, srednjeveško zasnovanega Pariza, v katerem se meščanstvo ni moglo polno razmahniti. To so mu omogočili šele Haussmannovi preboji, ki so mesto temeljito prezračili in mu dali dinamiko, kakršno je zajel roman *Au Bonheur des Dames*.<sup>52</sup>

<sup>52</sup> Zola je nepremičninski vidik prenove Pariza v drugem cesarstvu in finančne mahinacije, povezane z njim, opisal v romanu *La Curée* (1871).

Zola je roman zasnoval kot izraz duha stoletja, ki ga je pojmoval kot stoletje dejanj, ki se bo povrh vsega kmalu prevesilo v novo stoletje, o katerem je Zola slutil, da bo v celoti temeljilo na trgovini in potrošništvu. To je bil obenem neposreden odgovor na vseprisotni pesimizem, ki ga je zaznamoval modni Schopenhauer, in predvsem na Huysmansove pesimistične ideje; to je Zola tudi zapisal v osnutku (»Ébauche«), kakršnega je naredil za vsako svoje delo:<sup>53</sup>

Z romanom *Au Bonheur des Dames* hočem napisati odo modernemu podjetništvu. Skratka, popolna sprememba filozofije: najprej nobenega pesimizma, kar pomeni, da se zadeva ne izteče v nesmisel ali melanholičnost življenja, pač pa, nasprotno, v njegovo nenehno rojevanje, v moč in veselje ob njegovem nastajanju. Z eno besedo, prepustiti se stoletju, ki je stoletje akcije in osvajanj, naprezan v vse smeri. Zatem pa, kot posledico, prikazati veselje dejanj in užitek bivanja; gotovo obstajajo ljudje, ki jih življenje veseli in ki se jim sreča ne izmika in ki se kopajo v radosti in uspehih: to so ljudje, ki jih hočem naslikati, da bi ujel drugo plat resnice in s tem prikazal celo sliko[.] (Zola 1882: 2–3)

Šlo je torej za prikaz »druge plati resnice«, ki je »veselje dejanj in užitek bivanja«, kar je Zola pokazal tudi z junakom, ki ni niti pesimist, kaj šele anti-junak: »Octave Mouret, daleč proč od kakšnega Frédéricica Moreauja, ali še huje, kakšnega Folantina, bo med dejavnimi junaki, fanti dejanj, ki so razumeli moderno dejavnost, vrgel se bo v posle, veselo in energično.« (Zola 1881: 3) Zola torej v svojih zapiskih za roman izpričuje ključno antinomijo naturalizma, v kateri se soočita nasprotujoča si pojma, ki vidno zaznamujeta literaturo 20. stoletja v odnosu do potrošniške družbe, namreč pesimizem in optimizem. Medtem ko je Huysmansa kmalu in temeljito odneslo v pesimizem (vse dokler se ni pokesal in predal katolicizmu), je Zolaja v istem času povsem prevzel optimizem, ki mu je naturalist posvetil kar nekaj romanov, ne nazadnje pa je optimizem vtikal tudi v svoje celotno delovanje, s tem ko je s posegom v afero Dreyfus vzpostavil še intelektualca kot nosilca idej napredka, univerzalnih vrednot in človekovih pravic v boju s politiko, ki si podreja sodstvo in spodkopava temelje vladavine prava.

---

<sup>53</sup> Rokopis iz leta 1882, ki ga navajamo, je v celoti ohranjen v Francoski nacionalni knjižnici (na voljo v digitalni obliki). Celoten *Dossier préparatoire* za *Au Bonheur des Dames*, vključno s seznamom likov ter podrobnim načrtom poglavij in dogajanja, je sicer eden najboljšežnejših v okviru dosjejev za ciklus Rougon-Macquartovih: obsega 248 rokopisnih strani, ki jih je avtor sam oštevilčil, študije in raziskave, ki jih je izvedel, pa so dotlej najbolj izčrpane in dodelane.

## Optimizem novega stoletja in okrepljeni realizem

S tem obratom iz pesimizma v optimizem, iz pasivnosti v akcijo, iz letargije v dejanja je Zola jasno naznanil, da prihajajočega 20. stoletja še zdaleč ne vidi tako, kot ga vidijo nekateri njegovi adeпти in predvsem Huysmans, se pravi, kot konec neke civilizacije, ki bo naselila na čerih amerikanizacije in doživela brodolom ob pogledu na bregove potrošništva na desnem bregu Sene. Zola je že v 19. stoletju videl stoletje »akcije in osvajanj, naprezanj v vse smeri« (Zola 1882: 2). Ena od teh smeri je bila trgovska smer, ki se ji je obetala bogata prihodnost. Zola je namreč *Au Bonheur des Dames* zasnoval kot prvi roman o kapitalizmu pri delu, ki se odločno izraža v trgovini; v tem je *Au Bonheur des Dames* tudi prehod iz tiste faze Zolajevega pisanja, v kateri so še prevladovala delno balzacovske študije nravi. Med njimi je tudi še roman *Pot-Bouille*, ki je nastal neposredno pred romanom *Au Bonheur des Dames* in ki tematizira meščansko hinavščino, umeščeno v hišo nedaleč proč od same veleblagovnice, v njem pa se pojavi tudi junak *Au Bonheur des Dames* Octave Mouret, in sicer kot nekakšen balzacovski provincialni povzpetnik.

*Pot-Bouille* za nekaj časa končuje s kritičnim prikazom meščanskega svetohlinstva,<sup>54</sup> saj se je Zola po njem posvetil glorifikaciji<sup>55</sup> samega mehanizma meščanstva, kot ga je predstavljal kapitalizem. Najvidnejšo pojavnost kapitalizma pa je Zola našel prav v potrošništvu, ki se je v šestdesetih letih 19. stoletja začel s pomočjo tako finančnih kot urbanističnih posegov nezadržno vzpenjati na desnem bregu Sene, kjer so iz prvotnih *magasins de nouveautés*, ki jih analizira Benjamin, začeli nastajati prvi *grands bazars* (tako so jih imenovali zaradi bogastva blaga, ki je dostikrat prihajalo z Orienta in Bližnjega vzhoda, pa tudi zaradi razkošne izpostavitve ponudbe, ki je spominjala na orientalske bazarje). Kot bomo videli, se je Zola tako kot vseh drugih podvigov tudi tega lotil z dobršno mero pretiravanja in olepševanja (kar je ne nazadnje botrovalo srečnemu koncu romana). Idealiziral je predvsem samo trgovino in njene komercialne podvige, ki v resnici niso bili tako bliskoviti, kot jih je prikazal roman (Miller 1981). Zola je nekatere procese, ki so se odvijali v obdobju

<sup>54</sup> »*Pot-Bouille* in drugi pred tem zadostujejo za prikaz mediokritete in brodolomov eksistence.« (Zola 1882: 3)

<sup>55</sup> V *Ébauche* najprej uporabi izraz *triomphe de l'existence*, ki ga nato zamenja z besedo *plaisir*. V Zolajevih očeh gre torej dejansko za zmago slavje modernega optimizma.

dvajsetih let, torej vse od začetka pojavljanja veleblagovnic (Le Bon Marché se je odprl leta 1852, Louvre 1858), strnil v čas zgodbe, ki načeloma poteka v letih 1864–1869.<sup>56</sup> Henri Mitterand (1980) v spremni študiji k izdaji romana v kanonični zbirki »Pléiade« celo trdi, da je v zgodbi, ki se odvije v petih letih, Zola strnil kar pol stoletja razvoja trgovine. Pri tem Mitterand jemlje v zakup tudi *magasins de nouveautés*, ki so navduševali Balzaca v tridesetih letih, a niso preživele gospodarskih in družbenih pretresov, ki so zaznamovali revolucijo 1848 in vzpostavitev drugega cesarstva.

Veleblagovnice tistega časa (npr. La Belle Fermière in La Chaussée d'Antin) niso preživele prvega šoka, saj so nastale v Parizu, ki je bil še urbanistično zaostal in sestavljen iz natlačenih četrti. Četrti so funkcionirale kot vasi, pri čemer so veleblagovnice, ki so bile za osnovo Zolajevemu delu, nastale na ruševinah prvih zametkov velike trgovine, ki je v Balzacovem času prišla prezgodaj. S tega vidika je bliskoviti vzpon veleblagovnice Au Bonheur des Dames, ki sega od skromne trgovinice očeta Deleuza pa vse do falansterija Octava Moureta, fikcija, nujno potrebna za koherentnost same pripovedi, ki pa ji ni treba pripisovati pretirane dokumentarne vrednosti (Mitterand 1964: 1675). Zolajev naturalizem bi tako lahko obravnavali tudi kot okrepljeni ali pospešeni realizem (*réalisme augmenté, réalisme accéléré*), kar je bil ne nazadnje tudi prvotni namen naturalizma, ki je želel s pomočjo eksperimentalne metode pokazati realnost na njeni najvišji, znanstveno podkrepljeni ravni (Zola 1881).

### Geneza eksperimentalnega romana: *écriture* med *ébauche* in *rédaction*

Literarni zgodovinarji opozarjajo, da dokumentarne vrednosti Zolajevih romanov ne gre jemati preveč dobesedno. A to ne pomeni, da Zola ni dosledno izvedel dokumentacijskega postopka. Zolajev način dela je namreč vedno bolj temeljil na dokumentiranju in raziskavah, ki so bile znanstvene ali vsaj psevdoznanstvene, saj so se opirale na statistike, bolj ali manj preverjene podatke, ki jih je avtor pridobival od resničnih virov, in ogleda, ki so pričali o verodostojnosti in natančnosti opisov. Vse te podatke je Zola pridobival predvsem s pomočjo svojih prijateljev iz médanskega kroga (zlasti Céarda, ki je bil nekdanji študent medicine, in Huysmansa, ki je delal kot uradnik na Ministrstvu

---

<sup>56</sup> To vemo iz Zolajevih zapiskov, saj se je v romanu skrbno odrekel letnicam, da bi se izognil kritikam, da potvarja dejstva.

za notranje zadeve), ki jih je spraševal o vsakršnih podrobnostih v zvezi z načrtovanim delom, vse od plače, ki jo lahko zasluži uradnik, do arhitekturnih in gradbenih podatkov, ki mu jih je dostavljal arhitekt Frantz Jourdain (Mitterand 1964: 1728). Zola tudi ni zamudil nobene priložnosti, da bi prisluhnil pogovorom različnih omizij – v primeru veleblagovnic družbi svoje žene –, ki jim je postavljala številna vprašanja in si dal zadeve natančno obrazložiti. Marsikatero podrobnost, opis ali anekdoto je kasneje uporabil pri pisanju. Pri tem je razvil izjemno sposobnost avtodidaktičnega sprejemanja in interpretiranja prejetih podatkov, čeprav se je moral vsakič znova posvetiti povsem novi temi in se spoprijeti z goro nadvse raznorodnih podatkov, ki jih sprva ni mogel niti poznati niti pravilno razumeti (vsega dobro leto po izidu romana *Au Bonheur des Dames* se je na primer že lotil zgodovine socializma in delavskega gibanja, ki jo je potreboval za roman *Germinal*).

Zola je informacije pridobival tudi neposredno pri direktorjih in lastnikih trgovin, med katerimi mu je pri snovanju romana *Au Bonheur des Dames* najbolj koristil Aristide Boucicaut, ki je vodil Le Bon Marché, medtem ko nad upravljanjem veleblagovnice Louvre Zola ni bil preveč navdušen (Mitterand 1964: 1695). Najbolj pa se je zanašal na lastne sposobnosti opazovanja. Tako poročajo, da je zimske mesece 1882, predvsem februar in marec, vsak dan prebil od pet do šest ur v veleblagovnicah, kjer je opazoval dogajanje, si skiciral oddelke po nadstropjih, beležil dinamiko dogajanja ter iz vedenja strank sklepal na psihologijo prodaje. Hodil je v Le Bon Marché, kjer je proučeval in občudoval administracijo in upravo, medtem ko ga je Louvre zanimal predvsem zaradi oglaševanja, navad zaposlenih, zvokov množice in razkošja izpostavitve (Mitterand 1964: 1695). Poleg tega je v času priprav zahajal tudi v La Place Clichy, kjer je bila redna stranka njegova žena, ter si beležil izraze za tkanine, pohištvo, preproge in izpostavitvene kompozicije. Sprehajal se je tudi po ulicah, ki so bile prizorišče dogajanja v zgodbi (Rue Neuve-Saint-Augustin, Rue de la Michodière in Rue de la Sourdière), ter si pri tem skiciral pročelja stavb in zapisoval arhitekturne detajle. V iskanju primernih prizorišč je deloval podobno kakor t. i. *location scouts*, ki danes iščejo ustrezne lokacije filmskih prizorov.

Pri snovanju in dokumentiranju dela so Zolaja navdihovali tudi članek iz časopisa *Le Figaro* z dne 23. marca 1881, ki je govoril o *grands bazars*, in dva članka iz revije *Gil Blas* (iz novembra 1881 in januarja 1882), ki sta se ukvarjala s pojavom trgovcev in trgovk s tekstilom (*calicots* in *demoiselles du magasin*).

K tem člankom se je Zola med pripravami in pisanjem redno vračal. Kakor vedno je Zola delo najprej razgrnil skozi *ébauche*, osnutek, ki je vseboval kartoteko, v kateri je številne kartice (*fiches*) oštevilčil in popisal z najrazličnejšimi vidiki dela, vse od razporeditve veleblagovnic, njihove zgodovine in upravljanja do značajskih skic nastopajočih oseb, mehanizmov prodaje, arhitekturnih posegov, urbanističnih podatkov in finančnih konstrukcij. Temu je sledil *premier plan*, kjer je že razgrnil dogajanje v skladu s poglavji in dodal določene zapiske pogovorov z zaposlenimi v Le Bon Marché, predvsem z Beauchampom, nekdanjim vodjo oddelka v Louvru, in vodjo oddelka Carbonnauxom pa tudi gospo Dulit, ki je bila zaposlena v veleblagovnici Le Saint-Joseph. V njih najdemo tudi opombo o Haussmannovem preboju ulice Dix-Décembre (danes Rue du Quatre-Septembre), ki je Mouretu omogočila, da je veleblagovnica Au Bonheur des Dames zavzela celotno četrto in povsem povozila male trgovinice v njej. Temu je nazadnje sledil drugi podrobni načrt (*deuxième plan détaillé*), ki je dogajanje utrdil in očistil sestavin, ki so motile njegovo homogenost. Ta načrt je konstrukcijo že približal samemu pisanju, saj je dekorje in prizore opisoval že izjemno natančno. Načrt vsakega poglavja tako postane pravi scenosled, v katerem so kosi časa in prostora, v katerih se bodo razvijali liki, že natančno razrezani, dodani pa so tudi že nekateri zametki dialogov. Temu je sledilo pisanje romana samo, *la rédaction*, v katerem »metaforični naboj Zolajevega vokabularja doseže svoj vrhunec«. To je trenutek, ko se »pisatelj počuti hkrati dovolj *prežetega* in obenem dovolj *osvobojenega* svoje 'dokumentacije', da jo usmeri k svoji ponovno najdeni izvorni intuiciji [...] in iz nje naredi gradivo večpomenskega jezika, ki daje bralcu iluzijo doživete realnosti, hkrati pa mu na simbolni ravni ponuja interpretacijo« (Mitterrand 1964: 1699). *La rédaction*<sup>57</sup> je potekala v strogem ritmu treh strani na dan, brez izjeme, kajpada po natančno določenem načrtu iz dokumentacije, pri čemer je Zola s pisanjem začel 28. maja 1882, končal pa 25. januarja 1883.

<sup>57</sup> Zolajev način dela zanimivo osvetljuje pomen glagola *rédigier*, ki je sinonim za pisanje, in samostalnika *la rédaction (d'un texte)*, ki sicer pomeni »sestavljanje«, »urejanje«, »redigiranje«, a se za samo dejanje pisanja uporablja prav zato, ker gre za zaključno fazo celotnega procesa, ki ga predstavlja *l'écriture*, pisanje v širšem smislu. To pa vsebuje pripravljalna dela, *ébauches* s *fiches* in zapiski, pa *plans*, ki so bolj ali manj *détaillés*, in scenarije prizorov, ki jim šele na koncu sledi pisanje samo, ki pa je pravzaprav sestavljanje vseh nakopičenih delcev v celoto.

## Pariz in urbanizem barona Haussmanna

Zola je sicer že pred pisanjem romana *Au Bonheur des Dames* strastno raziskoval svojo snov, a dotlej se ni na noben roman pripravljal tako intenzivno, saj je v njem želel predstaviti določeno gospodarsko dejavnost, namreč veliko trgovino (*le grand commerce*). Ta panoga je bila tedaj v polnem razmahu in je ponujala obilo gradiva in predvsem živih prič, ki so mu služile za podlago zgodbe. *Au Bonheur des Dames* je tudi najdaljši Zolajev roman dotlej, saj mu nobeno od prejšnjih besedil ni ponujalo tolikšnih možnosti za amplifikacijo dogajanja, kar priča tudi o tem, kako pomembno je bilo potrošništvo v Zolajevih očeh za razvoj stoletja. Z romanom *Au Bonheur des Dames* je Zola stopil v korak s časom in je duha časa celo prehitel, kolikor je v zgodbo s pomočjo okrepljene realnosti vpeljal procese, ki so dejansko potrebovali več časa, da so se v celoti razvili. Ne *Trebuh Pariza* ne *Pot-Bouille* (roman, ki je v bistvu obsežen uvod v *Au Bonheur des Dames* in o katerem je Zola sam dejal, da naj bo le prvi del romana v dveh delih /Mitterand 1964: 1600/) nista ponujala tako hvaležnega gradiva za opis in analizo sodobne družbe. Pač pa je bila ta Zolaju zelo dostopna ob tematizaciji razvoja velike trgovine, ki je s svojimi popolnoma svežimi zakonitostmi predstavljala zares moderno potrošniško družbo.

Vendar moderna družba ne bi bila mogoča brez sodelovanja, ki ga je ponujal Pariz kot takrat največja meščanska urbana tvorba v Evropi. Odprtju veleblagovnice Le Bon Marché na levem bregu (1852) in veleblagovnice Louvre na desnem bregu (1858) sta namreč botrovala specifična geografska lega in zgodovinski razvoj Pariza kot metropole, ki je v drugi polovici stoletja postala središče trgovine in mode. Kot smo videli, je bila ena od predispozicij mesta njegov trgovski značaj, ki so ga dodatno izrazile pasaže. Te so odločilno vplivale na duha časa skozi razvoj boeme in flanerja, ki je v njih videl zlitje duha in trgovine, intelekta in denarja, kar je popolnoma legitimiralo komodificirano družbo.

Drugo pomembno podlago je moderni družbi zagotovilo literarno polje, ki se je vzpostavilo znotraj polja moči in se sčasoma osamosvojilo oziroma doseglo relativno avtonomijo, katere rezultat je bil pojav intelektualca kot neodvisnega in nepristranskega skrbnika človekovih pravic in vladavine prava.

Tretji pogoj za moderno družbo pa je bila volja cesarja Napoleona III., da iz Pariza naredi vlemesto tudi v urbanističnem in arhitekturnem smislu. To je

vodilo v rušenje, prekop in novo pozidavo večine pariških četrti in predelov, še posebej na desnem bregu. Cesar je za prenovo Pariza iz srednjeveškega konglomerata vasi in naselij v moderno urbano metropolo zadolžil prefekta barona Haussmanna, ki je deloval po načelu, da je treba stare četrti porušiti in ustvariti mrežo med seboj povezanih bulvarjev. Ena glavnih Haussmannovih namer je bila, da bi enkrat za vselej preprečili vzpostavitev barikad, ki so učinkovito delovale v majhnih in ozkih ulicah, ko so se bili revolucionarni boji v letih 1789, 1830 in predvsem 1848. Ta namen je bil dosežen le deloma, saj se je leta 1870 v času pariške komune izkazalo, da je tudi bulvar mogoče zapreti z barikado. Bistveno učinkovitejša je bila haussmannovska prenova Pariza v vlogi urbanističnega razvoja mesta, saj so velike avenije omogočile bliskovit komercialni razmah, kakršen ne bi bil mogoč ob srednjeveški zasnovi mesta.

Zola se je že zgodaj navduševal nad prefektovimi posegi, katerih značilnost je bila, da nobena avenija ni smela biti brez perspektive, kar pomeni, da na nobenem od njenih koncev ni smel umanjhati grandiozen pogled, veduta, ki je dajala vedeti, da je Pariz ne le kraljevsko, temveč cesarsko mesto.<sup>58</sup> Tako je Zola že leta 1871 v romanu *La Curée* (Naval) opisoval »jasen preboj velikih avenij, ki jih obdaja neprekinjena dvojna vrsta veleblagovnic« (Gaillard 1980: 19). V tem času baronovi posegi nikakor niso doživljali enotnega odobravanja: nenaklonjeni so jim bili predvsem republikanci, buržoazija in del aristokracije, medtem ko jim je bilo samo ljudstvo naklonjeno, četudi je bil njihov namen preprečiti njegove vstaje (Benjamin 1983: 187–188). Obenem naj bi na pariškem zahodu v na novo priključenih občinah (v današnjem 15., 16. in 17. okrožju) zrasla dostopna stanovanja za manj premožne sloje, kar pa se je izjalovilo, saj se je tja naposled naselila buržoazija, ki se je umikala iz prenaseljenega središča mesta in z vzhoda. Zola je tako že dovolj zgodaj dojel, da je prihodnost velemest v vehementni arhitekturi, ki jo omogoča drzen in epohalen urbanizem, kakršnega nobeno evropsko mesto ni poznalo v tolikšni meri kot Haussmannov Pariz.

Zola je tako v romanu *Au Bonheur des Dames* zajel vso tragiko in evforijo, ki so jo sprožali baronovi posegi – se pravi, tako huysmansovski pesimizem starih butikov kakor optimizem modernih veleblagovnic –, s tem ko je zgodbo

---

<sup>58</sup> Anekdota Haussmannovih kritikov, češ da »avenija Opera trči v ložo recepcije Hotela Louvre«, je dober pokazatelj, kako zelo se je baronu mudilo s projekti. (Benjamin 1983: 193)

(sicer sčasoma, po dolgih pripravah) osredotočil na polje boja med novim in starim, med veleblagovnico, ki se širi in predstavlja moderno družbo, ter stariimi trgovinicami, *boutiques*, ki so še kljubovale v drugem okrožju (in na levem bregu, kjer jih objokuje Folantin) in jih je imela velika trgovina pogoltniti in uničiti. Zola je dogajanje postavil v leta 1864–1869, ko so se preboji zares dogajali, četudi je treba opozoriti, da je poslovne tehnike in mehanizme povzel iz osemdesetih let, ko je izvajal svoje raziskave.

Ena od veleblagovnic, iz katerih se napaja Zolajeva zgodba, je dejansko nastala na podlagi prefektovih sekant, in sicer Louvre na Rue de Rivoli. Ko je namreč Haussmann prebijal to ulico, ki povezuje ključno os med trgov Concorde in mestno hišo, sta brata Pereire, portugalska bančnika in finančnika iz firme Compagnie Immobilière, izkoristila priložnost in vzdolž nje za mesto opremila zemljišča z osnovno infrastrukturo (plin, pločniki, kanalizacija), v zameno pa sta dobila zemljišča, na katerih sta zgradila hotel in veleblagovnico Louvre. Na tej finančni intrigi je zatem Zola zgradil finančno konstrukcijo povečevanja veleblagovnice Au Bonheur des Dames, ki jo Mouret zapre s pomočjo barona Hartmanna, ta dogovor pa je sklenjen prav nad Rue de Rivoli, kamor je Zola postavil domovanje in salon gospe Desforges, baronove ljubice, in sicer s pogledom na park Tuileries, v zvezi s katerim Zola rad opisuje pestro vremensko dogajanje. Rue de Rivoli je tedaj tudi sicer postala najpomembnejša pariška sekanta, pod katero je bila leta 1900 zgrajena prva linija metroja, ultimativnega prinašalca moderne dobe in epohe hitrosti, ki ga je torej Zola, ki je umrl leta 1902, še doživel in se prepričal, kako prav je imel, ko je napovedoval dobo hitrosti in nevroze.

Jeanne Gaillard (1980) ugotavlja, da pariške veleblagovnice uvedejo *merchandising*, izpostavljanje blaga v trgovinah kot tržni element in marketinško orodje, ki ga v Londonu še ne poznajo. Gre za čim hitrejšo prodajo blaga, predvsem tkanin in volne. Pariz je tako edino mesto, ki trgovino dejansko vidi kot eno od dejavnosti, ki lahko delujejo po načelih velikega kapitalizma. London se v 19. stoletju uveljavi kot center financ in logistike (pa tudi izvoza surovin, med drugim tkanin, kakršne kupuje Mouret), medtem ko je bil cilj drugega cesarstva, da iz Pariza naredi imperij mode in luksuza, za kar je bila nujno potrebna velika trgovina, ki lahko množično prodaja blago z vsega sveta. Napovedoval se je torej razmah množične potrošnje, kakršno je zaznaval Zola kot posebno nevrozo, ki se je sicer že koncentrirala v drugem okrožju okrog pariške opere

in trga Gaillon, vendar v svoji množični različici v dani urbanistični situaciji ni bila izvedljiva, tako da so jo pomembno gnala Haussmannova prizadevanja, ki so jim ob strani stali investitorji, kot sta bila predvsem brata Pereire.<sup>59</sup>

V sociološkem smislu pa je pomen Pariza kot zibelke množične potrošnje nekje drugje. V nobenem drugem mestu tedanje Evrope namreč ni bilo zbrana toliko meščanstva kot prav v Parizu. London ga je sicer imel, a je njegova razvojna strategija drugačna (finance in logistika), medtem ko se v južni Evropi rimsko meščanstvo ukvarja predvsem z risorgimentom in zedinjenjem Italije (enovitost države je pogoj za razmah velikega in enotnega meščanstva, ki zagotavlja zadostne količine kupcev za množično potrošnjo), Dunaj pa je s svojim sistemom mecenstva in cesarskih privilegijev še povsem zazrt v prejšnja stoletja, pri čemer se njegovi vladajoči sloji in meščanstvo ukvarjajo predvsem z ohranjanjem heterogenega cesarstva, ki je imelo razpasti s prvo svetovno vojno, tako da o razmahu množične potrošnje ne moremo govoriti. Le Pariz je mesto, ki zagotavlja centralizirano trgovino in logistiko ter ima zadostno količino strank, da se lahko množično potrošništvo razvije ne le kot način trgovine, temveč kot prevladujoča družbena sila. Oswald Spengler, ki se je rodil v letu, ko je Zola zasnoval *Au Bonheur des Dames*, je težnjo po globalnem središču, v katerem se lahko razmahne množična potrošnja, analiziral v *Zatonu Zaboda*, ki ga je pisal pred prvo svetovno vojno. Po Spenglerju lahko samo mesto zagotovi kulturo in odprto družbo, zgolj velemesto lahko poskrbi za središče tako politike kot trgovine (Spengler 2010: 114–147). Ne nazadnje je bil tudi fašizem, kot se bo izkazalo v poglavju o futurizmu, deloma posledica in kompenzacija za premajhno koncentracijo meščanstva v italijanskih mestih. Ta so se čutila zapostavljena v odnosu do Pariza, ki se je takrat kot velemesto že razvil, ne nazadnje tudi po zaslugi kapitanov velike trgovine, kakršno je opisoval Zola.

*Au Bonheur des Dames* je tako prva literarna podoba resnične potrošniške družbe, v katero je vtkano široko ekonomsko znanje, ki ga je Zola črpal s terena:

<sup>59</sup> Pri tem sta pomembno vlogo igrala tudi razlastninjenje in odkup zemljišč s strani mesta. *Expropriation* natančno opisuje tudi Benjamin, ko govori o špekulantih, ki so obogateli na račun mahinacij, s katerimi so stari lastniki prodajali svoja zemljišča (Benjamin 1983: 184). Pri tem zadeva ni bila vedno tako premočrtna, kot jo prikazuje *Au Bonheur des Dames*, saj se je okoristil tudi marsikateri mali lastnik, predvsem pa nemalo posrednikov in nepremičninskih agentov, ki so bili specializirani za razlašanje za potrebe Haussmannovih prebojev.

iz prodajnih katalogov, od dobaviteljev blaga, lastnikov veleblagovnic, finančnikov in zaposlenih v dejavnosti. Iz tega je kot marljiv avtodidakt izluščil osnove poslovanja in menedžmenta, kot jih poznamo še danes: spoznal je marketing, finančni inženiring, logistiko, računovodstvo in kontroling, izpostavitve blaga, *merchandising*, sistem prodajnih provizij, upravljanje človeških virov ter logistiko velikih poslovnih stavb in trgovskih sistemov. Zola se je zavedal nevarnosti, ki ogroža literarne opise trgovskih podvigov, namreč nevarnosti »tihožitja«, utapljanja dogajanja in zgodbe v opisih bujnih postavitev blaga in barv:

Nevarnost je, da se izgubim v svili, satenu, žametu, čipkah, preprogah, oblekah, trakovih, luči, barvah, tako kot se je *Trebuh Pariza* zaplezal v zelenjavo in sire. Nevarnost je, da bom veleblagovnico obravnaval kot tihožitje, namesto da bi slikal njihov portret, torej namesto da bi ovekovečil njihovo dušo. Kajti imajo dušo; in ta duša je trgovec, današnji trgovec. (Zola 1964: 1687)

Realistično pisanje je rado zapadalo takšnemu opisovanju in celo Flaubert v *Vzgoji srca* nemalokrat zaide v obširne opise omizij, soban in gostij, ki sicer ustrezajo načelom realizma, četudi je bistvo samega pripovedovanja drugje. Zola je intuitivno slutil, da pri naturalistični obravnavi veleblagovnic ne bo šlo več le za pretežno všečne opise, za nekakšno katalogiziranje materialne kulture. Čutil je, da je šlo za spremembo paradigme, ki so jo omogočili tako družbena klima kakor urbanistične in arhitekturne spremembe, predvsem pa novo ekonomsko in poslovno znanje. Zola je namreč z raziskavami trga, ki jih je izvajal po veleblagovnicah, uvidel, da sistem novih veleblagovnic temelji na premisah, ki so bile dotlej bolj ali manj neznane, predvsem pa niso doživele realizacije v poslovnem življenju, kaj šele v trgovini. Četudi so modeli modernega kapitalizma (posrednikova in agentova vloga, finančne mahinacije, borzne špekulacije) že prodirali v družbo drugega cesarstva, so se najnaprednejše ideje modernega upravljanja podjetij in poslovnih sistemov začele uveljavljati šele po pariški komuni, ko se je vzpostavila druga republika, se pravi, v času, ko je Zola prihajal v zenit svojega delovanja.

Sodobna veleblagovnica, kakršno predstavlja *Au Bonheur des Dames*, je temeljila na ekonomskih postulatih, ki so bili v času, ko je Zola pisal istoimenski roman, še bolj pa v času, v katerega je roman postavil, torej v šestdesetih letih 19. stoletja, nekaj zares revolucionarnega. Sistem upravljanja je temeljil na nenehni rasti (produkcije in s tem prodajnih površin, zalog in prihodkov), ki je bila že sama na sebi nov pojem. V romanu takšno rast lastnik veleblagovnice

Octave Mouret ustvarja s pomočjo hitrega obrata kapitala (ki se ves čas preliva v zaloge), oglaševanja, učinkovite logistike, plačevanja prodajnega osebja na osnovi trgovskih provizij, velike koncentracije raznovrstnega blaga na enem mestu, fiksnih in označenih cen, privlačne izpostavitve in možnosti vračila.

## Galbraithova obrnjena gospodarska veriga

Pojem rasti podjetja sicer v šestdesetih letih ni bil nekaj povsem novega, vendar razsežnosti, ki jih rast dobiva v Mouretovi veleblagovnici, marsikoga osupnejo. Mouret, ki je edini dedič velike trgovine (lastnikova hči, gospa Hédouin, s katero je bil poročen, je podlegla nesreči v času prenove trgovine), se od svoje vloge v romanu *Pot-Bouille*, kjer igra zapeljivca iz province, kot lastnik trgovine značajsko precej spremeni. Postane krčevit in obseden podjetnik, ki ga več kot očitno žene novi tip nevroze, kakršnega je Zola zaznal že pri strankah, ki jih je opazoval. Obseda ga namreč rast za vsako ceno. Ko trgovina postane celo za pariške razmere precej velika in zaposluje več kot štiristo ljudi, Mouret že razmišlja o veliki širitvi, ki jo mimogrede razodene svojemu pomočniku, vodji operacij Bourdonclu: »Dajte no, dragi moj, hiša je premajhna! Drugemu je vzelo sapo od strahu, ki ga niti ni več skrival. Trgovina premajhna! Veleblagovnica, kjer je bilo devetnajst oddelkov in v kateri so bili štiristo trije zaposleni!« (Zola 1964: 420)

Pojem rasti je bil do nastopa veleblagovnic odvisen od velikosti zalog. Vsakršno povečanje prometa in prodaje je pogojevala količina zalog, kar je zahtevalo velike investicije v blago, ki se je zatem le počasi prelivalo v denar, pri tem pa ni bilo nič nenavadnega, če so se zaloge obrnile enkrat samkrat v poslovnem letu. Velike zaloge so kajpada predstavljale tudi veliko kapitala, ki je bil vezan vanje, kar je zahtevalo tudi veliko financiranja. Financiranje pa je bilo v drugi polovici 19. stoletja, sploh v času drugega cesarstva, težko pridobiti, saj kreditiranje še ni bilo razvito (Gallois 2000: 96). Podjetniki so bili primorani v financiranje na podlagi partnerstev, soinvestitorjev. Veleblagovnice in z njimi Mouret se tega tudi poslužujejo (v zunajliterarni resničnosti sta to brata Pereire, v Zolajevi fikciji baron Hartmann), a se Mouret domisli še veliko bolj domiselnega pospeševanja rasti.

Mouret skuša barona Hartmanna (ki igra vlogo blaziranega šestdesetletnika, ki svoji ljubici ne le dopušča druge ljubimce, pač pa te sam podpira) v

salonu njune skupne ljubice, gospe Desforges, prepričati v radikalno povečanje veleblagovnice, ki bi s tem zasedla celoten stavbni kare, kar se zdi baronu kot razmeroma konservativnemu vlagatelju predrzno, a ga vseeno privlači. Mouret mu razloži, da za tak podvig ne potrebuje bistvenega povečanja zalog, saj trenutne zaloge, in s tem kapital, obrača večkrat, pri čemer kapital vsakič znova prinese svoj delež dobička, ki je v razliki med nabavno in prodajno vrednostjo prodanega blaga:

Saj razumete, gospod baron, ves mehanizem je v tem. Preprosto, ampak treba se je bilo spomniti. Ni nujno, da obračamo ogromne zaloge. Naša edina naloga je, da se hitro znebimo nabavljenega blaga, da bi ga nadomestili z drugim blagom, kar omogoča kapitalu, da obrodi vsakič znova. Na ta način se lahko zadovoljimo z nizko maržo; ker so naši režijski stroški celih šestnajst odstotkov, in ker je rabat na prodajnih artiklih zgolj dvajsetodstoten, imamo največ štiriodstotno razliko v ceni; a ta bo navrgla milijone, ko bomo rokovali z velikimi količinami blaga, ki se bodo ves čas obnavljale ... Saj mi sledite, vse jasno, kajne? (Zola 1964: 458)

Za takšen pristop je bil potreben obrat, ki je prav tako ključen kot samo načelo hitrega obračanja kapitala in zalog: način upravljanja potrošnje se je moral presmeriti iz povpraševanja, ki narekuje ponudbo, v ponudbo, ki narekuje povpraševanje. Namesto da bi se proizvodnja (in z njo ponudba) ravnala po tem, kar ji narekuje trg (tj. povpraševanje in potrebe kupcev), se je zgodil obrat: trg se je začel ravnati po tem, kar mu je narekovala proizvodnja (in z njo ponudba). Medtem ko so včasih proizvodnjo blaga usmerjali kupci s svojimi potrebami, se je v osemdesetih letih 19. stoletja zgodil kopernikanski obrat v trgovini, saj je začela potrebe kupcev določati sama proizvodnja. Šele na ta način je bila Mouretu in njemu podobnim omogočena neskončna rast, ki je gnala kapitalizem in potrošniško družbo 20. stoletja. Če bi trgovina zgolj sledila potrebam kupcev, kot je bilo v navadi vse do pojava veleblagovnic, bi raven prodaje, prometa in rasti ostajala konstantna, saj bi se potrebe povečevale le zmerno, v skladu z organsko rastjo in razvojem prebivalstva; ko pa so bile te potrebe umetno povečane (in potemtakem niso bile več običajne potrebe, temveč jih je produkcija preseгла), je prišlo do množične potrošnje, s katero so gnali tudi samo industrijo. Ta temeljni obrat v potrošništvo, po katerem začne proizvodnja narekovati potrošnikove potrebe, obravnava tudi Baudrillard, ko komentira Galbraithovo revidirano gospodarsko sekvenco.<sup>60</sup>

<sup>60</sup> »Temu Galbraith pravi 'obrnjena veriga' v nasprotju s 'klasično verigo', pri kateri je pobuda na strani potrošnika, čigar potrebe naj bi odsevale na trgu in v dejavnosti

## Trženje v romanu *Au Bonheur des Dames*

Za konsumpcijo presežkov produkcije pa je bil potreben še en element, ki je pospeševal želje kupcev in jih spreminjal v potrošnjo, in sicer marketing, ki ga je spoznal že Balzac in ki ga je Zola že cenil kot eno od temeljnih orodij poslovanja. Najprej je bilo tu oglaševanje. To je bilo eden od ključnih, v Balzacovem času še naključno vodenih in upravljanih elementov trgovskega sveta (časopisi so v Balzacovem času z oglasi prodajali knjige in izsiljevali založnike, medtem ko so bili v Zolajevem času že polni oglasov za *grands bazars*). Pravo marketinško orodje je oglaševanje postalo tedaj, ko se je bolj sistematično in strateško umestilo v poslovne prakse (Gallois 2000: 95). Mouret za oglaševanje porabi vedno več: od 60.000 frankov letno se izdatki zanj povečajo na 300.000 frankov. Oglaševanje prevzame ključno vlogo v marketinški strategiji, pri čemer je veleblagovnica Au Bonheur des Dames prisotna na plakatih, na omnibusih, na gledaliških zavesah in predvsem v katalogih, ki jih daje Mouret tiskati v številnih jezikih:

Velika sila je bilo predvsem oglaševanje. Mouret je znal zapraviti vse do tristo tisoč frankov letno za kataloge, oglase in plakate. Za uvedbo poletne kolekcije je razpečal dvesto tisoč katalogov, od tega petdeset tisoč v tujini, prevedenih v vse jezike. Dajal jih je ilustrirati z gravurami, opremljal jih je celo z vzorci, nalepljenimi v brošuro. Police so se zdaj šibile še od katalogov, Bonheur des Dames je bodla v oči celega sveta, zavzemala je zidove, časopise in celo gledališke zavesne. Trdil je, da je ženska nemočna proti oglaševanju, tako da na koncu vedno sledi oglaševalskim bobnom. (Zola 1964: 613)

Drugi, prav tako pomemben vidik marketinškega spleta je bila izpostavitve blaga, pri kateri v Zolajevi veleblagovnici Mouret blesti kar sam. *Étalage*, razgrnitev blaga, kot temu pravi Zola, se v sodobnem marketinškem jeziku imenuje *merchandising*, gre pa za pozicioniranje blaga v sami trgovini, ki kot del promocije pomembno vpliva na odločitev o nakupu. V tem trenutku blago v trgovini ni več samo razporejeno, ni več zgolj malce lepše skladiščeno, pač pa njegova postavitve postane izpostavitve, ki pomaga pri prodaji oziroma postane kar odločilen korak pri nakupu v trgovini. *Étalages* so bile veliko odkritje veleblagovnic, njihova razkošnost pa je bila med pomembnimi dejavniki razvoja nove trgovine in rasti prometa pa tudi dekorja same trgovine. Tako Mouret kot prvi

---

proizvodnih podjetij. Tukaj pa, nasprotno, proizvodni obrat obvladuje vedenje na trgu ter oblikuje družbeno držo in njene potrebe.« (Baudrillard 1970: 98)

v Parizu nabavi velike količine perzijskih preprog, kakršne so bile poprej na voljo le v nekaterih specializiranih butikih. S tem še dodatno utrdi podobo veleblagovnic kot bazarjev, resničnih *grands bazars*:

Že pri vratih jih je takoj očaral s presenečenjem, ki jih je brez izjeme prevzelo. To je bila Mouretova zamisel. Bil je prvi, ki je na Vzhodu po odličnih pogojih kupil zbirko starih in novih preprog, redkih preprog, ki so jih dotlej ponujali le prodajalci kuriozitet, in sicer zelo drago; zdaj je z njimi preplaval tržišče, ponujal jih je tako rekoč po nabavni ceni in z njimi zgolj ustvarjal čudovit dekor, ki naj bi k njemu privabil visoko umetnostno klientelo. (Zola 1964: 471)

Pomemben element pri doseganju visokih prometov in predvsem pri izključevanju konkurence je bila tudi cenovna politika, ki je vpeljala vnaprej določeno in označeno ceno, s čimer so stranke dobile pregled nad tržiščem in so lahko začele cene primerjati. V stare butike, kjer cene še niso bile označene, so tako stranke postopoma prenehale zahajati. Takšen način delovanja Mouretu omogoča nov marketinški trik, ki temelji na prodaji z izgubo, *à perte*, pri kateri določeno blago prodajajo pod nabavno vrednostjo. Blago, ki je bilo cenejše kot kjerkoli pri konkurenci, so tako uporabili kot vabo za kupce, ki so jim nato prodajali drugo blago, in sicer po isti ali celo višji ceni kot konkurenca:

»Skratka, odločili ste se,« je povzel, »damo jo po pet frankov šestdeset ... in veste, da je to komajda nabavna vrednost.« »Ja, ja, pet frankov šestdeset,« je živahno rekel Mouret, »in če bi bilo po mojem, bi jo dal pod nabavno.« Vodja oddelka se je krepko zasmel. »Oh, kaj bi lepšega ... To bi potrojilo prodajo, in moja edina skrb je, da naredimo čim več prometa ...« Vendar je Bourdoncle ostajal resen, stisnjenih ustnic. On je svojo provizijo prejemal na celoten dobiček, in ni mu bilo v interesu, da bi nižali cene. Razen tega so ga pestile stare skrbi, ob oglaševalskih mahinacijah, ki jih ni razumel. Drznil si je podvomiti, rekoč: »Če jo damo po pet frankov šestdeset, je to tako, kot če bi jo dajali z izgubo, saj je treba računati še naše stroške, ki niso nizki ... Povsod bi jo dali po sedem frankov.« [...] »Vsa umetnost, dragi moj, je, da jih razvnamemo, in zato potrebujemo artikel, ki bo pritegnil, ki je moden. Potem pa lahko prodajate druge artikle po isti ceni kot drugod, one pa bodo mislile, da jih pri vas kupujejo ceneje.« (Zola 1964: 424)

Med Mouretovimi prelomnimi novostmi je tudi možnost vračanja kupljenega blaga. Ko vpelje *rendus*, Mouret še enkrat več pokaže, da do obisti pozna komercialnega duha. Vračanje kupljenega blaga je bilo še konec 19. stoletja nekaj novega, saj si ga mali trgovci zaradi velike tveganosti niso mogli privoščiti. Samo Le Bon Marché in podobne veleblagovnice so lahko ženskam, ki so

nihale med dvema artikloma, omogočile, da so kupile oba z možnostjo vrnitve enega od njiju:

In potem je prodril še globlje v žensko srce, domislil se je »vračil«, mojstrovini jezuitskega zapeljevanja. »Nič se ne obotavljate, gospa: nam boste pa vrnilo, če vam ne bo več všeč.« Ženska, ki se je upirala, je tako sprostila še zadnjo zavoro, saj je imela možnost premisleka ob impulzivnem nakupu: in je vzela, mirne vesti. Zdaj so vračila in nižanje cen postali del klasičnega delovanja nove trgovine. (Zola 1964: 613)

Z vsemi temi prijemi, ki jih Zola imenuje kar »jezuitsko zapeljevanje«, Mouret ustvari nekaj, kar ni več podobno običajni trgovini iz dobe Napoleona III., kaj šele iz dobe Ludvika Filipa in Balzaca (Bowlby 1985: 76–79). Tudi v arhitekturi, o katere novitetah je Zolaju poročal arhitekt Frantz Jourdain, ki je kasneje v slogu *art nouveau* projektiral veleblagovnico Samaritaine, so se uveljavili povsem novi načini gradnje: ogromni volumni prostorov so se širili v višino skozi vsa nadstropja, ki so bila vidna vse do steklenega stropa (kar je še danes značilnost pariških veleblagovnic), gradnja je bila iz kovine in kamna, kar je bila tedaj precejšnja inovacija,<sup>61</sup> predvsem pa so prostori izžarevali zračnost, ki je stranke navdajala z zaupanjem. Zola je novo trgovsko svetišče primerjal s katedralo modernega sveta:

Arhitekt, po srečnem naključju mladenič, zaljubljen v nove čase, je kamen uporabil le za kletno nadstropje in vogalne stebre, zatem pa je vse okostje naredil iz železa, s kolonami, ki so nosile konstrukcijo iz tramov in nosilcev. Stropovi in notranje predelne stene so bili iz opeke. Povsod pa so pridobili prostor, zrak in svetloba sta prosto vstopala, stranke so se lagodno premikale pod drznim in odprtim ostrejšem. To je bila katedrala moderne trgovine, čvrsta in lahka, zgrajena za množico strank. (Zola 1964: 611)

*Au Bonheur des Dames* je iz družbe menjave, ki je pravzaprav v omejenem smislu še vladala v malem balzacovskem svetu knjigotrštva in borzništva sredi starih mestnih četrti, s pomočjo revolucionarnih marketinških in drugih poslovnih orodij zajel duha nove religije, religije potrošništva, s katero je človeštvo prešlo v družbo, ki ji vlada posrednik, pravi prerok nove dobe, *calicot*, se pravi, religije izobilja in presežkov, ki so iz Pariza naredili svetovno prestolnico mode, razkošja in trgovine. Kot smo videli, je vse to omogočil obrat

---

<sup>61</sup> Benjamin (1983: 211–231) izčrpno poroča o tem v poglavju »F [Eisenkonstruktion]« (F [Konstrukcija iz jekla]), v katerem analizira tehniko gradnje pasaž, ki je odločilno vplivala na arhitekturo veleblagovnic.

od povpraševanja k ponudbi, ki je začela narekovati potrebe potrošnikov. S pojavom velike trgovine, na modelu katere je temeljila veleblagovnica Au Bonheur des Dames, je prišlo do resnične spremembe v trgovini in družbi nasploh. Ko dame niso več kupovale dežnikov pri starem Bourrasu, ko niso več naročale svile pri Denisinem stricu Bauduju v Vieil Elbeuf, pač pa so vse, kar so si požezele, dobile v veleblagovnicah, je trgovina prenehala streči njihovim potrebam in je trgovec začel te potrebe narekovati in povečevati v skladu s svojimi apetiti. Začelo se je malone absurdno kopičenje, ki je prese-nečalo vso družbo, vključno z vlagatelji, med katerimi je Zolajev baron Hartmann, ki opazuje revolucionarni občutek za *merchandising*, s katerim mladi Mouret meri venomer višje, pri tem pa zadovoljuje eno samo željo: žensko željo, ki postaja neskončna.

### Ime česa so *calicots*?

Medtem ko se Flaubertov Frédéric Moreau sooči s komodifikacijo želje, ki se mu na nezavedni ravni upre, ker si komodificirane zadovoljitve pravzaprav ne želi, s čimer družbena in ljubezenska *réussite* izgubita pomen – in zaradi česar se počasi pogreza v pesimizem –, smo pri Zolaju v času tretje republike soočeni z zahtevo po neomejeni komodifikaciji, ki pogojuje prav tako neomejeno rast proizvodnje in s tem potrošnje blag. Želja je zdaj že dokončno komodificirana, kar pomeni, da jo lahko zadovolji samo še materialna gratifikacija, postati pa mora neskončna, razpreti in razcveteti se mora do kraja. Človek si mora želeti še in še, da bi omogočal nenehno širitev velike trgovine, s tem pa je tako rekoč obsojen na večni optimizem, ki je Zolajeva »druga plat resnice« (Zola 1882: 4).

Ker je trgovina z blagom, kot je tekstil, v osemdesetih letih 19. stoletja kljub vsemu omejena, je Mouret prisiljen poseči po drugačnem blagu. Ena od ključnih značilnosti *grands bazars*, ki redno jezi in draži konkurenco, pa je prav Mouretova volja, da se širi tudi horizontalno, v smeri diverzifikacije blaga.<sup>62</sup> To nas lahko spomni na Braudelove opise velikega trgovca, ki se širi tja, kjer kapital obljublja največje dobičke (Braudel 2010: 48). Tako Mouret kmalu poseže na področje preprog, zatem dežnikov, nazadnje pa tudi pohištva in umetnin (veleblagovnica Au Bonheur des Dames pa dobi celo galerijo). Na

<sup>62</sup> Za konkurenco v romanu *Au Bonheur des Dames* gl. Gallois 2000: 98–100.

ta način učinkovito ugonobi bližnjo konkurenco, saj stari Bourras s svojimi modeli dežnikov in visokimi cenami ne more konkurirati Mouretovi prodornosti na vseh področjih, enako pa velja tudi za cvetličarje, klobučarje, parfumerje in preostale stare trgovce drugega pariškega okrožja; takole toži Bourras:

Sicer pa pravijo, da se bo čistka nadaljevala. Packi ustanavljajo oddelke s cvetjem, modo, parfumerijo, čevlji, kaj vem še s čim vse? Grognet, parfumer iz ulice de Grammont, lahko spakira, in ne bi stavil deset frankov, da bo preživela čevljarna Naud na ulici d'Antin. Koleri kosi vse do ulice Saint-Anne, od koder bo Lacassagna, ki prodaja dekorativno perje in cvetje, pa gospo Chadeuil, ki vendar slovi po svojih klobukih, odneslo v roku dveh let ... Za njimi pa še druge in druge! Vsi lokalni trgovci bodo prišli na vrsto. Ko začnejo cunjarji prodajati milo in galoše, malo manjka, da jih bo zamikal še krompirček, potem smo pa tukaj. Narobe svet, prav zares! (Zola 1964: 743)

Pa vendar se prav to kmalu zgodi, saj že sam Mouret uvede salon za branje in posedanje, kjer lahko dame in gospodje polistajo revijo ali časopis. Gre za širitev trgovske panoge, kakršna bo zaznamovala 20. stoletje, ki bo prineslo trgovske centre in pariške *drugstores*, ki bodo prodajali še vse kaj drugega kot obleke in krompirček.

Potrošniška družba se tako od svojega rojstva v letih, v katera Zola postavi roman *Au Bonheur des Dames*, ne bo bistveno spremenila vsaj naslednjih sto let, ko jo bo v študiji *La société de consommation* opisal Baudrillard. V Zolajevem romanu lahko namreč opazujemo že tako rekoč vse poteze razvite potrošniške družbe, kakršna nam je znana iz sedemdesetih let 20. stoletja, ki jih ima pred očmi Baudrillard. *Au Bonheur des Dames* pozna trženjski splet, ki bo veleblagovnicam zavladal v naslednjem stoletju, pozna presežek produkcije, ki ga je treba kanalizirati v prodajo s pomočjo vzbujanja želje, za katero skrbi oglaševanje, pozna t. i. štiri P-je modernega trženja,<sup>63</sup> pozna blaginjo, ki jo spodbuja nenehna rast, pozna *gaspillage*, nepotrebno in prekomerno zapravljanje, ki ga spodbuja možnost vračil in zamenjave kupljenega blaga, in pozna celo obrise dejanskosti, ki jo bodo zamenjali znaki, saj proizvodi postajajo ime nečesa, kar ni več sam objekt, ki se prodaja. Blago pravzaprav začne označevati svojo tržno vrednost, *valeur médiatrice*, ki je preglasila njegovo uporabno vrednost, *valeur médiatisée*, ki naj bi jo sicer predstavljala. Kljub zaželenosti zaradi svoje

<sup>63</sup> *Product, Price, Promotion, Placement* so zapovedi trženja 20. stoletja, kjer je za uspešen trženjski splet pri proizvodu treba uskladiti »proizvod«, »ceno«, »promocijo« blaga in njegovo »pozicioniranje« na trgu.

uporabne vrednosti (lepote, privlačnosti) blago na polici pri Zolaju že nakažuje, v kaj se bo spremenilo v 20. stoletju, namreč v nosilec cene, ki s svojo simbolno razsežnostjo napoveduje opazno potrošnjo (*conspicuous consumption*). Cena opozarja na simbolno vrednost nakupov, s tem pa blago postane svoj lastni posrednik, saj v ospredje stopa cena kot njegova posredujoča, kvantificirana vrednost.

Po Zolaju je *calicot* bistvo in duša družbe, ki jo želi predstaviti: »[t]rgovec postaja božanstvo« (Zola 1882: 4). Toda ime česa je pravzaprav družba, ki jo upravljajo *calicots*? Sam *calicot* ni zgolj spreten trgovec v veliki trgovini, ki napoveduje Pariz kot velesilo sveta mode in luksuza. Družba, ki ji vlada *calicot*, posrednik, ki upravlja s posredujočo vrednostjo posredovanega blaga, je moderna družba v celoti, nova paradigma, sistem vrednot, ki ga mehanizmi velike trgovine dajejo za zgled drugim gospodarskim dejavnostim. Družba, ki jo simbolizira *calicot*, je družba rasti, ki omogoča srečo, se pravi, družba, v kateri uživanje presežkov rasti zagotavlja srečo. V takšni družbi je sreča kvantificirana in postavljena v njeno ime: »Au Bonheur des Dames«. Pojem neskončne rasti, ki ga Mouret zastavi v svoji veleblagovnici, bo v 20. stoletju postal temeljno načelo razvitega sveta, ki človeštvu prinaša iluzijo, da so njegove sposobnosti in naporji neomejeni.<sup>64</sup> »'Zakaj pa ne?' je naivno rekel Mouret. 'Nobenega razloga ni, da bi se ustavilo. Kapital lahko obrnemo petnajstkrat, to že lep čas napovedujem. In v nekaterih oddelkih ga bomo obrnili celo petindvajsetkrat ali tridesetkrat ... In potem? Potem bomo našli kakšen trik, da ga bomo obrnili še večkrat.'« (Zola 1964: 639)

Vendar se je razviti kapitalizem kljub temu kmalu soočil – in se še sooča – s problemom, ki ga sproti rešuje potrošniška družba, četudi ga nikoli ne more dokončno rešiti: s končnostjo samega trga. Kako spraviti v promet produktivnost, ki je tako rekoč neomejena?<sup>65</sup> Ko so tehnološki procesi in proizvodni

<sup>64</sup> »O 'ekonomskem načelu' Galbraith pravi: 'To, kar imenujemo gospodarski razvoj, na splošno pomeni, da si zamislimo strategijo, ki omogoči, da premagamo človeški nagib, ki postavlja meje načrtovanim prihodkom in s tem človekovim prizadevanjem.'« (Baudrillard 1970: 101)

<sup>65</sup> »Če kratko povzamemo, bomo rekli, da temeljni problem sodobnega kapitalizma ni več protislovje med 'maksimizacijo dobička' in 'racionalizacijo proizvodnje' (na ravni podjetnika), pač pa protislovje med dejansko neomejeno produktivnostjo (na ravni tehnostrukture) in nujnostjo, da te proizvode prodamo.« (Baudrillard 1970: 97)

postopki v letih ekonomskega razcveta po drugi svetovni vojni omogočili skoraj neomejene možnosti produkcije (na račun delavskih pravic, tretjega sveta in okolja), se je ta soočila z omejenostjo nacionalnih trgov, rešitev pa je po padcu berlinskega zidu, ko je geopolitična situacija to omogočila, ponudil proces globalizacije. Sistem tako pravzaprav proizvaja le še v imenu samoohranitve. Toda tudi takšni rasti je nekje videti konec, njeno uravnoteževanje pa ni nikoli povsem zadovoljivo ne za eno ne za drugo stran.<sup>66</sup> Ravnoesje, ki se za silo (in na silo) vzpostavi z uravnoteženjem ponudbe in povpraševanja, za katero poskrbi nevidna roka trga (proizvodnja lahko narekuje povpraševanje zgolj do točke, po kateri mora nastopiti trg, ki več kakor lastne kapacitete, ki so celo na globalni ravni omejene, preprosto ne more prenesti), je po Baudrillardu prav tako nevrotično, kot je bil duh veleblagovnice, ki je v Zolajevem času peljal neskončno rast (Schuster: 2008).

Nevrotični pogledi dam, ki jih je Zola opazoval na ogledih v veleblagovnici La Place Clichy, kamor je zahajala njegova žena Alexandrine (takrat sta stanovala v bližnji vasici, današnji pariški četrti Batignolles), izkazujejo prav tesnobo, ki se kaže tudi kot nepotešenost kapitalizma ob delovanju nevidne roke trga, namreč neskončno željo, ki jo lahko poteši le neskončna zadovoljitev, neskončno število nakupov in predmetov poželenja. S tem Mouret odpre Pandorino skrinjico ženske želje. Ko ženski v vzdušju in dekorju, kakršnih niso deležni niti kralji, ponudi neskončno število artiklov, odpre tudi slo po neskončnosti potešitve te želje, ki pa jo vselej frustrira prostornina denarnice, ki je pač končna. Iz tega protislovja se rodi »nov modus nevroze« (Mitterand 1964: 1679), ki jo je že leta 1882 zaznal Zola in ki še danes poganja potrošništvo. Tako je Zola z družbo, ki jo je upovedal v svojem romanu, nakazal tudi pot, na katero bo ta družba stopila v naslednjem stoletju. S svojo družbeno vlogo, ki je segala tudi v politiko, je poskrbel za odmevno recepcijo svojih romanov, ki kot takšni niso bili brez vpliva na procese v evropskih družbah 20. stoletja.

---

<sup>66</sup> »Naposled se vendarle vzpostavi nevrotično ravnoesje, in sicer kot koherentnejša organizacija produkcije – razmah potreb se izrazi v sosledju produkcije, v katerega se za silo vklopi.« (Baudrillard 1970: 87)

## Človekova vloga med veliko in malo trgovino

Ko analiziramo človekovo eksistenco v pohodu velike trgovine, se moramo najprej vprašati, kdo je pravzaprav glavni junak romana *Au Bonheur des Dames*. V tehničnem, naratološkem smislu je to Denise Baudu, ki se prebija skozi kompleksno konstrukcijo novega sistema, pri čemer se je Zola odločil, da bo Octavu Mouretu, ki je že v *Pot-Bouille* odigral pomembno vlogo kot ljubimec številnih meščank, dodelil prvo stransko vlogo. A Moureta s tem ni postavil v drugi plan, saj je njegov lik ključnega pomena za razvoj družbe, ki jo roman opisuje. Vseeno pa ne moremo mimo dejstva, da je resnična glavna junakinja romana pravzaprav kar veleblagovnica sama, v kateri Mouret vidi kvintesenco ženske oziroma zapeljevanja ženske. V Zolajevem romanu, ki je vrhunec literarizacije potrošništva 19. stoletja, je potrošniška družba že tako invazivna in pervazivna, da je zasenčila samega človeka, ki je v njej le še bolj ali manj pasiven akter.

Potrošniška družba je s svojo nenehno rastjo in kvantificirano vrednostjo blaga postala v osemdesetih letih 19. stoletja tako vsenavzoča, da ji človeški liki v zgodbi pravzaprav zgolj še sledijo, saj nagonsko čutijo, da gredo v pravo smer, in sicer v smer napredka, zgodovine, same logike družbe. Vloga Denise v romanu je sicer dvojna, saj kot nečakinja starega Bauduja sočustvuje z njegovo staro trgovino, četudi ve, da je ta obsojena na propad, obenem pa diha z veliko trgovino in živi za Mouretove sanje, saj čuti, da je to naravna pot človekovega razvoja. Pri tem ni nepomembno, da je Zola junakinji to dvojno vlogo dodelil šele v fazi priprav, potem ko je ugotovil, da jo mora povezati s staro gardo trgovcev in ji tako dodati nekaj empatije, s katero bo lahko simpatiziralo bralstvo (prva izdaja romana je izšla v nakladi 60.000 izvodov, kar je bilo nekoliko nad Zolajevim povprečjem, pri čemer je bilo pričakovati, da bo *Au Bonheur des Dames* velika uspešnica):

Dodelil ji bom neko povezavo s konkurenčno trgovinico in tako zgotovil dogajanje. Na primer: najprej bo delala v tej trgovinici, potem pa prešla v Bonheur, kar starega razjezi, četudi ohrani stike, tako da lahko ohranim neko povezavo [...]. Na začetku jo hočem suhljato, sramežljivo, zmahano, skoraj osuplo, povoženo; potem pa, sčasoma, jo razvijem sredi elegance veleblagovnice, tam se naredi[...] (Zola 1882: 13)

Porajajoča se potrošniška družba Denise in druge like v romanu vsekakor determinira, a jih ne določa popolnoma tako, kakor določa Huysmansovega

Folantina. Folantin si te družbe sicer želi, vendar jo zaradi svojih skromnih dohodkov zavrača, tako da ga potrošniška družba povsem nadvlada. Denise se, nasprotno, pusti voditi toku dogodkov v pozitivnem smislu, temu toku se prilagodi in ga nadgradi. Življenja ne vidi kot nujnega schopenhauerjevskega brodoloma, pač pa kot pot do sreče. Nese jo duh časa, se pravi, Mouretov zanos, ki ga s čvrsto roko vodi Zolajev odločni optimizem. Pri tem ne gre zanemariti dvojne vloge Denise, ki kot dedinja stare trgovine sočustvuje s prebivalci stare četrti. Ker sočustvuje s stricem Baudujem in staro teto, ki jima že opazovanje palače nasproti njune trgovine trga srce, ter z dežnikarjem Bourrasom in z odpuščenim Robineaujem, ki skuša z njeno pomočjo vzpostaviti konkurenčno trgovino, lahko ohranja človeško vlogo v tej novi človeški komediji. Te ne poganja več zgolj denar, temveč potrošnja kot njegova sublimacija, pri čemer Denise ves čas čuti, da sta stara trgovinica in z njo celotna četrt obsojeni na propad:

Denise je poslušala, molče. Skrivoma je bila za veleblagovnice, v svoji nagonski ljubezni do logike življenja. Vsi so molčali in jedli stročji fižol iz konzerve; naposled si je vseeno drznila veselo izjaviti: »Ampak stranke se pa ne pritožujejo, stranke!« Gospa Robineau si ni mogla pomagati, da se ne bi malo zasmejala, kar je razjezilo njenega moža in Gaujeana. Brez dvoma so bile stranke zadovoljne, saj so ne nazadnje one imele koristi od nižanja cen. (Zola 1964: 574)

V tem dialogu Denise eksplicitno pove, da je na strani velike trgovine, saj jo žene »nagonska ljubezen do logike življenja«. S tem ji je Zola namenil povsem afirmativno, optimistično vlogo, ki je ne more zagreniti pesimizem obsojenih na revščino, pa tudi ne razvajenih dandyjev, ki v demokratizaciji dostopa do luksuznih dobrin vidijo vulgarizacijo in brutalizacijo lepega. Takšne občutke imajo na primer Huysmansov Des Esseintes in mali trgovci, ki so prepričani, da je treba še naprej delovati po starem in da novo pomeni uničenje pristnih, tradicionalnih vrednot, ki skrbijo za človekovo spodobno preživetje. Denise je tako le na videz problematična posameznica v Goldmannovem pomenu, ko se solidarizira z malimi trgovci, hkrati pa jasno čuti, da duha časa določa množična potrošnja, ki jo ženejo presežki produkcije, nenehna rast in prevlada posredujoče vrednosti v družbi, ki ji vlada *calicot*. Denise družbe, ki jo določa kvantifikacija, ne čuti kot degradacije kvalitete, uporabnosti ali tradicije; nasprotno, kvantifikacija ji velja za edini resnični tok zgodovine.

*Au Bonheur des Dames* dodeli Denise poleg skrbi za humano umiranje stare trgovine tudi vlogo nekakšne tihe sindikalistke, ki s svojim humanitarnim

zgledom navdihuje človekoljubne pobude. Pod njenim vplivom je Mouret (tega je Zola tudi sicer prikazal kot razmeroma dobrohotnega lastnika), ki ga pravzaprav zanima le osvajanje ženskih src in denarnic, vedno bolj dobrodušen in razumevajoč do delavcev. Če so bili ti na začetku romana povsem prepuščeni na milost in nemilost nadrejenih, ki so jih za vsako malenkost odpustili, se roman izteče radikalno drugače. Resda so imele prodajalke že vselej svoje sobice na podstrešju veleblagovnice (kjer so jih sicer redno nadzorovali, saj ljubezenska razmerja znotraj kolektiva niso bila dobrodošla) in tudi za hrano je bilo poskrbljeno (Mouret je vsak dan namenil 1,5 franka na zaposlenega za obroke v menzi, nad katerimi so se sicer vsi pritoževali, četudi so vključevali predjed, glavno jed in sladico), vendar so odvečno delovno silo brez težav ali delavskih pravic odpustili, brž ko so šli posli slabše ali je nastopila mrtva poletna sezona. Denise sčasoma, ko se najprej prijateljsko, nato pa še ljubezensko zbliža z Mouretom, poskrbi za izboljšanje delavskih razmer, za pravico do dopusta in celo za prve zametke pokojnin za zaposlene v tekstilni industriji.<sup>67</sup>

## Socialna past potrošništva

Tako se je tudi s pomočjo Zolajevih romanov Pandorina skrinjica odprla še z druge plati, se pravi, ne le s trgovske, ki naj bi zagotavljala neskončno željo, pač pa tudi z vidika delavskega vprašanja. Tega se je Zola sicer lotil nekaj let kasneje, v romanu *Germinal*, je pa bila problematika najbolj pereča prav v tekstilni industriji, ki je bila zaradi urbane umestitve med najbolj opaznimi. Na dan je prišlo vprašanje demokratičnosti, ki ga s seboj prinaša rast. S pospeševanjem proizvodnje je sicer rasla tudi zaposlenost, četudi je v mali trgovini, ki jo je velika požirala, obratnosorazmerno padala, a je bila tehtnica zaposlovanja vseeno krepko na strani veleblagovnic, ki so zaposlovale tisoče ljudi. Ta je z večanjem kupne moči poganjala tudi potrošnjo, ki je dobrine približevala množicam. Vendar je ta demokratizacija po drugi strani demokratičnost krnila, saj so se razmere delavstva, ki v resničnosti še zdaleč niso bile tako idealne kakor v Zolajevem romanu, hitro slabšale, ker je bilo treba za čim nižje stroške proizvesti vedno več. Tako je bil stranski produkt demokratizacije udobja in enakosti ljudi v odnosu do dobrin poslabšanje delavskih razmer, pri čemer je demokratizacija dobrin zakrivala neenakost, ki je prihajala na dan v razmerah

---

<sup>67</sup> Za vlogo kapitalizma s prvinami države blaginje v romanu *Au Bonheur des Dames* gl. Gallois 2000: 108–112.

v proizvodnji. Baudrillard opozarja, da je dvojnost rasti zajeta že v njeni biti. Rasti namreč lahko pripišemo, da prinaša blaginjo in s tem večjo enakost, saj se dobrine razporedijo med širše množice in vse več ljudi participira pri produktih same rasti, lahko pa, nasprotno, rasti očitamo, da povzroča neenakost, saj imajo kapitalisti vedno več, delavstvo pa vedno manj:

Potemtakem imajo komplementarni miti dobrobiti in potreb močno ideološko funkcijo vsrkavanja in brisanja objektivnih, družbenih in zgodovinskih položajev neenakosti [...]. Od »Rasti kot produkta blaginje in s tem enakosti« ne bomo avtomatično prešli k drugemu ekstremu, ki bi se glasil: »Rast povzroča neenakost«. Če obrnemo ta napačno zastavljeni problem in se vprašamo, ali je rast egalitarna ali neegalitarna, bomo rekli, da je sama rast v funkciji neenakosti. (Baudrillard 1970: 61)

Baudrillard se pri tej dihotomiji odloči za definicijo, ki vsebuje protislovje, zajeto v pojmu rasti, tj. za definicijo, po kateri je rast že v izhodišču sorazmerna z neenakostjo v družbi. V praksi to pomeni, da skuša družba neenakost reševati z vedno večjo rastjo in s poplavo dobrin za množice, s čimer pa povzroča pravzaprav samo še več neenakosti, saj so množice v odnosu do svojih gospodarjev še revnejše, lastnik kapitala pa jih zaradi racionalizacije proizvodnje znotraj svoje marže vedno bolj stiska.

V Zolajevem romanu lahko pri delu opazujemo temeljno protislovje, ki ga že konec 19. stoletja v sebi nosita rast in potrošništvo. Denar po eni strani osvobaja in rojeva zolajevske optimistične like, ki gradijo družbo napredka, in optimistične pisatelje, ki sodelujejo pri vzpostavljanju literarnega polja, ki prav s pomočjo denarja doseže relativno avtonomijo, in sicer znova v veliki meri po zaslugi Zolajevih prodajnih uspehov in posega v afero Dreyfus, s katero se konstituira intelektualec kot družbeni korektiv. Po drugi strani pa denar zaslužuje, s tem ko komodificira željo samo. Ta rodi pesimizem antijunakov, kakršna sta Frédéric Moreau, ki se mu takšna družba upira, in Jean Folantin, ki družbo denarja prezira, ker si je ne more privoščiti. Ta dihotomija vodi v protislovje med optimističnimi in nevrotičnimi nakupovalkami, saj se v trgovini mešajo pripadnice različnih slojev, ki napredek dojemajo z različnih vidikov. V proizvodnji pa ta dihotomija poganja preraščanje pesimizma v nihilizem in nazadnje v upor, ki napoveduje delavsko revolucijo v različnih oblikah, bodisi fašističnih ali pa komunističnih.

---

## *Mal du siècle* v potrošniški družbi: estetsko kot metafizični temelj sveta

Zavračanje banalnosti demokratizirane buržoazne potrošnje: Huysmansov roman *Proti toku*

V tridesetih letih 19. stoletja se je Balzacov Lucien de Rubempré navduševal nad tem, da je mogoče z denarjem vse kupiti, zato si je tega želel vedno več. Tri desetletja pozneje je bil Flaubertov Frédéric Moreau razočaran nad tem, da je mogoče z denarjem kupiti tudi ljubezen in vpliv, zato je izgubil voljo, da bi se še naprej gnal za potešitvijo svojih želja. Še deset let pozneje je bil Huysmansov Jean Folantin razočaran nad tem, da lahko nekateri kupijo vse, a sam ni med njimi, Zolajev Octave Mouret pa se je navduševal nad tem, da lahko vsi kupijo vse, vključno s srečo, ki jo je z njim delila Denise Baudu. Medtem je Huysmansov Des Esseintes dokončno obupal prav zaradi buržoazne vulgarnosti družbe, v kateri lahko vsi vse kupijo.

Huysmans je roman *Proti toku* zasnoval kot eksperiment, ki naj pokaže, kaj bi se zgodilo, če bi bil Folantin bogat in bi si lahko vse privoščil. Tako Folantin kot Des Esseintes namreč sovražita demokratizacijo potrošnje, kakršno zagovarja Zolajev roman *Au Bonheur des Dames*, saj v njej vidita zgolj profanacijo dobrin, ki naj bi bile ekskluzivne in ki naj bi kot takšne pričale o okusu tistega, ki jih kupuje. Če si lahko te dobrine privošči vsakdo, izgubijo zanju smisel tako one kakor sama družba, ki omogoča takšno profanacijo okusa. Ko si Folantin išče utehe pred imbecilnostjo svojih sodobnikov, meščanov brez vsakršne subtilnosti, ki jim gre le za denar, umazanih dostavljačev in primitivnih natarkarjev, pred galopirajočo amerikanizacijo dobrih in poštenih francoskih gostiln ter pred rušenjem nekdanjih pariških četrti, se pravzaprav upira vsemu, kar je Zola častil v podobi veleblagovnice *Au Bonheur des Dames*. Tudi Folantin si v trenutkih, ko bi se rad umaknil in ubežal *rustres bourgeois*, išče zatočišča v ekskluzivnih hobijih, elitnih užitkih in redkih slasteh, ki pa si jih ne more privoščiti.

Zato se jim naposled odreče in si dopoveduje, da sodobne knjige pišejo bedaki, da litografije, ki jih ponujajo pokvarjeni galeristi, niso vredne svojega denarja in da blago v Le Bon Marché, kamor se zateče po nekaj malega dekorja za svojo izbico, prodajajo vsiljivi in vzvišeni *commis*, ki (kakor je prav tedaj navdušeno opisoval Zola) živijo od provizij od prodanega blaga (Huysmans 2019: 526).

Tako se grof Des Esseintes, dedič družine s sumljivim aristokratskim poreklom, zateče v izolacijo hiše v Fontenayju, od Pariza oddaljenem uro vožnje z vlakom, kjer si v sijajni izolaciji ustvari nekakšen minimundus. Ta ga varuje pred vdorom brutalne vulgarizacije sveta, ki jo prinašata zolajevska napredek in demokratizacija. To si lahko privošči samo zato, ker je v nasprotju s Folantinom pridobil rento, ki jo je podedoval od zgodaj umrlih in odtujenih staršev, ko je prodal propadajočo družinsko graščino in si s kupnino omogočil luksuzno bivanje v po meri prenovljeni, opremljeni in dekorirani hiši. Spodnje nadstropje si je uredil za bivanje, tako da je vsakega od šestih prostorov priredil za določeno dejavnost, kjer je sistematično sproščal svoje (umetniške, bibliofilske, prehranske, toaletne) obsesije, v zgornjem nadstropju pa je namestil star služabniški par, ki je moral nositi debele copate, da ju čez dan, ko je spal, ni slišal.

Tako Folantin kot Des Esseintes iz prezira do sodobne družbe zapadeta pesimizmu, ki meji na nihilizem, a Folantin na koncu novele *À l'Vau-l'eau* izreče žalostno resnico, da ljudi brez denarja čaka samo najhujše. Pesimizem in obup sta torej namenjena predvsem ljudem brez denarja, medtem ko je Schopenhauerjevo nihanje med bolečino in dolgočasjem nekoliko milejše za ljudi, ki jim lahko želje izpolni denar. Tem tedaj, ko potešene želje preglasijo *douleur*, bolečino, preostane le še *ennui*, zdolgočasnost. Te ima Des Esseintes na pretek, saj se po vselitvi v hišo v Fontenayju ne počuti nič manj zdolgočasnega kot v Parizu, kjer se je naveličal vseh znancev in prijateljev in ga je minilo vsakršno veselje do prirejanja bizarnih večerij in druženja s sumljivimi tiči po cirkusih in elitnih bordelih. Des Esseintesa *ennui* določa tako rekoč v celoti, pri čemer ga razžira *spleen*, svetobolje, ki ga je v duha fin de siècle neizbrisno vpisal Baudelaire, Des Esseintesov najljubši avtor. Baudelaireu je sicer pesimizem v *spleenu* uspelo povezati z optimizmom, ki ga prinaša denar, in ga povzdigniti v ideal, kakršnega predstavlja pojem novega, vendar Des Esseintes še vedno občuti tudi bolečino, ki je denar očitno kljub vsemu ne omili povsem. *Ennui* in *spleen* namreč Des Esseintesa tako razžirata, da mu načenjata zdravje in ga po malem ubijata; Des Esseintes je značilen schopenhauerjevski junak, ki niha med bolečino in dolgčasom ter samo še

čaka na končni poraz, ki ga bo zadala smrt. Smrti se tako niti ne upira, prepričan, da je vsako človeško trzanje zgolj jalovo prelaganje končnega poraza.

Odgovor na vprašanje, kako je iz naturalistično in eksperimentalno zasnovanega romana, nekakšne *étude de mœurs*, v katerem naj bi se schopenhauerjevsko nihanje natančno zabeležilo, nastal manifest neke popolnoma drugačne, celo nasprotno literarne smeri, dekadence, gre tako ponovno iskati v območju nevroze. Huysmans se je sprva vsaj Zolaju še pretvarjal, da je Des Esseintes pravzaprav študija kliničnega nevrotika, ki se mu je bolezen razvila v perverzni smeri. Kot že omenjeno, je v ta namen prebral dve medicinski knjigi o klinični nevrozi, v primerjavi s katero je sicer Des Esseintesova nevroza atipična. A kot bo Huysmans dvajset let po prvem izidu romana priznal v predgovoru k ponatisu, je bilo vse skupaj res le izgovor, saj je ocenil, da je naturalizem zašel v slepo ulico. Zola je po njegovem mnenju proizvajal brezdušne junake, ki so jih vodili samo nagoni in vzgibi, tako da so pravzaprav opravljali le funkcije v službi pozitivistične analize in determinizma, ki je prisegal na genetiko kot gonilo družbe.<sup>68</sup> Tako je svoje like umestil v različne sfere tedanje družbe, bodisi v železnice bodisi v veliko trgovino, namesto ljudi z značaji pa je upodobil zgolj zlato ljudsko sredino. V odgovor na to stanje je Huysmans skrivoma snoval antideterministično delo, ki bi ga moglo osvobodit zadušljivega vzdušja, v katerega naj bi zašel izčrpani naturalizem (Huysmans 2019: 717).

Nevroza, ki ji je podvržen Des Esseintes, torej ni evforična vzhičenost nad novim stoletjem in optimistično družbo, ki prihaja in ki jo Zola opaža pri strankah v veleblagovnicah, ko se jim ob pogledih na Mouretovo izpostavljeno blago širijo zenice. Des Esseintesa vodi nevroza, ki bolj kot na latentno psihično stanje spominja na jasno izraženo blaznost (Koppen 1973: 293). Njegovo duševno zdravje bi lahko označili za psihotično, sociopatsko, psihopatsko in shizofreno obenem, torej za nekakšno kombinacijo diagnoz, ki jih je Huysmans strnil s terminom *nevroza*. Takšno stanje njegovega junaka vrže iz okvirov normalnega, v nasprotno smer, proti toku, kot pravi sam naslov dela. Des Esseintes je suženj svojih vizij, sanj in mor, svojega prezira do običajnih ljudi, svoje obsedenosti z zgodovino (zlasti z antiko), ujetnik strasti je, med katerimi sta zbiranje mesojedih rastlin in obijanje želv v dragocene kamne

<sup>68</sup> Medtem ko je Balzac veljal za sociologa družbe svoje dobe, se je imel Zola za fiziologa rodbine Rougon-Macquart (Winock 1997: 20).

med najmanj bizarnimi (Koppen 1973: 93 isl.). Des Esseintes se počasi predaja Mefistofelu, ki mu postane vir visoke umetnosti in duhovne hrane, medtem ko prebira religiozne tekste pozne antike in se naslaja nad krščansko umetnostjo srednjega veka.

V nasprotju s katoliki, ki so Huysmansov roman obsojali kot herezijo, je Zola v pogovoru z Huysmansom, ko je ta po izidu preživel nekaj dni z njim v Médanu, roman označil za zablodo in muho enodnevnico, saj naj bi prava literatura temeljila na študiju nravi. Huysmans je Zolaju po eni strani dal prav, saj je v romanu zares zavrnil naturalizem, po drugi pa se z njim ni strinjal, saj ni več verjel v romaneskne pozitivistične študije. Huysmans piše, da Zola ni mogel razumeti njegovega boja proti predsodkom determinizma, ki naj bi roman reducirjal na posodo za družbene vsebine. Predvsem pa je Huysmans hotel ukiniti tradicionalni zaplet in celo lik ženske, da bi se lahko posvetil enemu samemu liku, kakršen je bil najprej Des Esseintes in zatem še Durtal, protagonista večine njegovih poznejših del, lik, ki je avtorju poosebljal bistvo stoletja, četudi deviantno, medtem ko ga Zola ni mogel sprejeti:

Treba je pač priznati, da ni človeške duše nihče razumel slabše kakor naturalisti, ki so jo hoteli opazovati. Eksistenca se je naturalistom kazala v enem samem kosu; sprejemali so jo le, če je bila sestavljena iz verjetnih elementov, sam pa sem se iz izkušenj naučil, da neverjetnosti v svetu ne najdemo vedno samo na ravni izjeme [...]. Zamisel, da bi Des Esseintes utegnil biti enako resničen kakor njegovi liki, je Zolaja begala in skoraj dražila. (Huysmans 2019: 725)

Huysmans, ki se je desetletje po izidu romana *Proti toku* spreobrnil v gorečega katolika, se je še deset let pozneje v predgovoru k omenjenemu ponatisu največ ukvarjal z opravičevanjem za svojo grešnost in blasfemičnost. Njegov Des Esseintes občasno sicer podvomi v etičnost in smiselnost svojega profanega in perverznega početja, a se mu nikoli ne uspe spraviti z Bogom, saj se mu vera bodisi zaradi njenih predstavnikov bodisi zaradi skomercializiranosti vedno znova upre. Tako se Huysmans v predgovoru opravičuje tudi zaradi svojega navduševanja nad pesimizmom, ki naj bi ga zavedel. Schopenhauerjevski pesimizem si je v času snovanja Des Esseintes predstavljala kot tolažbo vzvišenih duš, vendar naj bi se zmotil, saj naj bi nemški šarlatan (*le médocastre allemand*) navsezadnje pustil človeško dušo na cedilu (Huysmans 2019: 718).

## Fetišizacija objektov: odrešitev po predmetih namesto odrešitve po milosti

Pesimizem, ki ga pri Des Esseintesu povzroči odpor do vulgarnega bivanja, se v njem sprevrže na spolni, prehranski, zdravstveni in nravni ravni, vendar deviantna postane predvsem raven potrošnje. Nekateri interpreti prepoznajo Des Esseintesov odnos do potrošnje predvsem v reifikaciji, se pravi, v materializaciji duhovnih in intelektualnih dobrin, a Des Esseintesov odnos do blaga in potrošnje se prej zdi povezan s simbolnim pomenom, ki ga lik vidi v predmetih svojih poželenj.<sup>69</sup> Demokratizirana in množična potrošnja, kakršno je Zola opisal v romanu *Au Bonheur des Dames*, se Des Esseintesu upira (ne nazadnje je to tudi eden od razlogov za njegov umik iz vulgarnega Pariza), saj čuti, da povzroča profanacijo in desakralizacijo posvečenih predmetov, ki mu utelešajo vzvišenost in umetnost.

Čeprav Des Esseintes svojega okusa ne razkazuje, tako da še ne sodeluje v opazni potrošnji – obdobje postavljajstva in t. i. črnih večerij na temo smrti je pustil za sabo hkrati s Parizom –, se ta izraža latentno, saj se protagonist romana s svojo izbranostjo kljub vsemu jasno distancira od prevladujočega okusa in s tem vpeljuje značilno bourdieuevsko distinkcijo. Zdi se, kot da je Des Esseintes dojel, da simbolna vrednost dobrin ni le nasledek komodificirane želje, ki jo legitimira enkratnost, umetniškost oziroma kulturna vrednost dobrin (najvplivneje pa jo zazna Baudelaire, ko združi profano in vzvišeno), pač pa nekaj, nad čimer se je mogoče naslajati in s čimer se je mogoče razlikovati od mrzke množice. Z Des Esseintesovega gledišča imajo tako predmeti kakor sam način življenja izrazit simbolni naboj, ki zagotavlja razliko, distinkcijo, ki Des Esseintesa loči od vulgarnega in vsakdanjega, kakor se kaže v potrošnji slehernega meščana.

Simbolni naboj Des Esseintesove potrošnje, ki se udejanja tako pred selitvijo v Fontenay kot tudi v poznejši samoizolaciji, se kaže v njegovem izboru, ki je eliten in obenem bizaren. Des Esseintesovo življenje je pravzaprav

---

<sup>69</sup>Rosalind Williams (1982: 136) meni, da goji Des Esseintes do potrošnje ambivalentno razmerje, saj jo po eni strani zaničuje, po drugi pa kupuje izbrane predmete. Rezultat naj bi bila reifikacija, v procesu katere naj bi Des Esseintes odnose z ljudmi zamenjal za odnose z objekti.

življenje iz luksuznih katalogov, kakršne ponujajo dražbene hiše in butični tiskarji (Huysmans je večino njegovih nakupov dejansko osnoval na trgovskih katalogih). Des Esseintes se namreč pri potešitvi svojih želja zadovoljuje le z najobskurnejšo, celo perverzno naslado. Pri nakupih likovnih umetnin se posveča izbranim poglavjem srednjeveškega mučenja, saj na teh litografijah opazuje življenjski slog in potrošnjo tistega časa, ali pa Rembrandtu, ki pa ga odbije, brž ko postane priljubljen v širših krogih. Pri nakupih literature je njegov okus poznavalski, prednjačijo pa Baudelaire, Mallarmé in Poe, ki mu v zadostni meri ponujajo *spleen*. Pri nakupih čutnih vtisov pa ga zadovoljijo le orgle okusov, *orgue à saveurs*, s pomočjo katerih si meša ekskluzivne koktajle, in paleta parfumov, s katerimi se nadišavi tako močno, da se skoraj zaдуši. Zanimajo ga tudi rastline in kamnine: poda se v nabavo eksotičnih rastlin, mesojedih, barvitih pošasti, ki jih njegov *ennui* slej ko prej brez izjeme prepusti propadu. Omeniti velja še želvo, ki si jo Des Esseintes kupi pri prodajalcu v Palais-Royalu in jo okiti z dragimi kamni, da bi svoje čute zavaroval pred morebitno monotonostjo njenega oklepa. Des Esseintesova velika strast so tudi knjige, zlasti zbirka iz latinske antike, pri kateri ga – poleg peščice obskurnih krščanskih mislecev srednjega veka – pravzaprav zadovoljijo le Petronij in izbrane izdaje najljubših pesnikov, ki si jih daje kot unikate natisniti in vezati v izbrane papirje.

Toda Des Esseintes je razmeroma bogat in si vse to lahko privošč, pri tem pa skrbno pazi, da se njegov okus odlikuje, se pravi, da ga razlikuje od slehernika. In četudi tega ne razkazuje, saj se je samoizoliral, lahko govorimo o sprevrženi obliki opazne potrošnje, saj Des Esseintes svojo potrošnjo z vso njeno simboliko vred razkazuje kar sam sebi. Distinkcija, ki jo vpeljuje Des Esseintesov okus, tako določa njegov habitus. S svojo potrošnjo se že razločuje v Bourdieujevem smislu, saj ima njegovo trgovanje s kulturnim blagom simbolno vrednost. V svetu, v katerem so vsi enaki pred denarjem, mora namreč distinkcija nastopiti na ravni kulture, to pa nastopi že s flanerjevim odnosom do pasaž kot identifikacije simbolnega in predmetnega oziroma trgovskega in duhovnega:

Potrošniška družba, ki je leta 1884 že izoblikovana, v Des Esseintesu nima nasprotnika: ta v nasprotju s socialistično tehnokracijo v potrošniški družbi ne vidi vzvoda, ki bi lahko »množicam« omogočil participacijo pri zmagi naslade nad bolečino; kot estetični in elitistični tehnikrat se zadovolji s tem, da uživa v tolažbi, ki jo potrošniška družba prinaša eksistenci svetobolnega samca[.] (Fumaroli 1977: 39)

Des Esseintes v potrošnji tako ne vidi zvijače kapitalizma, ki naj bi ob prevladi menjalne vrednosti pretental delavski razred z iluzijo demokratičnosti v podobi dostopnih dobrin, pač pa v človeški produkciji išče vse, kar ni zdravo in normalno. Tako prisega na izumetničenost, *artifice*, in prezira zdrave strasti in ambicije. V konsumpciji bizarnih umetniških in drugih predmetov doživlja zveličanje, ki ga Baudrillard pod imenom *salut par les objets* obravnava kot vir določenega statusa:

Predmeti s svojo številčnostjo, redundantnostjo, presežkom in oblikovnim razkošjem, s svojo modno igro in z vsem, kar pri njihovih oblikah presega golo in preprosto funkcijo, še naprej zgolj simulirajo družbeno bistvo – STATUS –, to milost predestinacije, ki je nikoli ne podeli nihče drug kot rojstvo, in sicer le redkim, in ki je večina, vsi tisti z napačnim predznakom, ne more nikoli doseči. Ta dedna legitimnost (najsí bo krvna ali kulturna) je temelj samega pojma statusa, ki usmerja vso dinamiko družbene mobilnosti. V ozadju vseh teženj je ta idealni cilj statusa po rojstvu, statusa milosti in odličnosti. Preveva tudi svet predmetov. Prav ta status vzbuja norost, obsedeni svet okrasov, pripomočkov, FETIŠEV, ki brez izjeme poskušajo zaznamovati večnost neke vrednosti in dokazati odrešitev skozi dela, v odsotnosti odrešitve po milosti. Od tod poseben prestiž starega predmeta, ki je znamenje dednosti, prirojene vrednosti, nepovratne milosti. Prav logika razreda uvaja odrešitev po predmetih, ki je pravzaprav odrešitev po delih: gre za »demokratično« načelo, ki nasprotuje odrešitvi po milosti in izbranosti, ki je aristokratsko načelo. Vendar kot univerzalna vrednota odrešitev po milosti vedno kotira višje kakor odrešitev po delih. (Baudrillard 1970: 77)

Baudrillard tu razgrne pomembno protislovje, ki ga velja upoštevati pri analizi Des Esseintesovega odnosa do potrošnje. Po Baudrillardu je namreč *salut par la grâce*, odrešitev po milosti, pravzaprav naravno stanje, ki bodisi po rodu bodisi po kulturi pripada aristokraciji, *salut par les objets*, odrešitev po predmetih, pa je status, ki ga prevzemajo nižji sloji in meščanstvo, ko si iščejo utehe in kompenzacije porekla v predmetih in delih, torej v potrošnji. Aristokratski dedič Des Esseintes skuša svojo plemiškost odlikovati oziroma legitimirati v kulturni in simbolni sferi, a se mu *salut par la grâce* zdi preveč normalna, prirojena, in potemtakem premalo umetna, *artificielle*. Po naravi mu sicer pripada *salut par la grâce*, a se oklepa *salut par les objets*, s tem pa tudi potrošnje, ki je v osnovi demokratična, torej zolajevsko obarvana, najsi bo še tako perverzna.

Zaradi tega protislovja se Des Esseintes vedno znova približuje religioznim delom in delom mistikov; s tem ko jih namreč poseduje, torej neposredno išče *salut par les objets*, posredno in nezavedno pa *salut par la grâce*, ki bi ga dokončno

odrešila nevroze in izgubljenosti v eksistenci. Sprevržena potrošnja, ki jo Des Esseintes vidi v oljih in akvarelih Gustava Moreauja in Féliciena Ropsa, mora izstopati po svoji bizarnosti, po združitvi visokega in nizkega, ki jo je z Baudelaierom napovedala boema. Pri tej potrošnji se vzvišeno in banalno, sakralno in profano med drugim stikata v nakitu bogov in kraljev, ki ga je Moreauju očital Degas, ki bogov ni povezoval z bižuterijo. V nakitu bogov čuti Des Esseintes združitev denarja in duha, podobno združitvi sakralnosti duha in profanosti potrošnje v pasažah, katerih moderna mistika združuje demokratičnost potrošnje in aristokratskost izbora. Benjamin bo v tem prepoznal združitev demokratičnosti tehnike reproduciranja z elitnostjo reproduciranega gradiva, ki mu demokratičnost reprodukcije in distribucije odvzame naboj enkratnosti in sakralnosti, se pravi, avro. Pri Huysmansu pa profanacija sakralnega v potrošnji umetnost postopoma oropa avre in jo približuje *salut par les objets*, namesto da bi se oklepala *salut par la grâce*. S tem je v demokratičnosti reproduktivnosti zajeto tudi protislovje mehanske reprodukcije umetnin, ki svoj sakralni naboj ponuja sleherniku, s čimer ta naboj pravzaprav izniči:

Pod aristokraciji rojstva je bila zdaj na vrsti aristokracija denarja; to je bil kalifat blagajn, despotizem tekstilcev z ulice Sentier, tiranija trgovine z bolnimi in omejenimi idejami, puhlih in podlih nagonov. Buržoazija, bolj pokvarjena in zlobnejša kakor oskubljeno plemstvo in padli kler, je od njiju prevzela frivolno razkazovanje in minulo aroganco ter ju degradirala s svojim pomanjkljivim življenjskim slogom, ju oropala napak, ki jih je spreminjala v hinavske hibe [...]. Da bi si zacelil rane, je klical na pomoč tolažilne Schopenhauerjeve maksime in si ponavljal boleči Pascalov aksiom: »Vse, na kar duša pomisli, jo zaboli«, toda besede so mu odmevale v duhu kot zvoki brez smisla, z dolgočasnost jih je razblinjala, jim jemala vsakršen pomen, vsako sedativno lastnost, vsako krepčilno in nežno učinkovitost. Nazadnje je spoznal, da ga zamisli pesimizma ne morejo potolažiti, da bi ga utegnila potешiti zgolj vera v neko prihodnje življenje, vera, ki je ni bil zmožen. (Huysmans 2019: 712)

Spoznanje, da načela pesimizma ne prinašajo težko pričakovane tolažbe, Des Esseintes dokončno pahne v obup. Vsakič ko se hoče upreti trgovanju in potrošnji dobrin, da bi ohranil le njihovo simbolno vrednost, ga začarani krog potrošništva posrka v svoj mehanizem, ki je brez izjeme meščanski, torej množičen in vulgaren. Kot ujetnik protislovja, ki ga razžira v frustraciji, da je vsaka potrošnja, najsi bo še tako elitistična in polna simbolike, na koncu vedno zmaga zolajevskega meščanstva, optimizma in vere v napredek, si Des Esseintes prizna, da ga njegove želje enačijo prav s tistim, kar je najbolj preziral: z aristokracijo denarja, ki je prevzela vlogo aristokracije po krvi. Namesto da bi svojo materialnost in telesnost sublimiral, svojo sublimnost reificira, v tem pa

je vir njegove frustracije. Tako lahko pri Des Esseintesu govorimo o spodleteli reifikaciji, saj mu vsak poskus, da bi z opredmetenjem svojega duhovnega in intelektualnega naboja dosegel *salut par les objets*, spodleti.

Des Esseintesu tako ne preostane drugega, kot da radikalno poseže onkraj potrošnje ter njenih menjalnih in simbolnih različic ter sklene pakt s hudičem, ki mu je v poznejših romanih, predvsem v *Là-Bas*, ki med drugim vsebuje opis črne maše, podlegel tudi sam Huysmans, za kar se je dve desetletji pozneje pokesal. To nagnjenje ves čas nakazuje Des Esseintesovo malikovanje umetnega, *artifice*, ki presega naravno, zavzemanje za splav in kontracepcijo kot edino odrešitev pred človeško reprodukcijo,<sup>70</sup> mizoginija, ki v ženski vidi predvsem prostitutko, pred katero se moški pretvarjajo, da to ni,<sup>71</sup> občudovanje opolzkih litografij, ki uprizarjajo mučenje in raztelešenje, in naposled popolna odtujitev od resničnega življenja, ki mu predstavlja nič manj kot pekel, ko se mora vrniti v Pariz:

Des Esseintes se je izčrpan sesedel na stol. »Čez dva dni bom v Parizu; ni kaj,« je zamahnil, »vsega je konec«; kot cunami se val mediokritete dviguje vse do neba in bo pogoltnil njegovo zavetje, katerega zapornice mora proti svoji volji odpreti. »Ah, manjka mi poguma in srce mi popušča! Gospod, usmili se kristjana, ki dvomi, nevernika, ki bi rad verjel, mučenika življenja, ki se sam odpravlja na pot, sredi noči, ki je ne osvetljujejo več tolažilni snopi luči nekdanjega upanja!« (Huysmans 2019: 714)

Konec romana s popolnim obupom ob človekovi strašni brezbriznosti do lastne usode in s tem do vsega bivajočega spominja na konec Camusevega *Tujca*, v katerem si prav tako povoženi in izmučeni Meursault resignirano želi množice, ki bi ga, grešnika, sprejela s kriki sovraštva.<sup>72</sup> Pri tem seveda grešnik zoper moralo, kakršen je še Des Esseintes, pri Camusu postane zločinec v pravem pomenu besede, ki v imenu absurda ubija. Medtem ko Des Esseintes še kliče boga na pomoč, a ga ta ne usliši oziroma ga sam Des Esseintes ne sliši več,

<sup>70</sup> »Ah, če bi bilo kdaj v imenu usmiljenja treba ukiniti nesmiselno plojenje, potem je to zdaj!« (Huysmans 2019: 671)

<sup>71</sup> »Ta prekvalifikacija prostitucije v prepovedano ljubezen je kajpada temeljila na nepojmljivih moških iluzijah o mesenosti.« (Huysmans 2019: 675)

<sup>72</sup> »Kaj me briga smrt drugih, materina ljubezen, kaj me briga njegov bog in življenje, ki si ga človek izbira, usoda, ki si jo izvoli [...]. Zato da bi se vse izpolnilo in da bi ne bil tolikanj osamljen, mi je preostala samo še želja, da bi bilo mnogo gledalcev na dan mojega obglavljenja in da bi me sprejeli s kriki sovraštva.« (Camus 1965b: 116–117)

Meursault duhovniku nima več kaj povedati, saj mu njegova uteha – a tudi ljubezen do sočloveka ali njegova smrt – ne pomeni nič več. Pred njim se odpira samo še absolutni nič, *nihil*, ki je znanilec popolnega nihilizma.

Absurd, ki ga čuti Des Esseintes s svojim nevrotičnim bivanjem, ki ga je pesimizem že tako načel, da se je že sprevrglo v nihilizem, je bil v kali prisoten že pri Folantinu, predstavlja pa tudi zametek eksistencializma, človekovega soočanja z absurdom bivanja. Des Esseintes in Folantin sta poskusila vse, da bi se razvedrila, prvi z denarjem, drugi brez njega, in obema je spodletelo: oba je povozila družba, ki jo je tedaj že v celoti določal meščanski način bivanja, utemeljen v množični potrošnji. Pomagali niso ne umetnost, ne hrana, ne zdravila, tudi sam pesimizem se je izkazal za slabega tolažnika. Čisto na koncu, na samem robu prepada, ni pomagalo niti rotenje boga, naj usliši grešnika, ki bi se rad spokoril in našel pravo pot, da bi se spet okreplil in postal človek.

Tedaj se pred človekom odpre brezno, ki je neskončno, saj je njegova neskončnost zamenjala boga. S skokom v to sprva blasfemično, zatem satanistično, nato nihilistično in naposled relativistično brezno je tudi literarni protagonist naredil korak, ki je bil nepovraten, korak v 20. stoletje. *Proti toku* je prva literarna umetnina, ki predlaga manifest novega umetnostnega toka, ki je določil smer številnim poznejšim tokovom. Ni pa bila dekadenca, kakršno je zastavil Huysmans, sposobna nakazati izhoda za družbo, ki je z njeno pomočjo tudi nastajala. Pokazala je zgolj na problem, ki ga literatura rešuje še danes.<sup>73</sup> Dekadenca, zapisana smrti in razkroju, je bila le uvod v novo, negotovo dobo: gotovo je bilo le to, da je bog mrtev in da se z njegovim umanjkanjem odpira pot v modernizem, v katerem bo mesto boga zasedla potrošnja, medtem ko bo jaz začel svojo postopno dekompozicijo, ki bo kot takšna družbeno- in duhovnozgodovinski nasledek findesièclovske literature.

---

<sup>73</sup> »V ospredju je bilo vprašanje, kam bi se lahko stvari razvijale po dekadenci, saj je ta predstavljala problem, ki ga sama ni mogla rešiti: literarna tradicija, iz katere je izšel roman *Proti toku*, je bila tradicija prehoda, ne vrhunca. Huysmans prikazuje nesmiselnost osamljenega poskusa pobega pred množičnim trgom, nezmožnost popolnoma avtonomne potrošnje, odrezane od preostale družbe, zlagano naravo ponosa na to, da si nad običajnim človekom, ter prekletstvo večvrednosti, ki se izraža v ekscentrični in nazadnje nori osamljenosti. Čeprav *Proti toku* nazorno pokaže, da elitistično potrošništvo ne more nadomestiti pomanjkanja zadovoljivih družbenih odnosov, ne pokaže, kaj bi te utegnilo nadomestiti.« (Williams 1982: 151)

## Svet kot estetski pojav: *Il piacere* Gabrieleja D'Annunzia

Medtem ko je *Proti toku* prvi roman, ki nakaže možnost relativizacije vsega – ne le dobrin in bivajočega, temveč bivanja, bistva in boga samega –, je D'Annunziov roman *Il Piacere* (Naslada) prva realizacija te možnosti. Gabriele D'Annunzio je Huysmansov roman bral in nekateri kritiki so mu celo očitali delno plagiatorstvo (Oliva 2017a: VII), toda *Il piacere* sorodno tematiko in naravnost obdela z drugačnim izidom in s pomembnimi filozofskimi in estetskimi razlikami. D'Annunzio, ki je leta 1882 izdal zbirko kratkih zgodb *Terra Vergine* (Deviška zemlja), je svoj romaneskni prvenec napisal v t. i. rimskih letih in postavil v leti 1884 in 1885 (torej v čas, ko izide *Proti toku*), medtem ko je roman izšel leta 1889. V rimskih letih se je D'Annunzio dokončno odmaknil od naturalistične šole, do katere je imel ambivalenten odnos, predvsem pa od italijanskega verizma, različice naturalizma, ki je v letih 1870–1880 v ospredje postavljala italijansko podeželje,<sup>74</sup> njegovo regionalno specifiko in stiske lokalnega prebivalstva. To je veristični prozi dajalo provincialen značaj, ki ni imel veliko skupnega s francoskim naturalizmom, ki je sicer izbiral francoske teme, a je iskal univerzalne zgodbe.<sup>75</sup> Provincialni D'Annunzio, ki je bil doma iz Abrucev, se je med bivanjem v Rimu seznanil s sodobno aristokratsko in visokomeščansko družbo, od katere je hitro in učinkovito prevzel vedenjske vzorce, jih predelal po svoje in se kmalu razglasil za njenega glasnika. Predvsem se je mladi D'Annunzio, ki mu še ni bilo trideset let (rojen je bil leta 1863), navzel in izučil življenjskega sloga tedanje italijanske velike buržoazije, ki je uspešno posnemala velika nacionalna in državna središča, kakršni sta bili Pariz in London. Ta razred je iz Rima ustvaril bleščeče središče meščanskega življenja, ki je v času kralja Umberta I. prevladovalo v nedavno združeni Italiji. Veliko rimsko meščanstvo je tako tudi s pomočjo pogostih in intenzivnih

<sup>74</sup> Med izjemami, ki se vendarle ukvarjajo z urbanimi okolji, sta Matilde Serao, ki se ukvarja z Neapljem, in Paolo Valera, ki opisuje Milano.

<sup>75</sup> »V ospredje prihaja težnja po konkretnem in po poustvarjanju regionalnih značilnosti pod vplivom naturalizma. [...] Namen je bil predstaviti odmaknjeno in neznano Italijo z njenimi navadami, tradicijami in potrebami, ki so se razlikovale od kraja do kraja, pri čemer so bila v ospredju družbena vprašanja južne Italije, 'revščina', 'občutki' in 'razmere v zapostavljenih slojih prebivalstva'. Takšen koncept so odločno podpirale zelo brane revije [...]. Zdi se, da bi brez teh usmeritev, ki so prešle v splošno zavest, Italija v sedemdesetih in osemdesetih letih le stežka doživela tako širok razcvet romanov in novel provincialnega ali verističnega realizma.« (Oliva 2017a: VI)

potovanj ter bivanj v evropskih metropolah, ki so že dihale bolj svetovljanski zrak, razmeroma hitro nadoknadilo to, kar je zamudilo zaradi stoletne politične razdrobljenosti Apeninskega polotoka, in v Italijo prineslo ne le pariške navade, salone in soareje, pač pa tudi duha časa, ki se je utelešal v umetnosti, estetiki in predvsem okusu.

D'Annunzio se tako otrese vergovske podeželskosti, ki jo zamenja z rimsko svetovljanskostjo in z nastavki francoske naturalistične šole, ki jih je še čutiti v njegovem novelističnem delu (Oliva 2017a: VIII). Svojega romanesknega prvenca se loti z namenom, da bi presešel naturalistično dojemanje sveta in v celoti ovrgel zolajevski determinizem, ki je prisegal le na objektivno nizanje dejstev, ki so določala protagonistovo usodo. Konstitutivna naturalistična trojica *race – milieu – moment*, ki pri D'Annunzиеvem literarnem ustroju nikoli ni igrala ključne vloge, se sicer v uvodu v roman, ki je napisan kot zahvala prijatelju Michettiju, implicitno pojavi v omembi vergovskega »Življenja« (»Vita«), vendar gre tu najbrž le za začetno intenco, s katero naj bi se avtor zavezal k proučevanju človekovega notranjega življenja:

Tebi, ki proučuješ vse oblike in mutacije duha, tako kot proučuješ vse oblike in mutacije stvari, tebi, ki razumeš zakone, po katerih se ravna človekovo notranje življenje, tako kot razumeš zakone risbe in barv, tebi, ki si tenkočuten poznavalec duš kot tudi velik ustvarjalec slikarstva, tebi se moram zahvaliti za prakticiranje in razvoj najbolj žlahtne sposobnosti uma: zahvaliti se ti moram za sposobnost opazovanja in še posebej za njegovo metodo. Zdaj sem tako kot ti prepričan, da obstaja en sam predmet raziskav: Življenje. (D'Annunzio 1988: 61)

Podobno kakor Huysmans, ki je sicer v nasprotju z D'Annunziem dejansko pripadal Zolajevi šoli, je D'Annunzio prepričan, da naturalizem umira in da je Zolajev médanski krožek brez kompasa, saj verjetje, da zunanje stvari obstajajo zgolj zunaj nas, ne zadošča več. A v uvodni zahvali kot edino zveličavno gradivo raziskovanja kljub temu omenja življenje. Pri tem naj bi se pisatelj opiral na metodo opazovanja, ki je bila nedvomno tudi metoda eksperimentalnega romana, a je imel D'Annunzio v mislih predvsem notranje življenje. Želel je pokazati, da svet ni predvsem ali zgolj zunanji svet, gola materialna pojavnost, ki naj bi določala človekovo eksistenco in s tem tudi njegove notranje boje. Hotel je »negirati objektivnost realnega in poudariti nujnost vzpostavitve razmerja med kraji in dogodki ter 'specifičnimi pogoji literarnega lika', kot če bi realnost ne živela sama na sebi, pač pa skozi oči in občutja tistega, ki jo opazuje«

(Oliva 2017a: X). V tej fenomenološko obarvani definiciji, ki jo spremlja že močna doza Husserlovega nauka, da je zunanja pojavnost pravzaprav zgolj odsev človekovega dojemanja, se skriva bistvo romana *Il piacere*. Subjektivno dojemanje je D'Annunzio prignal do takšne skrajnosti, da je v romanu malone celotno realnost podvrzel lastnemu čustvovanju in jo projiciral skozi oči esteta, ki ga pooseblja protagonist. Andrea Sperelli namreč ni huysmansovski nevrotični in samoizolirani antijunak, pač pa psihično in družbeno povsem zdrav človek, ki ga družabno življenje še kako zanima. Še več, družabno življenje je Sperellijev *raison d'être*, brez katerega ne more: družabno življenje je velike rimske buržoazije je osišče njegovega sveta.

*Il piacere* torej ne tematizira umika iz sveta, pogojenega z begom pred vulgarnostjo meščanskih navad in okusov; v tem smislu je Huysmansov junak že korak pred D'Annunzиеvim, saj je predvidel vulgarnost snobizma in skrbi za status. Romanu je tuj tudi schopenhauerjevski pesimizem, ki pri Huysmansu namesto tolažbe prinaša obup. Andrea Sperelli je sicer po svoji osnovni naravnosti nemara pesimističen junak, saj je tragična osebnost, ki jo vodi estetsko namesto moralnega, ni pa junak, ki bi ga določali boemska svetobolje, *ennui*, odmik od realnosti ali baudelairovski *anywhere out of this world*. Prav tako Sperelli najbrž ni goldmannovski problematični posameznik, saj se mu družba ne zdi degradirana zaradi prevlade kvantificirane vrednosti dobrin in umetnostnih predmetov; to vrednost sprejema kot materialno potrditev njegovega lastnega okusa, ki se kaže kot opazna potrošnja. Sperelli je dandy v najboljšem – ali najslabšem – pomenu besede: D'Annunzio je v njem ustvaril prvi primer italijanskega findesièclovskega protagonista, ki pa ga ne žene *spleen* ali nevroza velebnogovnic, pač pa gola estetika, ki v celoti nadomesti etiko in resnico. Kot takšen je Sperelli – v nasprotju z Des Esseintesom, ki je čisti dekadent, nagnjen k satanizmu – esteticistični junak.

Sperelli je *animal social* v pravem pomenu besede: družba ga sicer določa, a samo toliko, kolikor on določa njo. Družba je zrcalo njegove estetike. Sperelli pred ničimer ne beži, v nasprotju z Huysmansovimi pesimističnimi antijunaki se ničemur ne izogiba, temveč sodeluje v vsakršnih družbenih obredih, družabnih dogodkih in soarejah, a tudi to počne drugače kakor francoski protagonist. Zna se sicer navduševati nad sodobnim svetom kakor Octave Mouret in nad umetnostjo kakor Des Esseintes, vendar gre pri njem za drugačno navduševanje. Kljub navidezni arhaičnosti romana, ki bi jo lahko očitali tako slogu

kakor umetnostnemu pozicioniranju, ki ga nakazuje Sperellijev izrazito klasičen okus, je to že junak 20. stoletja. Njegov pogled na svet in njegovo delovanje v njem sta že umeščena onkraj dobrega in zlega, ne da bi vodila v nihilizem kakšnega Folantina ali Des Esseintesa. Naravni nagib dekadence je resda *nihil*, vendar je naravni nagib esteticizma prevlada estetike, ki zavzame mesto demiurga in sodnika hkrati: *summum arifex* in *summum arbiter* v eni osebi, ki vse počne v imenu umetniškega okusa.

Sperellija namreč določa okus. Ta je sicer v določeni meri določal tudi Des Esseintes, a pri njem je šlo pravzaprav za izhod v sili, za tolažbo v svetu, ki so ga vulgarizirale množice, ki so s svojo množično potrošnjo profanirale umetnost. Okus ni določal vsega Des Esseintesovega sveta, saj je služil predvsem izogibanju potrošnji, v katero se je Des Esseintes prav s tem vedno znova ujel, saj je odrešitev iskal v zbiranju umetniških artefaktov. Medtem ko sta Mouret in Denise zaneseno skočila v moderni potrošniški Pariz, Des Esseintes pa je poskusil izstopiti iz nereflktiranega optimizma množic, Sperelli pooseblja vrnitev v metropolo modernega potrošništva, ki pa si jo D'Annunziov junak priredi po svojem okusu in jo opazuje skozi svojo optiko; izbrana konsumpcija lepote je zrcalo Sperellijeve psihe. Medtem ko se je Des Esseintes s pomočjo okusa razlikoval, da bi se množici izognil, daje Sperelliju okus orodje, s katerim se lahko pred množico pokaže. Sperelli uživa moderno *café society* (Ferrata 1988: 13) v celoti, vse od mondenih koncertov do papeškosti Rima. Niti prešine ga ne, da bi ga karkoli od tega pahnilo v slabo voljo, kaj šele v depresijo ali nevrozo. Ves nabor estetskih izkustev mu daje še posebno voljo do življenja, pri čemer so zanj tudi soljudje zgolj ena od številnih inscenacij estetskega.

Na prvi pogled gre Sperelliju predvsem za statusno vrednost predmetov in ljudi. S simbolnimi pomeni, ki jih daje predmetom in ljudem, se dviguje nad njihovo uporabno in tržno vrednost, ki mu pravzaprav nič več ne pomenita. Umetniški predmeti, pohištvo, *bibelots*, stanovanja, palače, vrtovi – vse to ima v Sperellijevih očeh posebno vrednost, ki mu pomeni vse kaj drugega kakor tisto, kar naj bi ti predmeti pravzaprav v resnici pomenili, bodisi uporabno bodisi tržno. Nedvomno lahko v teh simbolnih pomenih zaznamo bourdiejevski napor razločevanja skozi okus, po katerem lahko sklepamo na habitus določene osebe ali družbenega prostora. Toda Sperelliju ne gre zgolj za prikaz izbranega okusa in dandyjevskih navad: gre mu za kodifikacijo celotnega

sveta, ki ga obdaja, skozi estetska merila. Vsak predmet, vsako občutje, vsako zaznavo, vsak premik, vsak gib si Sperelli razlaga v duhu določenega trenutka in trenutne želje ter estetske potrebe, to pa vodi v specifično reifikacijo njegove psihe.

## Literarno prizorišče: reifikacija Sperellijeve psihe

Ko gre za stanovanja in ambient, Sperelliju veljajo za prizorišče in oder, na katerem se ima zgoditi pomembno srečanje z ljubljeno osebo. Vsa pozornost, ki jo Sperelli posveča dekorju in notranji opreми, je namenjena zgolj očaranju in transpoziciji lastnega okusa, torej lastne psihe, na okolico:

Zato je bila njegova hiša popolno gledališče; in on je bil izredno spreten režiser. [...] V visokih florentinskih vazah so vrtnice, tudi one v pričakovanju, izžarevale vso svojo notranjo sladkost. [...] Vse okoli njega je prevzemalo tisti neizrekljiv videz življenja, ki ga pridobijo na primer sveti predmeti, znamenja neke vere, bogoslužni instrumentarij, vsaka podoba, na kateri se nabira človeška kontemplacija ali s katere se človeška domišljija vzpenja do idealnih višin. [...] Zaljublencu se je zdelo, da vsaka oblika, vsaka barva, vsaka dišava razkriva najnežnejši cvet svoje biti prav v tistem trenutku. In nje ni bilo! In nje ni bilo! (D'Annunzio 1988: 76)

Sperelli predmete doživlja kot instrumente pri verskem obredu ali kultu, ki jih človekovo čaščenje napolni s sakralnim nabojem, ki ga predmeti naposled izžarevajo v prostor. Vse okrog njega odseva njegovo psiho in njene strasti. Vse od španske stene pri kaminu, ki osvetljuje cerkvene figurice, do skodelic, ki so ostale nedotaknjene, izraža junakova občutja, vse je prežeto z oblikami, premiki ljubljenih oseb:

Skodelica čaja je ostala na robu mize, hladna, nedotaknjena. Blazina na naslanjaču je še vedno odsevala odtis telesa, ki se je vanjo pogreznilo. Vse naokoli je izžarevalo nedoločno melanholijo, ki se je stekala in nabirala v srcu te ženske. Teža je v tem šibkem srcu naraščala, pretvarjala se je v obupno tesnobo, v neznosno stisko. (D'Annunzio 1988: 89)

Francoska moda *bibelots*, ki sta jo v šestdesetih letih zaneli brata Goncourt, pot pa je našla tudi v *Vzgojo srca*, se v Rimu v osemdesetih letih razširi v visoki družbi, kjer Sperelliju omogoči transpozicijo čustev v predmete. Zelo zgovoren je prizor na dražbi raritet, ki jasno pokaže, da je manija umetniških predmetov prevzela celotno družbo, Sperelli pa je to s pridom izkoristil:

Številke so rasle. Dražba se je razplamtela okrog šlema Antonia del Pollajuola. [...] Zdelo se je, da se zrak počasi segreva in da je želja po teh lepih in redkih stvareh zgrabila vse navzoče. Obsedenost se je širila kot epidemija. Tistega leta je v Rimu ljubezen do umetnin in starin dosegla vrhunec; vsi saloni plemstva in visoke meščanske družbe so bili preplavljeni s »kuriozitetami« ([.] (D'Annunzio 1988: 124)

Sperelli predmete, ki ga obdajajo, občuduje samo toliko, kolikor so vredni v očeh oseb, ki bi jih rad pritegnil v svojo orbito:

V njegovi duši je skupaj z občudovanjem lepega predmeta vzplamtelo tudi občudovanje prefinjenega okusa dame, ki je zdaj ta predmet posedovala. »Ona je torej v vsem izbrana,« je pomislil. »Kakšne užitke lahko takšna ženska ponuja prefinjenemu ljubimcu!« V njegovi domišljiji se je njena podoba bohotala; a s tem ko se je bohotala, je bila vse bolj nedosegljiva. (D'Annunzio 1988: 123)

Nobena od galerij ali posameznih slik, ki jih Sperelli časti, ga ne očara sama na sebi, s svojo imanentno umetniško, se pravi, uporabno vrednostjo, pač pa vedno zgolj v zvezi s psihičnimi stanji. Ta bi mu lahko zbudile dame, od katerih si obeta vselej nova občutja, ki bodo spodbodle njegovo domišljijo in vzburile njegovo slast, da bi se naposled okopal v poslednji nasladi, *il piacere*, ki daje romanu tudi naslov. Danaja, ki jo je v 16. stoletju naslikal Correggio, ga s svojim nasladnim predajanjem zlatemu dežju ne preganja zaradi pomena samega mita, temveč predvsem zato, ker je podobna Eleni Muti, s katero jo ves čas primerja:

Njeno telo na preprogi, v nekoliko neudobnem položaju, je zaradi napetosti mišic in valovanja senc kazalo, kot da se nasmiha iz vseh sklepov, iz vseh gub, iz vseh vdolbin, prežeto z jantarjevo bledico, ki je spominjala na Correggievo Danajo. Kajti imela je prav takšne, skoraj correggievske okončine, majhne in prožne roke ter stopala, skoraj bi rekel drevesaste, kot pri kipih Dafne v najzgodnejšem trenutku njene mitske preobrazbe. (D'Annunzio 1988: 64)

Tudi glasba, s pomočjo katere se med okrevanjem v Schifanoji pri sestrični Francesci zbliža z Mario Ferres, ga potegne v svet te nove ženske, vendar zgolj v odnosu do nečesa oziroma nekoga drugega. Tudi glasba ga namreč spominja na Eleno Muti. Vse skupaj je videti kot nekakšna reifikacija človeka po človeku:

Verjel je, da sluti drobce njenega notranjega sveta, a ne toliko zaradi pomena besed, ki jih je izgovarjala, kolikor zaradi zvokov in modulacije njenega glasu. Spet je v njej prepoznal poudarke one druge. Bil je dvoumen glas, skoraj bi rekel biseksualen, dvojen, androgin; dvobarven. [...] Kakor glasba, ki prehaja iz mola v dur, ali skladba, ki steče po bolečih disonancah in po številnih taktih znova najde svoj temeljni ton, tako je tudi ta glas občasno

menjaval svojo barvo. Ženski ton ga je še posebej spominjal na ono drugo. Ta pojav je bil tako nenavaden, da je že sam po sebi povsem zapolnil poslušalca, neodvisno od pomena besed. Kajti kolikor večjo glasbeno vrednost dajeta besedam ritem ali modulacija, toliko bolj se izgubi njihov simbolni pomen. (D'Annunzio 1988: 221)

Najizrazitejša pa je reifikacija Sperellijevih čustev in razpoloženj v opisih, ki jih D'Annunzio posveča ljubljenu Rimu. Kot ugotavlja že na začetku romana, gre za papeški, ne antični Rim, za Rim obskurnih in dekadentnih cerkva, ne odprti in svetli Rim forumov in templjev. Sperellija prevzemata Bernini in Borromini, očaran je nad barokom, obsedajo ga *ville* in *chiese*, parki in vrtovi. Iz svojega domovanja na trgu Trinità dei Monti, iz palače Zuccari, v kateri je zgradil svoj *buen retiro*, se vedno znova podaja k rimskim vedutam, ki skozi vremenske in svetlobne pojave označujejo njegova psihična stanja:

Deževalo je. Nekaj časa je bil s čelom naslonjen na okensko steklo in gledal svoj Rim, veliko ljubljeno mesto, ki se je na obzorju zdelo pepelnato, ponekod srebrenkasto, v hitrih menjavah dežja, ki ga je veter po svoji muhavosti priganjal in odganjal po enakomerno sivi atmosferi, po kateri se je občasno razlil svetlobni snop, ki je takoj zatem ugasnil kakor bežen nasmeh. (D'Annunzio 1988: 285)

Sperellijeva obsedenost z Rimom daje pomen okolici, ki predstavlja literarno prizorišče. Njegovo življenje se namreč odtiskuje ne le v umetniških predmetih, *bibelots*, ki so predmeti potrošnje in nakupov, pač pa tudi v okolici, ki ga obdaja. Tudi ta okolica pa je v resnici del njegove potrošnje, saj Sperelli dobesedno konsumira urbane sekcije in celotne pokrajine, iz katerih črpa svoja občutja in psihična stanja:

Božanski Rim! Ni se mogel naužiti tega prizora. Opazoval je, kako je šla mimo cerkve truma v rdeče odetih duhovnikov; nato prelatova kočija, črna, s črnima dolgorepima konjema; nato še druge odprte kočije, ki so prevažale gospe in otroke. Prepoznal je princeso Ferentinsko z Barbarello Viti; nato še grofico di Lùcoli, ki je vozila par ponijev in za katero je tekel njen danski pes. Dih starodavnega življenja je zavel čez njegovega duha, ga vznemiril in v njem zbudil begave, nedoločne želje. (D'Annunzio 1988: 291)

Rimski prizori, ki so sprva videti kot scela deskriptivni prizori okolice, se vedno znova sprevržejo v spomine, ki zbudijo nova občutja in spodbodejo nove ljubezenske dražljaje ali občutja strahu, ljubosumja in neoprijemljive melanholije:

Andrea je stopal po trgu Borgijske fontane in po Condottih proti cerkvi Trinità. Bila je hladna in jasna januarska noč, ena tistih čudovitih zimskih noči, ki Rim spremenijo v

srebrno naselje, zaprt v diamantno sfero. Polna luna je sredi neba razlivala trojno čistost svetlobe, hladu in tišine. Hodil je pod luno kot mesečnik, meneč se zgolj za svojo bol. Zadnji udarec je bil zadan; idol se je sesul; na veličastni ruševini ni ostalo nič več; vsega je bilo konec za vedno. – Torej ga zares nikdar ni ljubila. (D'Annunzio 1988: 312)

Vsako rimsko stanje, četudi sprva povsem nedolžno in nevtralnno, v Sperelliju izzove novo poglavje čustvenih stanj, kakršnih nemara prej sploh ni zaznaval. Reifikacija je popolna: Sperelli svoja čustva projicira v okolico, ki mu jih vrača ali sproža na novo ter tako iz subjekta dela objekt:

Trpljenje je bilo neznosno. Spet je vstal; šel do okna, ga odprl, zadržel ob hladnem zraku in se zdrznil. Trinità dei Monti je žarela v modrini, jasnih obrisov, kot izklesana iz rahlo rožnatega marmorja. Rim pod njim je imel kristalen lesk, kot mesto, izklesano v ledeniku. Ta mrzla in natančna tišina mu je duha povrnila v dejanskost, vrnila mu je resnično zavest njegovega stanja. Zaprl je okno in znova sedel. Elenina skrivnost ga je znova pritegnila; vprašanja so se vrnila in ga potegnili v svoj vrtinec. (D'Annunzio 1988: 316)

Vse, kar obdaja Sperellija, je pravzaprav oder za njegov nastop, glavno vlogo pa vedno odigra njegova psiha, ki jo vodi nezmotljiv okus. Vse skupaj je videti kot prizor v veliki briljantni igri meščanskega življenja, ki ga režira sam Sperelli. Njegov zgodaj umrli oče je junaku takole svetoval: »Življenje je treba graditi kot umetniško delo, intelektualčevo življenje naj bo njegovo delo. V tem je resnična umetnost.« (D'Annunzio 1988: 94) Sperelli se torej ravna po očetovem nasvetu, ko lastno življenje izgrajuje kot umetnino, v kateri so rekviziti in dekoracija na prizorišču pravzaprav plod njegove psihe in čutov, na katere se tudi prožno in intenzivno odzivajo:

Njegovi živci so bili tako izostreni, da se mu je vsaka najmanjša zunanja zaznava zdela kot globoka rana. Medtem ko je ena sama misel popolnoma prevzela in mučila njegovo bitje, je bilo to izpostavljeno udarcem življenja. Kljub popolni odtujenosti uma in dosledni otopelosti volje so njegovi čuti ostali budni in dejavni, četudi se te dejavnosti ni povsem jasno zavedal. (D'Annunzio 1988: 137)

## Kodificirana govorica znakov

Sperelli okolico dojema kot sosledje predmetov, ki se sestavljajo v povsem subjektiven kozmos z lastnimi pomeni in govorico. Zgradi si govorico, sestavljeno iz objektov, ki ga obdajajo, znakov, ki označujejo njegova psihična stanja. S tem se celoten svet, vključno z živimi bitji, sestavlja v govorico z lastno semantiko in sintakso. Sperelli s predmeti, ki jih doma razporeja v očarljiv

dekor, z damami, ki jih v tem dekorju spretno razporeja in režira, sestavlja stavke, ki jih zatem, zbrane v odstavke, strne v dramske prizore svojega življenja, ki ga dejansko gradi kot umetnino. Z obiski koncertov in pogovori o njih, z umetelnim seciranjem in analiziranjem Brahmsove, Cherubinijeve ali Schumannove glasbe sklada fraze, v katerih nastopa Maria Ferres, medtem ko v ozadju igra *basso continuo* v podobi Elene Muti.

V tej celostni komunikaciji, v kateri junak vso dejanskost spreminja v kodificirano govorico znakov, ki jih na platno življenja projicira njegova psiha, ti pa jo odsevajo nazaj, neizogibno, tako rekoč kot nujen stranski produkt, pride tudi do identifikacije duha in denarja, kakršno je dosegel že flaner s pogledom na pasaže. Duhovno in denarno, psihično in materialno, se pri Sperelliju identificirata v celoti, saj meje med zamišljenim in povedanim, med posredovanim in posredujočim, ni oziroma je zajeta v enoti označevalec/označenec oziroma posredujoče/posredovano. Predmeti, ki jih Sperelli kupuje na dražbi, ljubeče zbira in namešča po stanovanju, celotna paleta za potrošnjo razpoložljivega blaga je kakor Berninijevi kipi, Borrominijeve fontane ali bazilika Santa Maria in Cosmedin v celoti stopljena z junakovo psiho. To, kar je Baudelaire zastavil s pasažami, je Sperelli dokončal s svojimi nonšalantnimi, demiurškimi sprehodi po Rimu, mestu, ki mu služi kot velikanska pasaža, v kateri je sam največji flaner. Identifikacija psihe in materialnega, subjekta in objekta, je tako popolna, da roman tako rekoč ne potrebuje več denarja, ki je popolnoma samoumevno zlit z junakom in njegovo psiho. Denar je dejansko omenjen samo v prizoru dražbe, kjer igra pravzaprav podobno vlogo kot katerikoli drug objekt, ki ga projicira Sperellijeva psiha, torej ne kot menjalna vrednost dobrin in meščanska vrednota, pač pa kot znak, simbol nečesa, kar biva v junakovi duši. Sperelli tako rekoč konsumira celotno občestvo. To, kar o potrošnji kot kodificiranem sistemu znakov pravi Baudrillard, lahko ugotovimo tudi o Sperelliju:

Proces potrošnje se lahko v tej perspektivi analizira z dveh osnovnih gledišč. 1. Kot proces pomena in komunikacije, ki temelji na kodi, v kateri prakse potrošnje dobijo svoj pomen in vrednost. Potrošnja je v tem primeru sistem menjave in kot takšna ekvivalent govorice. Na tej ravni jo lahko obravnava strukturalna analiza. [...] 2. Kot proces klasifikacije in družbene diferenciacije, v katerem se predmeti/znaki organizirajo ne le kot označevalne razlike znotraj kode, pač pa tudi kot statusne vrednosti v hierarhiji. V tem primeru je potrošnja lahko predmet strateške analize, ki določa njen specifičen pomen v porazdelitvi statusnih vrednosti (v povezavi z drugimi družbenimi označevalci: znanjem, oblastjo, kulturo itn.). (Baudrillard 1970: 79)

V skladu z Baudrillardovo prvo točko je Sperellijeva potrošnja – konsumpcija umetniških objektov, kompozicij, poezije, redkih knjig, stanovanj, konj – najprej proces označevanja in komunikacije, ki temelji na določenih kodih, v njegovem primeru na estetskih vrednotah in okusu, ki naposled tvorijo sistem menjave in govorico znakov. V skladu z Baudrillardovo drugo točko pa gre za proces družbene klasifikacije in razlikovanja, pri kateri objekti/znaki niso več zgolj pomenski razločevalci znotraj koda, temveč predstavljajo statusne vrednote v določeni družbeni hierarhiji. Se pravi, Sperellijeva konsumpcija sveta, ki ga obdaja, ima poleg svoje kodificirajoče funkcije, ki iz objektov pravzaprav ustvarja govorico življenja samega izrekajočega, tudi simbolni pomen onkraj znaka, ki označuje psihično stanje, ki se z junakovimi kodificiranimi navadami sestavlja v bourdieuevski habitus tedanje visoke rimske družbe. Sperelli s svojo vrhunsko estetizacijo življenja poseže v družbeno polje, s tem ko s prakticiranjem habitusa svojega sloja legitimira svoj družbeni status.<sup>76</sup>

Govorica Andree Sperellija temelji na kodu, ki zajema celoten register izrekanja in tako iz junakovega življenja ustvarja svojevrstno celostno umetnino. Sperelli namreč govori jezik vseh umetnosti, saj se zdaj izreka o besedni, zdaj o glasbeni ali likovni umetnosti. V tem delno spominja na Flaubertovega Moreauja, ki bi se lotil romantične zgodbe, postavljene v Benetke, a tudi monografije o renesansi, le da njegovi nameni ne ostajajo na ravni nekakšne jalovosti, *vél-léitéés*, ki jo narekuje pesimizem. Sperellijevo življenje je *Gesamtkunstwerk*, *vita fatta arte*, simfonija življenja, ki jo je D'Annunzio že v tistem času posebej ljubil demiurg, Übermensch, ki zaznamuje njegovo poznejšo ustvarjalnost:

V skladu s smernicami, ki jih je načrtoval že v romanu *Il piacere*, poskuša D'Annunzio ustvariti prozno delo, ki mu ne moremo več reči roman, saj odpravi tradicionalne strukture in okvire ter daje prosto pot proznemu toku s simfonično zasnovo. Protagonist dela je dramatis persona, meščanski junak, ki svojo moč črpa iz »igre akcij in reakcij med svojo edinstveno občutljivostjo in zunanjimi rečmi«. To je rojstvo nadčloveka (in brez dvoma umetnostna priprava na Übermensch)[.] (Oliva 2017a: XII)

<sup>76</sup> »Kot sistem prakso generirajočih shem, ki na sistematičen način izraža nujnost in svobodo, ki sta lastni njegovi razredni pogojenosti, ter razločevalno potezo tega položaja, habitus zaznava razlike v pogojih kot razlike med klasificirajočimi in klasificiranimi praksami (produkti drugih habitusov), in sicer po načelih diferenciacije, ki so tudi sama produkt teh razlik in so kot takšna objektivno dojemljiva zanje in jih praviloma obravnavajo kot naravne.« (Bourdieu 1979: 191–192)

Ne smemo pozabiti, da je Sperelli – kot dramski avtor in igralec hkrati – mojster prevare, iluzije, *inganno*, ki najbolj vara prav samega sebe: »Postopoma je pri Andrei laž, in sicer ne toliko do drugih kot do samega sebe, postala navada, ki se je tako trdno oprijela njegove zavesti, da ni mogel več nikdar biti popolnoma iskren ali ponovno prevzeti popolnega nadzora nad seboj.« (D'Annunzio 1988: 95) Sperelli si laže, da bi ukanil resnico, ki ga pravzaprav ne zanima, saj ga podobno kot Des Esseintes privlači samo *artifice*, vse, kar je umetno, ustvarjeno, oblikovano, vključno z umetnim (umetniškim) tokom lastnih misli, ki izrekajo in pri tem dramaturško sločijo svet, ki ga obdaja. Sperelli pri tem išče dokončni *piacere*, naslado življenja, ki jo določa zgolj okus, se pravi, njegov lastni estetski čut.

## Utemeljitev esteticističnega videnja sveta v Nietzschejevem *Rojstvu tragedije iz duba glasbe*

Friedrich Nietzsche se je v letih 1869 in 1870, ko je kot mlad profesor prvič predaval na baselski klasični filologiji, ukvarjal z različnimi tematikami; poleg grške lirike in Ajshila, o katerih je predaval šest dni na teden, vsakič ob sedmi uri zjutraj, je napovedoval tudi knjigo o grški tragediji v povezavi z glasbo. O zametkih te knjige je 1. februarja 1870 predaval pod naslovom *Sokrates und die Tragödie* (Sokrat in tragedija), jeseni pa je v rokopisu prebral tekst o *Beethovnu* Richarda Wagnerja, pri čemer je zabeležil, da ga žeja po spoznavanju filozofije glasbe, s katero se je menda že spopadel v spisu o dionizičnem pogledu na svet, ki ga je tisto poletje napisal zase (Colli in Montinari 1988: 26). Iz teh predavanj in zgodnjih spisov je nastala njegova prva knjiga, *Rojstvo tragedije iz duba glasbe*, ki je izšla leta 1871 v Baslu. Knjiga še danes velja za enega filozofovih najbolj hermetičnih tekstov, ki se je klasičnim filologom sprva zdel preveč spekulativen, zgodovinarjem pa preveč filološki (Colli 1988: 902). Za nas ponuja Nietzschejevo delo o tragediji v petem poglavju niz ključnih misli, iz katerih lahko izpeljemo esteticistično razlago sveta in obenem nakažemo posledice, ki jih bo tovrsten miselni pristop imel za avantgarde in zlasti za futurizem.

Ko se Nietzsche spoprime z analizo razlike med bitjo lirskega umetnika in bitjo epskega umetnika, ugotovi, da je prvi dionizičen, torej orgiastičen in čezmeren, pri čemer njegovo izjavljanje temelji na subjektivnem jazu, drugi pa apoliničen in zmeren, izhajajoč iz objektivnega sveta, kakršen obstaj – zunaj

njegovega jaza. V nadaljevanju Nietzsche ugotovi, da je lirski umetnik identičen glasbeniku, ki je scela zlit s praenim, z njegovo bolečino in notranjim protislovjem, katerega odsev, podoba projicira v obliki glasbe, ta pa se mu naposled vrača kot v nekakšni sanjski, tokrat apolinični obliki:

Z odsevom neupodobljene in brezpojmovne prabolečine v glasbi, z njegovo odrešitvijo v videzu, se ustvarja drugi odsev kot posamezna prisposoba ali primer. Umetnik se subjektivnosti reši že v dionizičnem procesu: podoba, ki mu kaže lastno enost s srcem sveta, je sanjski prizor, ki čutno ponazarja praprotislovje in prabolečino skupaj s praslajsto videza vred. (Nietzsche 1995: 36)

Prabolečina se torej razreši v svojem glasbenem odblesku, iz dionizičnega se v apolinično prelevi v odsevu, ki ga lirski umetnik projicira v eter, nato pa se ta nesnovni odsev kot ponovno zrcaljenje vrne v umetnikovo psiho. V tem procesu se je lirik desubjektiviziral, rešil svojega ega v dionizičnem procesu projekcije prabiti in lastnega zlitja z njo, ki se zdaj skozi glasbo – kot celostno bitje srca in biti – vrača nazaj k njemu v čutni obliki. Lirski jaz tako bobni iz globin biti, pri čemer je njegova subjektivnost že razrešena, pravzaprav le še namišljena. Tako je za epskega umetnika – a tudi kiparja – podoba jeznega Ahila zares zgolj podoba, s katero se ne more poenotiti, saj je ne projicira v eter, medtem ko niso podobe lirika nič drugega kot on sam in različne objektivacije njega samega, v katerih je zlit s prabitjo in zaradi česar lahko samo on upravičeno trdi, da je njegov jaz središče in osišče tega sveta (Nietzsche 1995: 36).

S to Nietzschejevo ugotovitvijo se odpira svet, ki ne temelji več na objektivni realnosti, bodisi realistični bodisi naturalistični, kakršno so opisovali epski umetniki vse do D'Annunzia. Pravzaprav šele D'Annunzio, ki izhaja iz Nietzschejeve misli, prekine z mislijo 19. stoletja. Do resničnega preloma namreč pride tedaj, ko se junak otrese neplodnega pesimizma, opusti iskanje *salut par les objets*, ko mu reifikacija ne spodleti več, pač pa postane njen vir in se z njo v celoti identificira, se pravi, ko se šiv med umnim in materialnim naposled v celoti zaraste in ko se junak zave svoje kreatorске moči in postavi v vlogo demiurga. Takole Nietzsche navaja Schopenhauerja: »Zato se v pesmi in v liričnem razpoloženju čudežno prežemata hotenje (osebni interes smotra) in čisto zrenje ponujajoče se okolice: iščemo in si izmišljamo odnose med obema; subjektivno razpoloženje, vzbuditev volje, daje zrtemu okolju in to spet njemu nazaj svojo barvo v odsevu[.]« (Nietzsche 1995: 38)

Tako se pri Nietzscheju že leta 1870 srečamo s procesom, ki ga bo leta 1889 izpeljal D'Annunzio s Sperellijem. Gre za medsebojno izmenjavo med subjektom in objektom, med katero Sperelli s pogledom impregnira objekte, ti pa mu impregnacijo s svojo barvo v odsevu vrnejo v obliki glasbe, barve neba ali baročnih cerkva. Ta neskončna igra zrcal, ki po Nietzscheju opredeljuje lirskega subjekta, ima nasledke, ki presega estetiko. Umetnik je s to svojo gesto metamorfiziranja prabiti in zlitja z lastno subjektivnostjo v glasbi postal medij, posrednik, kot takšen pa se je v celoti rešil svoje subjektivne vloge, ki ga je zaradi njegove sebičnosti ter scela človeških ambicij (in volje) postavljala v položaj trpnika, ne pa stvaritelja umetnosti:

Kolikor pa je subjekt umetnik, je že ločen od svoje individualne volje in je postal nekakšen medij, po katerem resnično bivajoči subjekt slavi svojo odrešitev v videzu. Predvsem nam mora biti namreč jasno, za naše ponižanje in povišanje, da vsa umetniška komedija sploh ni uprizorjena za nas, na primer nam za poboljšanje in izobrazbo, ja, da smo ravno tako malo pravi ustvarjalci umetnostnega sveta; smemo pa o sebi privzeti, da so ustvarjalcu umetniškega sveta svet že podobe in umetniške projekcije, da imamo v pomenu umetnin najvišje dostojanstvo – zakaj bivanje in svet sta večno upravičena samo kot estetski fenomen[.] (Nietzsche 1995: 39)

S tem je Nietzsche estetsko refleksijo prenesel v polje ontologije in utemeljil ne le esteticizem in dekadenco, pač pa tudi ideologije 20. stoletja, ki so bolj ali manj dobesedno sledile njegovim navodilom o demiurgu, nadčloveku, ki onkraj dobrega in zlega kroji bivajoče po svoji meri. Nietzsche je s trditvijo, da sta tako bivajoče kakor svet upravičena zgolj kot estetski pojav, postavil človeka v vlogo umetnika-demiurga. V obratu optike je zatrdil, da človek pravzaprav ni resnični stvaritelj svoje umetnosti, saj se je v dionizičnem procesu prenosa in zlitja subjekta s prabitjo rešil lastne subjektivnosti in s tem lastne volje. Toda Nietzsche je šel še dlje in tvegati na videz noro misel, da je pravzaprav ves svet le gledališka igra, v katero je ljudi kot nekakšne prikazni postavil sam demiurg (preko človekove dionizične projekcije), ki lahko te prikazni po mili volji menja, umika in ukinja, človek pa mu pri tem služi kot medij. Naše zavedanje tako ni nič večje od zavedanja vojščaka, ki je naslikan na platnu, o bitki, ki se je na tem platnu sam udeležuje (Nietzsche 1995: 39). Ljudje smo z Nietzschejem postali povsem zamenljiva bitja, če smo sploh kdaj zares bili resnična bitja z lastno voljo. V mediaciji smo se tako rekoč sami izključili iz lastnega sveta in se pregnali iz lastne hiše.

V procesu porajanja, *das Werden*, ki ga bo Nietzsche pozneje razvil v enega temeljev svoje filozofije, se tako v umetnikovi glavi dogaja ves svet, ki ga umetnik tako rekoč sam producira in v katerem se tudi sam opazuje. Tako je naša vednost o umetnosti scela iluzorna, saj nismo identični resničnemu stvarniku svoje usode, ki se nad njo nenehno in neskončno naslaja (*ewiger Genuß*). Ta *ewiger Genuß* pa med drugim omogoča nastop Sperellija, ki s svojo vlogo demiurga kroji in oblikuje rimsko družbo svojega časa, išoč v njej nenehen in neskončen *piacere* (*Genuß*).

Genij ve to in ono o večnem bistvu umetnosti le toliko, kolikor se v aktu umetniške stvaritve spoji v eno s praumetnikom sveta; v tem stanju je namreč po nekakšnem čudežu podoben skrivnostni podobi iz pravljice, ki lahko vrta oči in se ogleduje; zdaj je hkrati subjekt in objekt, hkrati pesnik, igralec in gledalec. (Nietzsche 1995: 39)

Ko se umetnik poenoti z resničnim prasnovačcem sveta, z bogom, prvič spozna nekaj pomembnega o večni resnici umetnosti: tedaj se namreč znajde v srhljivi, pravljичni vlogi, v kateri je hkrati pisec, izvajalec in gledalec lastne uprizoritve. Tako je Sperelli v Nietzschejevih stavkih dobil legitimacijo, da se je iz običajnega človeka prelevil v nadčloveka,<sup>77</sup> ki lahko dejanskost kroji po lastni volji, to voljo pa stopi s prabitjo, s čimer se subjektivnost objektivira, on sam pa postane posrednik pri kreaciji lastnega sveta.

Medtem ko se pri Des Esseintesu še zastavlja vprašanje etike in *salut* (*par les objets, par la grâce*), saj se protagonist romana na koncu vendarle sprašuje, ali ne bi naposled sprejel vero v boga, se pri Sperelliju vprašanje etike sploh ne pojavi več. Pri njem je to vprašanje tako rekoč že razrešeno v vsej vedrini in polnosti lastnega zavedanja o bitju onkraj dobrega in zlega, kjer je dovoljeno vse, saj je ne nazadnje vse skupaj le igra, v kateri je junak sam svoj avtor, igralec in gledalec. Vse skupaj je podobno sanjam, v katerih sami ustvarjamo svet, ki ga istočasno gledamo, pri čemer v bistvu komuniciramo z lastnim nezavednim:

V vrtincu nasprotujočih si nagnjenj je izgubil sleherno voljo in moralnost. S svojim umikom je volja predala žezlo nagonu; estetski čut je nadomestil moralnega. Toda prav ta izjemno prefinjeni, mogočni in vedno dejavni čut je v njegovem duhu ohranjal določeno ravnovesje; tako bi lahko rekli, da je bilo njegovo življenje nenehen boj nasprotujočih si

<sup>77</sup> Nietzsche sicer nadčloveka ni obravnaval kot dejanskega višjega bitja, pač pa kot možnost izpopolnitve človekovih sposobnosti, kot potencial, inherenten tako rekoč vsakomur (Kos 2003).

sil, zaprtih v okvire določenega ravnovesja. Ljudje intelekta, vzgojeni v čaščenju Lepote, ohranjajo vedno, tudi v najhujših sprevrženostih, nekakšen red. Pojmovanje Lepote je, če naj tako rečem, osišče njihovega notranjega bitja, okoli katerega krožijo vse njihove strasti. (D'Annunzio 1988: 97)

Sperellija, ki ga je še sam D'Annunzio imenoval »mostro«, »pošast« (nav. po Oliva 2017b: 7), vodi zgolj estetika, ki mu predstavlja notranje osišče in s tem tudi osišče vsega njegovega sveta, ki je pač onkraj vsakršne morale. Ta estetski čut je organiziran in sistematiziran v govorico, s katero junak komunicira z družbo, ki jo pri tem soustvarja. Tako je Sperelli zavezan le še lepoti, v kateri pa ne išče več huysmansovske utehe, pač pa način življenja. Medtem ko je Des Esseintes še negativističen, pesimističen junak, ki zavrača vulgarnost sodobne potrošnje, nato pa se vedno znova ujame v njeno past, ko si išče utehe v elitnih nakupih in snobizmu, Sperelli potrošnje ne zavrača več, ampak jo uteleša, izkorišča in zlorablja, saj objekte uporablja kot odsev lastne psihe in jih poganja v orbito lastnega gravitacijskega polja. Sperelli moderno družbo sprejema v celoti, s potrošništvom kot eno od njenih vrhunskih manifestacij jo scela ponotranji in tako postane njen glasnik. Sperelli ni več antijunak, pač pa pravi junak 20. stoletja, pravo poosebljenje protislovij optimizma in pesimizma, ki jih prinese identifikacija subjekta in objekta v dionizičnem procesu, ki prevrednoti lepo in grdo v zlitju subjekta s prabitjo in bogom. S tem je D'Annunzиеv roman, v katerem se družba – rimska, potrošniška, umetnostna, zbirateljska, kavarniška družba – pojavlja subtilno, estetsko, tako rekoč zares romanescno, na nastanek in razvoj moderne potrošniške družbe nemara vplival bolj, kot se kaže na prvi pogled, saj je z rahljanjem razmerja med subjektivnim in objektivnim tlakoval pot zgodovinskim avantgardam.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> O vplivu Nietzschejevega stavka na avantgarde piše tudi Marcus Otto: »Nietzschejeva estetika prekinja z estetskimi predstavami humanistične tradicije, saj se navezuje na Baudelairovo estetiko grdega, ki jo preoblikuje v estetiko zla, naperjeno proti humanistični morali. Tako estetika grdega kot estetika zla sta znamenje bega pred meščanskimi kategorijami lepega in dobrega, ki temeljita na Heglovi ideji absolutnega, tako da podkopavata dialektiko lepega in grdega oziroma dobrega in zlega, pri tem pa grdega oziroma zlega ne odkrivata v negaciji, temveč v afirmirani podtalni razliki (sami po sebi). Ta beg odpira več medsebojno prekrivajočih se linij v smeri esteticizma in avantgard.« (Otto 2009: 97)



---

# Reproduktibilnost umetniškega dela in moderno potrošništvo 20. stoletja

## Futurizem in *consommation totale*

I talijansko-francoski literat Filippo Tommaso Marinetti je 20. februarja 1909 v pariškem dnevniku *Le Figaro* objavil razglas v enajstih točkah, ki ga je poimenoval »Manifeste du Futurisme« (Futuristični manifest). Za prvi implicitni programski spis, ki napoveduje t. i. izme 20. stoletja, nam lahko velja Huysmansov roman *Proti toku*, v katerem Des Esseintes s katalogizacijo estetskih vrednot poskrbi za kodifikacijo novega življenjskega sloga in umetnosti, imenovanih *dekadenca*. Marinettijev »Manifeste du Futurisme« nam priskrbi eksplicitno različico tovrstnega programa. Četudi med Huysmansovim pesimizmom, ki ga poganja modni Schopenhauer, in Marinettijevim optimizmom, ki ga poganja hitrost strojev, na videz ni prave povezave, imata gibanji v nekem smislu vendarle skupne korenine.

Huysmansov Des Esseintes prezira vse, kar je sodobno, češ da je meščansko in kot takšno vulgarno. Zateka se v stari vek, v katerem si išče utehe pred svojimi psihičnimi tegobami, ki jih označuje za nevrozo: privlačijo ga običaji iz latinske dobe, kupuje si antične oltarje, ki jih uporablja kot nočno omarico, knjige si daje vezati v klasični knjigoveški maniri. Vendar Des Esseintes ni v celoti vkopan v preteklost. Iz sodobne umetniške produkcije si izbere prav posebna dela, ki v resnici niso nič kaj klasična. V literaturi ga privlačita Baudelaire in Valéry, ki mu odpirata pogled v dno človeške duše, ki je izpraznjenemu naturalističnemu junaku tuje. V slikarstvu prisega na Gustava Moreauja, ki se s svojo močno simboliko umešča na sam začetek simbolizma, enega ključnih umetnostnih gibanj konca 19. stoletja, ki so izšla iz romantične absolutne subjektivnosti, se pravi, na slikarja, ki, kot smo videli, s svojimi upodobitvami božanstev z bižuterijo rad povezuje duhovnost in denar. Obožuje tudi Odilona Redona, ki je s svojimi pošastnimi pajki-ljudmi vse prej kot konvencionalen. Des Esseintesov

okus sega tudi do bizarnega cvetja, ki kot plod modernih genetskih tehnik križanja napoveduje dekadenco tudi v biološko-kemijskem smislu. Še bolj kakor groteskna narava pa ga privlači tehnika, saj mu lokomotiva velja za vrhunec estetike, ki presega naravo, ki jo v njegovih očeh poseblja ženska. Ne nazadnje je Des Esseintes prerok izumetničenosti, *artifice*, in vsega, kar je nenaravno in umetn(išk)o. V tem smislu je Des Esseintes povsem moderen junak, ki ga ne privlači nujno vse, kar je novo, pač pa vse, kar je narejeno in ne rojeno; od tod ne nazadnje njegov prezir do reprodukcije in vse prej kot tradicionalno zavzemanje za splav.

Podobno je s Sperellijem. Tudi on estetsko ugodje črpa predvsem iz klasične umetnosti – baročne plastike, romantičnih samospevov in zgodnjerenesance poezije – in okrasnih predmetov iz različnih obdobj. In četudi ga sodobna umetnost prav nič ne zanima – naturalizem se mu zdi še bolj banalen kakor Des Esseintesu, za sodobnike pravzaprav ne najde nobene besede –, svoj estetski izbor priredi v svoji estetski optiki. Občudovanje stare umetnosti Sperelliju tako ne ponuja bega iz surove in banalne dejanskosti, ne mika ga samoizolacija, pač pa mu stara umetnost pomeni zgolj enega od elementov, ki jih vključuje v mozaik svojega (moderne) sveta, kar njegovemu okusu daje pridih nekakšne postmoderne eklektičnosti. S tem ko v skladu z ničejanskim odsevanjem ega v prabiti sveta in njegovim povratnim zrcaljenjem v psiho dejanskost, ki ga obdaja – in ki torej vključuje tudi stare okrasne predmete in umetnine –, spremeni v funkcijo lastne psihe, iz bivajočega, iz celotnega življenja, ustvari celostno umetnino. To je nekaj povsem modernega (in tudi skladnega z Wagnerjevimi težnjami v operi), celo napoved avantgard 20. stoletja.

Marinetti je sicer preziral D'Annunzia in njegovo navduševanje nad starim, muzejskim in seksualnim ter nadvse cenil Zolaja (Marinetti 2017: 220). A v gledišču, ki ga je D'Annunzio prisodil Sperelliju, je vsekakor zaznati preseganje vrednot stare morale in premikanje v ritmu ničejanskega postajanja, ki sega onkraj dobrega in zlega in si poljubno prilašča vse okrog sebe v duhu stvarnika, ki pri svojem umetniškem delu posnema resničnega demiurga.

Vse to lahko prepoznamo tudi v načelih in številnih manifestih futurizma. Čeprav nekateri interpreti (npr. Kos 2003) v Nietzschejevem stavku, da sta svet in bivajoče večno utemeljena zgolj kot estetski pojav, vidijo predvsem metafizično utemeljitev bivajočega v umetnosti, je stavek mogoče brati tudi

nekoliko drugače. Estetska utemeljitev sveta namreč zahteva stvariteljevo arbitrarno voljo, da svet kroji po svoji meri, se povzdigne onkraj dobrega in zlega, in zavzame mesto mrtvega boga kot umetnik, ki tako postane demiurg. To mesto torej zdaj zavzema človek in tega se futurizem zaveda, saj njegove tehnične in druge stvaritve postavlja nad vse, kar je bilo ustvarjeno poprej. Navidezno nasprotje med Sperellijem in futurizmom se tako nemara razreši prav v Des Esseintesu in njegovi obsceni fascinaciji z *artifice*, ki svoj vrhunec doživi v dveh lokomotivah, brinetki in blondinki, ki nadomestita žensko, medtem ko futurizem seveda obožuje prav hitrost, ki jo ponujajo lokomotive in vlaki, žensko pa prezirljivo reducira na preživelo obliko moškega. Staro torej ni nujno staro, če ga umestimo v moderni kontekst (kakor pri Des Esseintesu, ko se druží z Baudelairo) ali mu poiščemo mesto znotraj modernega uma (kakor pri Sperelliju, pri katerem je barok del junakove psihe).

Marinetti v prvem delu manifesta futurizma, ki je zapisan kot program v enajstih tezah, piše najprej o ljubezni do nevarnosti, ki jo spremlja volja do energije in drznosti, zatem o pogumu in upor, ki bosta definirala futuristično poezijo, predvsem pa se izreče proti statičnosti in ekstazi v umetnosti, saj se zavzema za agresivno gibanje, ki ga pooseblja *salto mortale*. Ključni moment je hitrost: po Marinettiju je hiter dirkalni avto lepši od kateregakoli antičnega kipa. Lepoto najde samo še v boju, zato se zavzema za vojno kot edino higieno sveta, ki jo povezuje s patriotizmom in s prezirom do ženske. Slavna je tudi izjava, da je treba v boju z moralizmom in feminizmom porušiti vse muzeje, knjižnice in akademije. Marinetti se predaja vizijam o revolucijah v modernih prestolnicah, kjer se množice delavcev utaplajo v prizorih modernega in utopističnega vele-mestnega življenja, v katerem drivjo vlaki, švigajo letala in se premikajo velikanski stvori iz cevi in motorjev. V drugem, bolj pojasnjevalnem delu manifesta pa se Marinetti zneso predvsem nad italijansko starikavostjo in nagnjenostjo k akademizmu. Pri tem znova zahteva uničenje muzejev, saj naj bi stare umetnine kvarile duha napredka. Občudovanje starih del primerja s pogrebno dejavnostjo, ki jo je treba nadomestiti z divjimi brizgi kreacije in akcije: »Iz Italije v svet pošiljamo ta naš manifest silovite in goreče nasilnosti, s katerim danes ustanavljamo 'Futurizem', saj hočemo to deželo osvoboditi njene gnusne gangrene profesorjev, arheologov, ciceronov in starinarjev.« (Marinetti 2017: 7)

Italijanska družba, ki se je le malo poprej izvila iz razdrobljenosti in ki ni predelala niti še nauka simbolizma, ki je v Franciji prevzemal vse pomembnejšo

modernizacijsko vlogo,<sup>79</sup> ni bila pripravljena na radikalnost futurizma. Ta radikalnost je bila v kombinaciji zolajevske vere v napredek in esteticističnih vrednot, ki so svet pojmovala kot stvaritev človekove psihe. Futurizem je svojo metafiziko utemeljil v ničejanski estetski utemeljitvi sveta, svojo družbeno usmeritev pa v zolajevski veri v tehnični in industrijski napredek, ki ji je sicer odrekel značilni determinizem. Oba vira sta v Italijo, prežeto z neoklasicističnimi in zmernimi modernističnimi težnjami, še morala prodreti, ne nazadnje prav s prispevkom samega futurizma k fašistični ideologiji.

Vera v napredek Marinettija sicer ločuje od Nietzscheja, ki je družbo izpelejal iz postajanja, *das Werden*, in večnega vračanja, *die ewige Widerkunft*. S tega gledišča je napredek, kot ga vidi meščansko pogojena družba, nesmisel, ki sam po sebi pogojuje vero v nekaj, medtem ko je evropski razvoj po Nietzscheju v osnovi nihilističen. Kljub vsemu pa je tudi futuristično videnje družbe podvrženo ničejanski »fenomenologiji postajanja in nenehnega odvijanja« (De Maria 2017: XV). Tako Marinetti stavi na vse, kar je gibljivo, agresivno in fluidno.

Če si ogleđamo ključne momente, ki poganjajo futuristično misel, ne moremo mimo pojmov energije, drznosti, dinamike, hitrosti, agresivnosti, novega, urbanega in industrijskega. Vse to spominja na ničejansko estetsko pogojeno prevrednotenje vrednot v nenehnem postajanju in porajanju. Z vidika potrošniške družbe pa se zdi bistveno, da futuristična vizija družbe temelji predvsem na produktivnosti, ki narekuje potrebe tržišča. Pojem novega, ki se poraja skozi hitro gibanje, namreč implicira hiperprodukcijo, ki je pogoj za vznik družbe množične potrošnje. S tem nas futurizem približuje samem viru potrošništva: presežni produkciji, ki jo je treba použiti, tako da zahteva hiter obrat kapitala in zalog. Po Marinettiju se je treba znebiti starega, da bi lahko konsumirali novo, kar med drugim implicira, da se je treba znebiti starih zalog in ustvariti nove produkte; to pa je bilo tudi eno od glavnih vodil Zolajevnega romana *Au Bonheur des Dames*.

Kot »prvo avantgardno gibanje z resnično globalno ideologijo, ki je istočasno umetniška in zunajumetniška in ki zajema različna polja človeške

---

<sup>79</sup> Takole piše Luciano De Maria v antologiji o Marinettiju in futurizmu: »Naša literarna kultura, ki ni od blizu doživela simbolističnega obdobja, ni bila pripravljena sprejeti eksplozivnega nauka futurizma, ki je obrodil sadove drugod in na določen način kataliziral celoten duh avantgarde v Evropi.« (De Maria 2017: XIII)

dejavnosti, vse od literature do likovne umetnosti in glasbe, vse od navad do morale in politike« (De Maria 2017: XIV), futurizem vsebuje tudi zametek ekonomske teorije, česar v prejšnjih gibanjih nismo srečali; niti v naturalizmu, ki je bil izrazito tehnicistično in znanstveno usmerjen, ne moremo najti prave ekonomske misli. Futurizem je prvo gibanje, ki tekst, v katerega družba vstopa preko avtorja, obravnava kot sredstvo vplivanja na samo družbo. Tako se futuristični manifesti vzpostavljajo kot teksti, ki v isti sapi omogočajo *sociologie des œuvres* in *sociologie de la réception*: družba, ki jo upovedujejo, je prav družba, ki jo želijo spremeniti. Tako ne preseneča, da je futurizem poskrbel tudi za mehanizem distribucije tekstov in v svojo ideologijo vključil trženjsko-propagandni model.

Futurizem tako skuša s svojo globalno orientacijo umetnostno in eksistenčno problematiko prenesti iz ozkega kroga elite, ki konsumira francoski simbolizem (in ki ji takšna konsumpcija hkrati pomeni statusno dejanje), v širši krog odjemalcev, pri tem pa premise svojega kreda kodificirati in narediti čim dostopnejše. Obenem skuša preseči dihotomijo med življenjem in umetnostjo, znano iz romantičnih poetik in estetik. V ta namen poseže po nekakšnem izraznem terorizmu, ki ustaljene pojme desakralizira (De Maria 2017: XIV) s pomočjo ludističnih in parodičnih postopkov, med katerimi je morda najizrazitejše kršenje sintaktičnih in logičnih pravil, ki zaznamuje Marinettijevo prosto besedenje (*parolibera*).

Iz De Marieve analize je razvidno, da se skuša futurizem približati čim širšemu krogu ljudi ter s celostnim in globalnim pristopom odpraviti razkol med umetnostjo in življenjem; v tem je futurizem tudi skladen z zolajevskim projektom popularizacije romana, ki naj bi izražal resnično življenje. Trdimo lahko torej, da je futurizem pravzaprav umetniško gibanje, ki nagovarja določeno ciljno publiko s propagandnimi nameni. Drugače rečeno, futurizem je tovarna idej, ki promovira moderno tehniko s pomočjo sofisticirane marketinške strategije. S tem se v zgodovini umetnosti in poetik zgodi revolucionaren premik ne le v estetskem smislu, v katerem umetnostno gibanje seže onkraj samih meja umetnosti, pač pa tudi v smislu naslovnika njegovih stvaritev: ta namreč ni več le bralec ali sprejemnik umetnosti, pač pa odjemalec, potrošnik v pravem pomenu besede. Ko torej Marinetti v svojih manifestih in udarnih spisih razglablja o umetnosti, tehniki, življenju in podobnem, njegovo besedilo ni več razmišljanje, namenjeno čutom in refleksiji, pač pa oglasno

sporočilo, namenjeno širšim množicam, ki naj bi njegovo ideologijo ne le dojele, temveč predvsem sprejele.

Ko Marinetti pravi, da je treba ukiniti jaz, zamenjati človeško psihologijo z lirično obsesijo z materijo (kovine, lesa, gradbenega materiala), v literaturo vnesti elemente hrupa, teže in vonja, v estetiko pa sprejeti tudi grdo (kar je povsem ničejanski poziv, saj porajanje zajema tudi grdo in slabo), ko poziva k uničenju sintakse in pravopisa, k umoru mesečine (*chiaro di luna*) in roman-tike, k destrukciji profesorske gangrene in akademskosti, pravzaprav oglašuje svojo ideologijo in tekste spreminja v propagando, oglaševalske pamflete in celo slogane, opremljene s tipografskimi logotipi.<sup>80</sup> Marinettijevi spisi torej niso več samo literatura, pač pa produkti, ki jih je treba potrošiti, da bi jim lahko sledili novi. S tem se je avtonomija literarnega polja, ki se je vzpostavila z Balzacom, Flaubertom in Zolajem, totalizirala, saj so umetnostne in kulturne dobrine kot produkti množične produkcije dobile širši domet in z množično potrošnjo postale dostopne globalnemu občinstvu. Potem ko je Zola ob aferi Dreyfus z univerzalističnimi elementi iz polja umetnosti posegel v polje politike na nacionalni ravni, je Marinetti ta poseg že na začetku naslednjega stoletja prignal do skrajnosti, s tem ko je univerzalne umetnostne ideje o napredku in vseobsegajoči produkciji prenesel v polje politike na svetovni ravni. Od tod Marinettijevo neumorno proizvajanje vedno novih manifestov, ki jih nato Boccioni, Balla, Russolo, Severini in drugi privrženci preoblikujejo na različnih umetnostnih področjih: produkcija je *spiritus movens* futurizma, distribucija pa je obsežna, nekonvencionalna in predvsem globalna.<sup>81</sup>

Futurizem temelji na popolni prenovi človeške senzibilnosti, ki so jo omogočila prelomna znanstvena odkritja. Kdor danes uporablja telegraf, telefon in gramofon, vlak, kolo,

<sup>80</sup> »Vsekakor je treba poudariti, da je Filippo Tommaso Marinetti tako kvantitativno kot kvalitativno prvak tega literarnega žanra, ki ga je z izrednim darom gojil in prenavljal vse do svoje smrti: poleg tega njegovo stalno teoretiziranje tega 'umetniškega ustvarjanja manifestov', nenehno predelovanje in objavljanje besedil v različnih oblikah, izumljanje novih uredniških strategij in neobičajnih tipografskih oblik, izpostavljanje najmočnejših izsekov kot pravih oglaševalskih sloganov – vse to priča o teoretskih prizadevanjih, ki presegajo umetniško prakso.« (Milan 2007: 14)

<sup>81</sup> »Med 400 in 500 besedil so objavili, razdelili, prevedli, polepili in zmetali na mimosidoče z vrhov zvonikov ali iz letal v Italiji, Franciji, Španiji, Rusiji, Angliji, Belgiji, na Nizozemskem, v Nemčiji, na Portugalskem, v Združenih državah Amerike, na Japonskem pa tudi v Braziliji in Argentini.« (Milan 2007: 15)

motorno kolo, avtomobil, parnik, cepelin, letalo, kinematograf in glavne dnevne časopise (ki so v bistvu sinteza enega dneva na svetu), se ne zaveda, da vse te različne oblike komunikacije, transporta in informacij odločilno vplivajo na njegovo psiho. (Marinetti 2017: 99)

Vsi motivi, s katerimi Marinetti upodablja in oglašuje svojo ideologijo, so potrošniško blago, objekti široke potrošnje, ki jih je treba kupovati, da bi lahko dosegli srečo. Kot je razvidno iz navedenega odlomka, so telegraf, telefon, gramofon, vlak, motor, avtomobil, parnik, cepelin, letalo, kino in časopis »različne oblike komunikacije, transporta in informacij«, ki »odločilno vplivajo« na potrošnikovo »psiho«. Marinetti tako v osmi točki manifesta z dne 11. maja 1913, naslovljeni »Distruzione della sintassi« (Uničenje skladnje), ljubezenski zmenek zamenja za obisk v modni delavnici:

Razvrednotenje ljubezni (sentimentalizma ali poželenja) je posledica večje svobode in lažjega dostopa do erotike pri ženskah in pretiranega poudarjanja ženskega razkošja po vsem svetu. Naj pojasnim: danes ženska bolj kakor ljubezen ljubi razkošje. Obisk pri veliki šivilji v spremstvu prijateljskega bankirja, debelega, protinastega, a bogatega, popolnoma nadomesti najbolj strasten ljubezenski zmenek z oboževanim mladeničem. Ženska najde ves skrivnostni čar ljubezni v izbiri izjemne obleke, najnovejšega modela, ki ga prijateljice še nimajo. Ženska brez razkošja moškega ne zanima. Ljubimec je izgubil vsakršen ugled, ljubezen je izgubila svojo absolutno vrednost. (Marinetti 2017: 101)

S tem ko ljubezen povsem poniža in zamenja skrivnostnost čustev z eno samo toaleta po zadnji modi, Marinetti čustvo brutalno komodificira in brez preostanka nadomesti s produkti, saj je ženski več do luksuza, ki ji ga omogoča debeli bankir, kot do ljubezni oboževanega mladeniča. V enem samem stavku tako izpove in definira tisto, kar skuša Flaubertov Moreau izraziti v vsej *Vzgoji srca*, namreč da ga ljubezen pravzaprav ne zanima več, saj jo je nadomestil denar oziroma je vsako čustvo mogoče kupiti in s tem odčarati. V enajsti točki navedenega manifesta Marinetti novo senzibilnost obravnava kar kot novo finančno senzibilnost, ki jo poganjajo strast, umetnost in idealizem poslov, v štirinajsti točki pa opeva tudi turizem kot pomembno združitev različnih ras, ki ji botruje turistična senzibilnost čezoceanik in velikih hotelov.

Toda pri Marinettijevih manifestih nimamo več opravka s pesimizmom, ki se je nakazoval v Flaubertovem protagonistu, izrisal pa v Huysmansovem anti-junaku. Nasprotno, Marinetti se naslaja nad tem, da čustva ljubezni pravzaprav ni več, potem ko ga je mogoče kupiti ter nadomestiti z oblekami in produkti,

kot sta telefon in gramofon. Iz padca *chiaro di luna* v resnici črpa svojo filozofijo in ideologijo, ki je v celoti potrošniška, s tem pa tudi prisilno optimistična. Prihodnost si lahko zamišlja samo kot energično porajanje vedno novega. Futurizem s tem čustveno in duhovno nadomesti z materialnim: predmet želje ni le komodificiran, temveč čustvena želja kot takšna ni več možna, saj obstajata le še tehnika in blago. Reifikacija duha in čustev, ki smo jo lahko opazovali pri D'Annunziu, tako v celoti prevlada, saj so čustveni elementi psihe ukinjeni in nadomeščeni z objektom. Futurizem to stanje nenehne poslovne vzhičenosti, to »junaško idealizacijo komercialne in industrijske ter umetnostne solidarnosti nekega ljudstva«, pripelje do takšne skrajnosti, da ji odreče celo sintakso in punktuacijo, ko »posli« zahtevajo »sintetične oblike izražanja« (Marinetti 2017: 99). Futurizem jezik kot glavni izraz človekovega uma zamenjuje z umetno govorico strojev in tehnike, s čimer napoveduje govorico računalništva in generativne umetne inteligence kot krone reifikacije. Marinetti tako govori o umetnem optimizmu, ki naj nadomesti kronični pesimizem, poganja pa naj ničejansko postajanje:

Beseda futurizem vsebuje najširšo formulo prenove: formulo, ki je hkrati higienična in vznemirljiva, saj razblinja dvome, uničuje skepticizem in v mogočem navdušenju združuje vse napore. Vsi inovativni umi se bodo srečali pod zastavo futurizma, kajti futurizem razglaša potrebo po nenehnem napredovanju brez vsakršnega nazadovanja in zagovarja podiranje vseh mostov, ki dajejo potuho strahopetcem. Futurizem je umetni optimizem, ki se postavlja po robu vsem kroničnim pesimizmom; je nenehni dinamizem, večno postajanje in neomajna volja. (Marinetti 2017: 154)

Vse to futurizem oddaljuje od nihilizma, ki ga Marinetti sistematično zavrača, ko poudarja, da je futurizem pozitivna ideologija, ki jo ženeta zgolj optimizem in afirmacija v službi prihodnosti, ki je futurizmu dala ime. Marinetti prezira umetnike, ki prisegajo na esteticizem, ki naj bi bil zakoreninjen v preteklosti, predvsem v romantični umetnosti, ta pa naj bi v osnovi bila paseistična in pesimistična: »Nikoli ne bomo pesimistični preroki, znanilci velikega Niča. Naš futurizem je praktičen in faktičen, saj pripravlja jutrišnji dan, ki ga bomo sami obvladovali.« (Marinetti 2017: 156)

V predavanju, ki ga je imel leta 1924 na Sorboni, Marinetti napade človekov naravni nagib k nihilizmu in nepreklicni končnosti, kot jo deklarira Schopenhauer. Marinetti prav v pesimizmu, kamor uvršča tako D'Annunzиеva kakor Huysmansova dela, vidi sovražnika, ki ga je treba premagati:

Pesimizem! To je sovražnik futurizma, to je tista zares velika nevarnost, sovražnik, proti kateremu se moramo boriti! [...] Tisto, kar moramo premagati, je ravno nenehno porajajoči se pesimizem, ki je teža stoletij, teža literature, teža že prestanih naporov, teža vseh bolečin človeštva, ki jih umetnik nosi v sebi, na tak ali drugačen način, kot tragična elektrarna, ki se nenehno akumulira vsem inovatorskim prizadevanjem navkljub. (Nav. po Milan 2007: 9)

Sovražnik futurizma je potemtakem življenje samo z vsemi tegobami, ki jih prinaša in ki jim podlega človek, ki ga hujska Schopenhauer s svojo filozofijo obupa, osnovano kajpada na preteklosti, na teži stare literature, na bremenih tegob, ki jih pooseblja zastareli umetnik, ki spominja na tragično elektrarno, ki se ves čas akumulira zaman. In ker futurizem kot človekovega največjega sovražnika izpostavi prav življenje kot nekaj, kar je z vsakim trenutkom bolj zastarelo in kar se nenehno obnavlja v prazno, mu naposled ne preostane drugega, kot da povečuje smrt, ki z odsotnostjo življenja pušča prostor vedno novemu. Ko prisega na *antipassatismo*, na ideologijo in estetiko zavračanja vsega, kar je staro, od Benetk do Vatikanskih muzejev – Marinetti je načrtoval rušenje mesta v laguni in popolno razvatikanjenje (*svaticamento*) Italije –, in ko slavi mladost, stroje in hitrost, se futurizem pravzaprav bori s tradicijo kot nasprotjem tehnike.

## Walter Benjamin: tehnična reprodukcija in družba množične potrošnje

Benjamin je leta 1936 v eseju *Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati* razvil tezo o tem, da reproduktibilnost umetniškemu delu uničuje avro. V mislih je imel status edinstvenosti, ki ga umetniškemu delu, predvsem likovnemu, podeljuje tradicija. »Enkratnost umetnine se ujema z njeno ujetostjo v tradicijo.« (Benjamin 1998: 153) Prav ta edinstvenost, ki jo umetnini daje tradicija, je bistvo umetnine, njena umetniškost sama, kvintesenca, avra. Enkratnost umetnine po Benjaminu izhaja iz njenega kulturnega izvora, ki stoji na samem začetku človekovega umetniškega ustvarjanja. Ta kulturnost umetnino razlikuje od običajnega objekta z zgolj uporabno vrednostjo in umešča med predmete kulta. Umetniškost dela torej ni predvsem v njegovih estetskih, etičnih ali spoznavnih lastnostih, temveč v njegovi enkratnosti, ki temelji na kultu:

Izvirni način vključevanja umetniškega dela v kontekst tradicije se je izražal v kultu. [...] Odločilnega pomena pa je, da ta avratični način bivanja umetnine ni nikoli v celoti ločen od njene ritualne funkcije. [...] Z drugimi besedami: enkratna vrednost »prave« umetnine je utemeljena v ritualu, v katerem je imela svojo izvorno in prvo uporabno vrednost. (Benjamin 1998: 154)

S pojavom tehnične reproduktibilnosti, na primer fotografske tehnike, odtisa na gramofonsko ploščo ali fotokopije, pa umetnina izgubi povezavo z ritualom in pridobi specifično avtonomijo, ki je v njeni izpostavljenosti, razstavljenosti, *Ausstellbarkeit*, v potencialu, da do nje dostopa več ljudi kot poprej. Tako je na primer simfonija vzniknila v trenutku, ko je njena pojavnost obljubljala večjo izpostavljenost občinstvu kakor sveta maša. V tem smislu bi lahko celo govorili o nekakšni darvinistični prebojnosti umetnosti, po zaslugi katere se prebijejo tiste forme, ki so najbolj zmožne preživetja, med njimi pa najprej fotografija, katere razstavna vrednost, *Ausstellungswert*, že povsem prevlada nad obredno vrednostjo. Tako emancipirana umetnina ni več vezana na sveto in se premakne v območje profanega, pri tem pa izgubi neko drugo avtonomnost, in sicer pristnost, ki ji jo je dajala edinstvenost: »Ker je čas tehnične reproduktibilnosti ločil umetnost od njenega kulturnega temelja, je za vedno ugasnil videz njene avtonomije.« (Benjamin 1998: 158)

Avra je namreč vezana na enkratnost trenutka, na nekaj, kar se dogaja ali se pač ne, kar čutimo tukaj in zdaj. Benjamin to ponazoril s primerjavo med občinstvom in kamero. V gledališču so igralci v stiku z živim občinstvom, ki daje njihovemu nastopu avro. Ko pa vlogo občinstva prevzame kamera, se avra izgubi, saj je prekinjen stik z živim gledalcem: »[K]ajti avra je vezana na [...] 'tukaj' in 'zdaj'. Ni je mogoče posneti. [...] Posebnost snemanja v filmskem ateljeju je v tem, da je prostor občinstva zavzela aparatura. Tako mora odpasti avra, ki je okrog igralca, s tem pa tudi avra okrog prikazanega lika.« (Benjamin 1998: 161)

Umetnino potemtakem od predmetov običajne rabe ločuje njena vpetost v kult, tradicijo, preteklost, njena funkcija pri človekovi komunikaciji s transcendo. Če se ta vez prekine, umetnina izgubi svoj sij, kultnost, metafizičnost, svojo vlogo posrednice med človekom in transcendo. Prav to pa je bil namen futurizma: ločiti človeka od transcende, postaviti človeka v vlogo stvarnika. Z glorifikacijo tehnike in neskončne produkcije je Marinetti združil elementa, ki utemeljujeta Benjaminovo teorijo: tehniko in produkcijo. Ko v določenem zgodovinskem trenutku tehnika zavzame mesto kulta in stroj

prevzame vlogo medija, umetnina izgubi prav tisto antikvarno patino, ki jo je futurizem tako preziral. V tehnični reprodukciji posredujoča vrednost v obliki stroja prevlada nad posredovano vrednostjo, ki jo vsebuje umetnina v obliki avre, ki ji zagotavlja pristnost in izvirnost. Tehnična reproduktibilnost pokonča izvirnik.

Marinetti je s tem, ko je v imenu prihodnosti napadel *passatismo*, stavil ravno na to, na kar opozarja Benjamin, namreč da bo tehnika človeštvu omogočila emancipacijo od starega, profesorskega, akademskega, baročnega in renesančnega, brž ko bo reprodukcijski stroj – ki ga Marinetti sicer ni ekspliciral, je pa zanj v njegovih hvalnicah strojem seveda prostor – vso umetnost otel njene avre in vpeljal novo umetnosti, ki bo seveda umetnost filma. Film je gibljiv, hiter, dinamičen in fluiden, umetnost in življenje, ki tvorita veliko dihoto-mijo klasične umetnosti, pa sta v njem povsem poenotena. Četudi je bil film v Marinettijevem času še dovolj redek pojav, da ni postal osrednji ideal njegovih manifestov, je njihovo bistvo prav v ključni vlogi gibljivih in *ad infinitum* razmnoževanih slik, ki nadomeščajo statičnost in unikatnost starih mojstrov.<sup>82</sup> Film je dosegel novo totaliteto, v kateri je *valeur médiatrice* v celoti nadomestila *valeur médiatisée* in je gledalec dejansko postal del medija.<sup>83</sup>

S tem preskokom iz enkratnosti in obrtnega značaja k množičnosti in mehanskosti – ki ga spremljata manifestativna propaganda in oglaševanje –

<sup>82</sup> Futurizem se skuša že v slikarskih delih svojih pripadnikov, kot so Umberto Boccioni, Pippo Rizzo, Roberto Marcello Baldessari in Vittorio Corona, približati dinamičnosti s pomočjo statičnega likovnega prikaza. Tako je eden od pogostejših motivov vlak oziroma lokomotiva, ki vlak premika. Vlak je pogosto upodobljen kot sila, ki seka statičnost prostora in lomi zrak, kar je prikazano z geometrijskimi figurami, tako da je vlak viden kakor skozi prizmo različnih geometrij. Pri tem dobi gledalec občutek gibanja, podvrženega natančnim geometrijskim izračunom, ki dajejo vtis znanstvenosti samega prikaza dinamike. Tako dosega futuristično slikarstvo videz nekakšne umetnostne fizike, ki ga približuje zolajevski veri v znanost in napredek, obenem pa tudi Des Esseintesovemu navduševanju nad *artifice*, ki doživi svojo ekstazo prav v lokomotivi. V tem kontekstu je značilna Boccionijeva izjava, ki tehniko postavlja nad naravo: »Trdimo, da je naravo mogoče ustvariti s pomočjo interpretacije njenih neskončnih pojavitev, ki se opira na matematične in geometrijske preobrazbe, ki jih moderni človek vsili naravi.« (Nav. po Milan 2007: 10)

<sup>83</sup> Duhamel, ki ga citira Benjamin (1998:172), je filmu celo očital, da mu je prevzel misli: »Ne morem več misliti, kar bi hotel. Gibljive podobe so zasedle mesto mojih misli.«

je Marinetti vzpostavil nekaj, kar se je pri Zolaju in veleblagovnicah še naka-  
zovalo: množični trg, za 20. stoletje tako značilni *mass market*. Medtem ko  
*Au Bonheur des Dames* upodablja produkcijo, ki temelji na (strojni) repro-  
dukciji uporabnih predmetov, kot so obleke in dekorativni predmeti, gre  
Marinettiju za tehnično reprodukcijo predmetov s simbolno vrednostjo.  
O tem namreč govori Benjamin: tehnična reprodukcija umetnin vzpostavi  
množično tržišče simbolnih dobrin, na katerem se umetnina dokončno  
komodificira in kot industrijski objekt vstopi v množično potrošnjo. S  
popolno kvantifikacijo in desakralizacijo umetniškega objekta, katerega  
reproduktibilnost poganja vse hitrejšo rast potrošnje umetnosti, pade zadnji  
tabu in umetnost postane predmet neskončne rasti, kakršno zahteva potro-  
šniška družba. Na tej osnovi je gradil modernizem z avantgardami, ki so  
sledile futuristični ideologiji in propagandi, dokler ni pop art z Warholom  
postopek reprodukcije ironiziral in umetnino dokončno profaniral. Pop art  
je tako omogočil tudi preskok v postmodernizem, ki je umetnino na speci-  
fičen način ponovno vrnil njenemu kulturnemu izviru, v katerem sta se profano  
in sakralno poenotila. To identiteto visokega in nizkega lahko sicer opazu-  
jemo že v flanerskem odnosu do pasaž, v katerih se prvič združita denar in  
um, ki ju bo nato do potrošniškega vrhunca pripeljal pariški *drugstore*, s tem  
ko bo do konca sublimiral nakupovalno izkušnjo. *Au Bonheur des Dames* je  
potemtakem sejmarska, skoraj kramarska in dobesedna oblika tega, kar bo  
sublimirano in metaforizirano, brž ko se bodo abstraktni pojmi dokončno  
reificirali v neskončni reprodukciji, ki bo do neprepoznavnosti zameglila šiv  
med materialnim in duhovnim:

Medtem ko veleblagovnica ponuja sejmarski spektakel blaga, ponuja *drugstore* subtilno  
razgrnitev potrošnje, katere »umetnost« je prav v poigravanju z ambivalentnostjo znakov  
v predmetih ter s sublimacijo njihovega statusa uporabnosti in blaga v predstavo »ambien-  
ta«: to je posplošena neokultura, v kateri ni več razlike med delikatso in umetnostno gale-  
rijo, med Playboyem in razpravo o paleontologiji. *Drugstore* se modernizira do te mere, da  
ponuja tudi refleksijo: »Prodaja izdelkov nas sama po sebi ne zanima, vanjo hočemo vnesti  
nekaj inteligence ... Tri nadstropja, bar, disko in prodajni pulti. Bižuterija, plošče, žepne  
knjige, strokovne knjige – vsega po malem.« (Baudrillard 1970: 22)

V dvajsetih letih 20. stoletja, ko se uveljavlja futurizem, se vzpostavi trg mno-  
žičnih medijev, časopisja (»sinteze enega dneva na svetu«) ter radia in kasneje  
še televizije, vzpostavi se trg umetnin kot blaga široke potrošnje. To je vse kaj  
drugega kot Arnouxveve »industrijske« mahinacije s prodajo slik v reviji *L'Art*

*industriel*, saj Marinettijev brezpogojni *antipassatismo* umetnino enkrat za vselej iztrže iz njenega zgodovinskega konteksta. V svetu, v katerem so umetnine izpostavljene vse več pogledom vse večje množice – sprva na množičnih razstavah, kot so *Salons* in t. i. univerzalne razstave, kasneje pa v elektronskih medijih, ki umetnine tehnično reproducirajo –, mutira sama fenomenološkost umetnine:

Slika je vedno izrecno zahtevala enega ali nekaj obiskovalcev. Simultano ogledovanje slik številnih opazovalcev, kakor se je pojavilo v 19. stoletju, je zgodnji simptom krize slikarstva, ki ga nikakor ni povzročila zgolj fotografija, ampak relativno neodvisno od fotografije zahteva umetnine, da se usmeri k množicam. Res je, da slikarstvo svojega predmeta ni zmožno ponuditi kolektivni recepciji, kot je od nekdaj počela arhitektura, kot je nekoč veljalo za ep in kot danes velja za film. (Benjamin 1998: 167–168)

Vloga filma se tako poveča tudi v estetskem in fenomenološkem smislu, saj lahko množice v tem pogledu zadovolji samo umetnost gibljivih slik. Statičnost starih slik, ki visijo na steni, zamenja dinamičnost filma, ki se vrti pred gledalčevimi očmi. D'Annunziov Sperelli si objektivni svet v svoji glavi že vrti kot nekakšen film, ki si ga predvaja in sproti montira skozi optiko lastne psihe. S tem D'Annunzio napoveduje fluidni demiurški subjekt, kakršnega omogoča Nietzschejeva utemeljitev sveta kot estetskega pojava. Olje na steni, ki je na enkrat način vpeto v določeno tradicijo, posamezniku ponuja možnost izvernih asociacij, ki jih v mislih ni mogoče fiksirati. Film s svojo fiksacijo na stabilen medij tovrstnih fluidnih asociacij ne omogoča več, saj ponuja predvsem avtorjevo vizijo sveta.

Marinetti v večini svojih manifestov poudarja koristnost vojne za človeštvo. Vojna bodisi poskrbi za hitro in učinkovito (etnično) čiščenje (Marinetti 2017: 218), bodisi estetizira življenje, ko s pomočjo moderne tehnike ukinja tradicionalno ločnico med življenjem in umetnostjo. Benjamin v tovrstnem pojmovanju vojne prepozna celo osrednji vir estetizacije politike:

Vsa prizadevanja po estetizaciji politike se ujemajo v eni točki. Ta točka je vojna. Vojna in samo vojna omogoča, da množična gibanja dobijo cilj, ohranijo pa se preživeli lastninski odnosi. Tako politika formulira dejansko stanje. Tehnika pa ga formulira takole: samo vojna omogoča mobilizacijo vseh sodobnih tehničnih sredstev in hkrati ohranitev lastninskih odnosov. (Benjamin 1998: 175)

Benjamin ima na tem mestu v mislih Marinettijev spis o kolonialni vojni v Etiopiji, ki mu velja za utelešenje vdora vojne v umetnost. Vdor vojne v umetnost

je futurizem napovedoval že pred izbruhom same vojne, vojskovanje pa uteleša tudi na primer dinamična plastika, ki jo je zagovarjal in prakticiral Boccioni (Marinetti 2017: 157). Tovrstna estetizacija politike, ki jo je konceptualiziral Benjamin, izhaja iz ničejanskega pojmovanja estetike kot temelja življenja, v katerem so ljudje figurice na sliki, ki upodablja bitko (Nietzsche 1995: 39). Ker je bog mrtev, se človek, oborožen z estetiko, postavi v vlogo demiurga ter onkraj dobrega in zlega odloča o usodi soljudi, reduciranih na mravlje v mravljišču. Benjamin sicer dodaja, da fašizem v svoji apoteozi vojne ni neposredno uporabil Marinettijevih argumentov, saj se je zavijal v lažno moralno; a vsekakor je fašizem tehnično reproduktibilnost popolnoma podredil propagandi, ko je s pomočjo filma mobiliziral množice in jih z gibljivimi slikami prikoval na sedeže, nato pa tehniko vpregel še v izkoriščanje surovin:

Njegova zastavitev vprašanj zasluži, da bi jo prevzel dialektik, ki se mu estetika današnje vojne kaže takole: dokler je ohranjeno naravno izrabljanje naravnih sil z lastninskim redom, dotlej bo večanje tehničnih pripomočkov, hitrosti in energetskih virov težilo k njihovemu naravnemu izrabljanju. Najde ga v vojni, ki s svojo rušilnostjo dokazuje, da družba ni bila dovolj zrela, da bi tehniko podredila, da tehnika ni bila dovolj razvita, da bi obvladala elementarne družbene sile. (Benjamin 1998: 176)

Ko je povpraševanje začelo upadati in s tem upočasnjevati tudi produkcijo, se je razredu kapitalistov kot rešitev ponudila vojna, ki je umetno dvignila potrebe in zagnala svetovno produkcijo. Futuristični pogled na vojno se je s tem izkazal za konstruktivnega tako za fašiste kakor za sile, ki so delovale proti njemu, saj je vojna pospešila produkcijo tudi v zavezniških državah. Po Benjaminu je zmaga vojne nad mirom obenem dokončna zmaga larpurlartizma:

»Fiat ars – pereat mundus«, pravi fašizem in, kot piše Marinetti, pričakuje od vojne umetniško zadovoljitev čutnega zaznavanja, preobraženega s tehniko. To je očitno višek larpurlartizma. Človeštvo, ki je bilo nekoč pri Homerju predmet opazovanja bogov z Olimpa, je zdaj samo sebi predmet opazovanja. Njegova samoodtujitev je dosegla tisto stopnjo, ki dopušča, da lastno uničenje doživlja kot prvovrsten estetski užitek. *Tako je z estetizacijo politike, ki jo uganja fašizem. Komunistem mu odgovarja s politizacijo umetnosti.* (Benjamin 1998: 176)

V zadnjem odstavku svojega spisa o tehnični reproduktibilnosti umetnin Benjamin povzema Nietzschejevo misel o vojščakah kot figurah na platnu, ki so plod domišljije slikarja-demiurga. Človeštvo, na katerega so nekdaj bogovi gledali kot na prizorišče svojih sanj, je tako zdaj postalo svoj lastni oder. Njegova

samoodtujenost je dosegla stopnjo, na kateri si je lahko človek začel lastno uničenje zamišljati kot prvovrstno estetsko atrakcijo. In če je fašizem s tem izvajal estetizacijo politike, mu je komunizem odgovoril s politizacijo umetnosti.

V Benjaminovem sklepu je zajet tudi pogled, ki ga je svojemu junaku Sprelliju namenil D'Annunzio. To je pogled človeka, ki kot demiurg spreminja zunanji svet v predstavo po svoji meri, v kateri je hkrati pisec, igralec in gledalec. Kot spreten kombinator propagande in estetizacije življenja je D'Annunzio nauke futurizma (ki ga je zavračal, saj je Marinetti v njegovih delih našel zgolj *passatismo*) kmalu izkoristil na posebej učinkovit in pompoznen način, ko je leta 1919 zavzel Reko in svojo okupacijo označil za umetniško dejanje.



---

## *Le monde de l'argent* po prvi svetovni vojni

### Dekompozicija modernega subjekta skozi prizmo intelektualnega diskurza

**M**oderna potrošniška družba napoči, ko rast produkcije začne določati potrebe in s tem omogoči množično potrošnjo; ko tehnična reprodukcija s pomočjo dinamike filmske propagande poskrbi za mobilizacijo množic in s tem za množično potrošnjo tako vsakdanjih produktov kot tudi same umetnosti (ki tedaj postane orodje politike); ko *valeur médiatrice* nadomesti *valeur médiatisée*; in ko se menjalna vrednost naposled preobrazi v abstraktno vrednost, ki omogoči tudi neomejeno reprodukcijo samega denarja, osvobojeno nekdanje podlage v delu, zemlji ali zlatu. Potrošniško družbo, kakršna zaznamuje 20. stoletje, označujeta neomejena produktivnost in pospešena rast tako vsakdanjih uporabnih produktov, kot so orodja, stroji in živila, kakor umetnosti in denarja.<sup>84</sup> Tudi denar in umetnost tako dobita popolnoma abstraktno in avtonomno menjalno vrednost, ki lahko kot takšna vstopi v službo ideologije, politike in globalne ekonomije:

S tem je svojo polno abstraktnost dosegel tudi pojem denarja, ki ne *rabi* več razumevanju gospodarskega prometa, pač pa cirkulacijo blaga podreja svojemu *lastnemu* razvoju. Stvari ne vrednoti več drugo glede druge, temveč *z ozirom na samega sebe*. Njegov odnos do zemlje in z njo zraslega človeka je tako popolnoma izginil, da za gospodarsko mišljenje vodilnih mest – »denarnih mest« – sploh ne pride več v poštev. Denar je zdaj postal moč, in sicer čisto duhovna moč, ki jo kovina zgolj reprezentira v budnosti zgornjega sloja gospodarsko dejavnega prebivalstva, moč, ki ljudi, ki se ukvarjajo z denarjem,

---

<sup>84</sup> Gudrun M. König rasti pripisuje tudi vse večjo odmaknjenost ljudi od predmetov, ki jih proizvajajo, saj njihovo uporabno vrednost že povsem nadomešča menjalna vrednost, izražena v denarju: »Industrijska proizvodnja dobrin pospešuje tempo in ritem kroženja stvari. Spremenjeni kulturni vzorci zaznavanja dinamizirajo in abstrahirajo odnos med ljudmi in predmeti. Kot poudarja kulturni sociolog Georg Simmel, denar postaja 'univerzalno merilo vseh vrednot', ki kot takšno 'izprazni bistvo stvari'«. (König 2011: 158)

dela od njega enako odvisne kot некоč zemlja kmeta. Enako kot obstaja matematično ali pravniško mišljenje, obstaja tudi »mišljenje v denarju«. (Spengler 2010: 130)

Z ugotovitvijo, da je denar kot abstraktno sredstvo povsem izgubil stik z zemljo in delom, je Oswald Spengler v *Zatonu Zaboda* opisal še zadnjo stopnjo v razvoju potrošništva in kapitalistične družbe, namreč dokončno odcepitev posredujočega od posredovanega.<sup>85</sup> V poglavju »Duša mesta« je razvoj finančnih trgov, ki trgujejo z abstraktnimi vrednostmi in botrujejo »mišljenju v denarju«, umestil v velemesta, ki predstavljajo simbol scela osvobojenega in neomejenega heglovskega duha, v velemesta, v katerih se naposled zbira kolesje celotne svetovne zgodovine. S tem tudi vera v napredek, v kakršnega je nekaj desetletij pred izidom Spenglerjeve knjige še verjel Zola, ni več enoznačna in premočrna, pač pa postane celo znotraj optimistične smeri ambivalentna. Po eni strani je napredek kot neomejena rast in porajanje povezan z neomejeno produkcijo vojne in s tem zla, kot ga je nakazoval futurizem in realiziral fašizem. Po drugi strani pa je ta napredek kot ekspanzija demokracije lahko povezan s krepitvijo človekovih in delavskih pravic in svoboščin, ki jih poznata tako *Au Bonheur des Dames* kakor *Germinal*, saj izhajajo iz francoske revolucije in *Deklaracije o človekovih in državljskih pravicah* iz leta 1789. V obeh primerih pa se začne pojem napredka in rasti ločevati od samega pojma kapitalizma: v prvem primeru se prelevi v totalitarizem (najsi bo v obliki fašizma, nacizma ali komunizma), v drugem pa v liberalizem (najsi bo ekonomski ali socialni).

Na prelomu stoletja se intelektualni diskurz v celoti politizira in poseže v polje moči; sprožilni moment je Zolajeva intervencija v aferi Dreyfus tik pred koncem stoletja, poseg, ki mu sledijo vplivni odzivi v prvem desetletju naslednjega stoletja. Intelektualec kot družbena sila se postopoma uveljavi v polju, ki ga dotlej ni poznalo (in v katerem si ga ne želi ne reakcionarna ne liberalna politična sredina). Tako nastane popolnoma nov diskurz, ki ni več zgolj literarna, estetska ali filozofska, pač pa družbenopolitična, aktivistična in angažirana govorica. Nastop v polju moči intelektualcu omogoči avtonomizirano literarno

---

<sup>85</sup> Marksistični vidik te odcepitve in osamosvojitve denarja od tistega, kar predstavlja in označuje (zemlje, dela, produktov), se pravi, ločitve označevalca od označenca, izpostavlja moment, ko menjalna vrednost dobrin dobi status neodvisne entitete. Potrošniki tega novega finančnega produkta tako izgubijo stik s tistim, kar naj bi denar, kot označevalec in posredujoče, predstavljal, s tem pa se trg finančnih derivatov osamostovi in se začne samoregulirati na podlagi ponudbe in povpraševanja.

polje, katerega univerzalna načela intelektualca transponira in uveljavi v politiki. A kmalu tudi futuristična agitacija (in kasneje angažma drugih avantgard, predvsem nadrealizma) z estetizacijo politike in politizacijo estetike, propagando, slogani ter marketinškimi strategijami intelektualcu omogoči, da dejavno poseže v politiko in družbena razmerja kot nekakšen porok pravic in svoboščin.

Tovrstno družbeno vlogo je imel v mislih Zola, ko je opisoval razvoj velike trgovine, napredka in znanosti, v katerih je videl pozitivne sile optimizma, ne da bi se oziral na desničarske ali levičarske ideologije, kakršne so prevladale v 20. stoletju. Zola je dejansko verjel v *devenir*, v nenehno porajanje družbenih sil in v neizprosno zgodovinsko logiko, ki pa zanj še ni bila ničejanska sila onkraj dobrega in zlega, ampak je zagotavljala vse, kar je dobro in pozitivno. Tudi v času afere Dreyfus je Zolaja gnala predvsem ideja intelektualnega diskurza kot diskurza kritike in neodvisnega družbenega korektiva, ki presega ideološke oznake, kot sta kapitalizem in socializem, saj naj bi determinizem učil, da lahko človeka določata oba hkrati.

Kot reakcija na afero Dreyfus v francoski družbi okrog leta 1900 nastane več tokov, ki vsak po svoje pristopajo k napredku, demokraciji in družbi nasploh. Najprej velja omeniti progresiste in socialiste z Jaurèsom, ki se zavzemajo za človekove pravice, četudi so do Zolajevega angažmaja zadržani, saj naj bi bili intelektualci zaradi podpore Dreyfusu tudi v službi judovskega kapitala in bančništva (Winock 1997: 32–35). Po sojenju Zolaju, ki so ga obtožili krivega obtoževanja,<sup>86</sup> je ustanovljena Liga za zaščito človekovih pravic, ki izhaja iz *Deklaracije o človekovih in državljanskih pravicah*. Med njenimi ustanovitelji so tudi Paul Viollet in drugi krščanski socialisti, združujeta pa jih antiindividualizem in ekonomski antiliberalizem, a tudi zaščita posameznikovih svoboščin pred državnim nasiljem. Zagovorniki človekovih pravic so torej naravni in neposredni dediči Zolaja in njegove vzpostavitev intelektualca kot družbenega korektiva, ki opozarja na kršitve posameznikovih pravic na rasni, nacionalni ali verski osnovi.

<sup>86</sup> Zola je bil 23. februarja 1898 obsojen na najvišjo kazen, ki je znašala leto dni zapora in 1.000 frankov globe. Na sodbo se je pritožil in pritožbeno sodišče mu je aprila ugodilo na proceduralni osnovi, saj bi moral o zadevi odločiti vojni svet in ne minister. Zola se je novemu procesu izmaknil, tako da je za leto dni odšel v prostovoljno izgnanstvo v Anglijo, nazadnje pa ga je sodišče v Versaillesu ponovno obsodilo na enako dolgo zaporno kazen in 3.000 frankov globe, pri čemer so mu 26. julija odvzeli tudi odlikovanje Legije časti. (Winock 1997: 40)

Po drugi strani se kmalu razvije tudi reakcija na Zolaja, ki se utelesi v trdi nacionalistični smeri *antidreyfusards* in antisemitov, predstavljata pa jo Maurice Barrès in Charles Maurras. Pri tej usmeritvi prevladuje *nationalisme intellectuelisé*, intelektualizirani nacionalizem, ki je delno utemeljen tudi v futurizmu, s katerim se Barrès (kasneje pa tudi nacionalistična *Action française* in fašisti) strinjajo zlasti glede tehnike in vojne<sup>87</sup> ter nacionalizma, ki je eden od ključnih elementov Marinettijeve ideologije, futurizmu pa intelektualizirani nacionalizem približuje tudi ničejanska utemeljitev sveta v estetiki, kakršno je v Italiji s podobnimi nacionalističnimi težnjami prevzel tudi D'Annunzio. V nasprotju s futurizmom pa nacionalistična in reakcionarna gibanja ne gojijo odpora do meščanskega in starega, saj so sama del pasatističnega in profesorskega sistema, ki ga mrzi Marinetti. Pri tem velja poudariti, da v Italiji tistega časa skrajno levo in skrajno desno povezuje nacionalizem, uperjen zoper Avstro-Ogrsko, ki tedaj še vedno zavzema velik del Julijske krajine in Furlanije ter Južno Tirolsko (Milan 2007).

V Franciji se medtem vzpostavi še tretja smer, ki je zmerno nacionalistična in konservativna, vodi pa jo Ferdinand Brunetière, eden od začetnikov moderne komparativistike. Tu gre za nacionalizem, ki ni antisemitski in podpira individualizem. Zolajevskemu tipu intelektualca ta smer očita, da je novi aristokrat, a tudi sama prevzame intelektualni diskurz kot nekakšna mehka inteligenca na desnici, kar je ne nazadnje tudi dediščina Zolaja, ki je z vero v napredek vendarle podpiral interese meščanstva. K liberalnejšim, a še ne militantnim pogledom na napredek se nagiba tudi Émile Durkheim, oče moderne sociologije, ki sicer družbo konceptualno postavlja nad posameznika, vendar to hierarhijo obrne, ko gre za človekove pravice, tako da je njegova politika kljub vsemu liberalnejša od Brunetiereve (Winock 1997: 49).

Za začetek stoletja tako velja oznaka *le monde éclaté*, saj se svet tedaj dejansko na neki način raztrešči. Še v 19. stoletju razmeroma homogen niz pogledov, položajev in antinomij, kot so pesimizem in optimizem, materialno in duhovno, progresizem in nihilizem, se na začetku 20. stoletja raztrešči

---

<sup>87</sup> Ob nastopu prve svetovne vojne se sicer zanjo zavzamejo vse francoske politične sile, vključno s socialisti in levim polom intelektualcev, ki nepričakovano pristopijo k provojni Sveti uniji (Winock 1997: 164–174). Ob tem se lahko spomnimo na Benjaminovo tezo, da je vojna koristna za vsakršen zagon produkcije in v prid vsem političnim polom.

v nepregledno množico opcij. Sveta ni več mogoče opisovati ne z optimistično vero v premočrten napredek, izražen v buržoaznih vrednotah, ne z nasprotovanjem napredku, utelešenem v boemskem pesimizmu in dekadenci. Medtem ko Denise Baudu v romanu *Au Bonheur des Dames* v družbi še prepozna celoto, v kateri posameznika določa in presega neizprosna logika zgodovine, Huysmansov dekadentni Des Esseintes subjekt in svet vidi le še kot fragment, ki ga avantgarde nekaj desetletij pozneje povzdignejo v umetniški postopek. Nekaj let po Huysmansu D'Annunzio z demiurškim estetičističnim pogledom poseže v svet kot projekcijo dekomponirane Sperellijeve psihe, ki mu z estetizacijo politike sledi Marinetti. A v resnici je bil vendarle denar tista družbena sila, ki je emancipirala literarno polje in pisatelja otela odvisnosti od aristokratskih mecenov in državnih investicij (Bourdieu 1992: 156). Svet je pred izbruhom prve svetovne vojne tako v celoti komodificiran: Flaubert opiše komodifikacijo čustev, Benjamin razkrije mehanizme komodifikacije umetnosti, Spengler pa pokaže, kako se je naposled komodificiral tudi denar. Mlada generacija, rojena skupaj s stoletjem, se upre tako pesimizmu kakor optimizmu, upre se vsemu staremu in reakcionarnemu, vendar drugače kakor futurizem, saj v Marinettijevi prihodnosti ne vidi ne luči ne utehe. To je generacija, ki iz pesimizma in skepse do neomejene rasti izpelje pojem upora, *la révolte*: generacija Sartra in Nizana.

## Eksistencialistična kritika diktature denarja: *homo economicus* Paula Nizana

Generacija mladih povojnih intelektualcev sicer ne posvoji idej futurizma, ki častijo tehniko in brezobzirni napredek, a jo z njim družita agresivnost (tako formulacije kakor realizacije idealov) in odpor do starega duhovnega reda, ki ga na podlagi nekdanjih vrednot ohranjajo psi čuvaji v podobi starih profesorjev in akademikov ter zmagovalci vojne v podobi starih politikov in prvoborcev. Tako se onkraj politične pripadnosti oblikuje pojem generacije, ki kot celota, četudi ni nujno svetovnonazorsko homogena, doživlja odpor do starejših generacij in svoje generacijske ideale postavlja pred ideale različnih političnih taborov (ki se sicer kasneje, ko tudi ta generacija dozori, izkažejo za prav tako razdiralne kakor v prejšnjih generacijah):

Pojem generacije je nenadoma dobil živ in otipljiv pomen [...]. Mlade, najsi bodo desničarji ali levičarji, družni močan občutek generacijske pripadnosti. »Naše sovrašтво do starih borcev ni poznalo meja,« piše Henri Lefebvre [...]. Mladi čutijo, da se dušijo v družbi starcev, ki nenehno prežvekujejo zlato dobo Belle Époque. (Winock 1997: 249–250)

V očeh generacije, rojene po letu 1900 (Nizan in Sartre sta bila rojena leta 1905) in premlade, da bi se bojevala v prvi svetovni vojni, so univerzalne vrednote, na katerih še vedno temelji tedanja francoska (deloma pa tudi italijanska) družba, vrednote, ki so jih generacije 19. stoletja v celoti izvotlile. Univerzalnost, človekove pravice, svoboda, bratstvo in enakost, se pravi, kategorije, ki jih je filozofsko utemeljil Kant, povzdignila pa francoska revolucija, so se v 19. stoletju sprevrgle v priročno masko, s katero so zagovorniki starega duhovnega reda, Nizanovi psi čuvaji, prikrivali vsakršne zločine zoper človeštvo in nečednosti zoper resnično moralo, ne nazadnje pa tudi opravičevali obstoj edinega boga, denarja, ki je zveličal vse, kar je bilo mogoče zagrešiti pod zastavo naprednih idej francoske revolucije.

Nizan in mnogi pripadniki njegove generacije menijo, da so te ideje v celoti izgubile svoj izvirni pomen, potem ko so jih prejšnje generacije zlorabile v prid kapitalu, ki so mu služile. Starce, ki jih ta generacija prezira in kritizira, poosebljajo meščanski filozofi, kot sta Henri Bergson in Léon Brunschvicg, ter nacionalistični intelektualci, kot sta Maurice Barrès in Charles Maurras. V teh samooklicanih dedičih razsvetljenjskega projekta, ki ga je pred njimi vsaj delno dostojno zastopal Zola (ki sicer tudi sam, zaslepljen od brezpogojne vere v znanost in napredek, še ni v celoti razumel delavskega vprašanja in kolonializma, ki sta najbolj pestila novo generacijo), so Nizan in njegovi somišljeniki prepoznali varuhe intelektualnega reda, utemeljenega na papirnatih načelih. Ko so Bergson in njegovi govorili o vrlinah, ponosu in človečnosti, so Nizanovi v njem videli zgolj hinavskega služabnika novega boga mamona, ki je po nareku kapitala delil vojno in mir, enakost in neenakost, moralnost in nemoralnost. Kategorije racionalizma, kartezijanstva in univerzalizma, ki so ne nazadnje prispevale tudi k vzpostavitvi varuhom obstoječega reda tako ljubega literarnega polja in intelektualca kot neodvisnega družbenega korektiva, naj bi bile samo še formalno povezane z idejami Descartesa, Spinoze, Leibniza, Kanta in drugih filozofov, ki so te kategorije utemeljili, saj naj bi jih njihovi interpreti zlorabili v koristoljubne in politične namene.

Nizan je svojo kritiko obstoječega moralnega in duhovnega reda izpričal leta 1932 v knjigi *Les chiens de garde* (Psi čuvaji), že leto poprej pa je svoj pogled na družbeni red po prvi svetovni vojni razgrnil v žgočem romansiranim potopisu z naslovom *Aden, Arabija*. V nasprotju z Nietzschejem, ki je z analizo starih vrednot razkril njihovo inherentno gnilost in razkrinkal njihovo pravo naravo, ki je nihilistična in izvirno kliče k prevrednotenju teh vrednot (pri čemer problem tiči v nihilizmu, ki noče priznati sveta, kakršen je, se pravi, odtujen, sprijen in sprevržen), se varuhi starega reda oklepajo univerzalnih vrednot, ne da bi jim vdahnili nov smisel (ali jih ovrgli in uveljavili nove). Pri tem ti psi čuvaji v svojih okostenelih filozofskih sistemih gradijo puhle teorije meščanstva, ki jih utemeljujejo na ideji večnega, zgodovine in liberalizma (v Bergsonovem primeru pa tudi smeha in komičnega), ki pa so zgolj všečne maske suženjstva, kolonializma in družbenih neenakosti. V imenu teh vrednot varuhi starega reda skrbijo za prevlado enotne militaristične in kolonialistične politike, ki je v letih 1914–1918 združevala vse bojujoče se strani, tako francosko kakor nemško, ameriško, avstrijsko in turško (Nizan 1932).

Vendar v svoji besni interpretaciji intelektualnih psov čuvajev Nizan rešitve v nasprotju z Marinettijem ne vidi v ideji neskončnega napredka tehnike, rasti in potrošnje, saj naj bi bil ravno v njih vir vsega zla, ki je kulminiralo v svetovni vojni, se pravi, v še enem od idealov futurizma. Mlada generacija se na vso moč upira družbi denarja, ki jo omogoča prav napredek tehnike. Njena tarča ni nujno sama ideologija, ki legitimira kapitalizem, pač pa denar, ki omogoča razvoj točno določenega »stila družbe, običajev in morale oziroma odsotne morale« (Winock 1997: 251). Tovrstna družba pa je prav potrošniška družba z vsesplošno komodifikacijo, produkcijo, ki diktira potrebe, tehnično reproduktivnostjo in idealom neomejene rasti. Nizan in njegovi somišljeniki si za nasprotnika izberejo predvsem pojem rasti, ki pogojuje produktivnost, brez katere ne more sodobno potrošništvo (ki mu Nizan še ni poznal imena, saj srednji družbeni sloj, ki omogoča njegovo eksplikacijo, šele začenja svojo ekspanzijo).<sup>88</sup> Denar po Nizanu poskrbi tudi za podkupljivost tiska, s čimer prikrito duši svobodo govora, pod krinko parlamentarne demokracije z občo volilno pravico pa nazadnje prodre v vse pore družbe, ki jo do temeljev korumpira:

<sup>88</sup> Statistične podatke o oblikovanju, obsegu, kupni moči in habitusu družbenih slojev v okviru sociologije materialne kulture v Evropi na prelomu stoletja izčrpno navaja Emanuela Scarpellini v študiji *L'Italia dei consumi* (2008).

Svet denarja je bil hkrati tudi svet produktivizma. Njihova kritika ekonomskega liberalizma je nastopila še pred krizo iz tridesetih let. Svet denarja so napadli na vrhuncu »blaginje«, tik pred velikim zlomom, tako da jim je kriza, ki je izbruhnila, prinesla potrditev nezadostnosti sistema, ki je ušel izpod nadzora in množil množicam nedostopne dobrine. (Winock 1997: 251)

Mlada generacija kot enega glavnih krivcev za prevlado brezkompromisnega in divjega kapitalizma obravnava Ameriko, ki je pod Rooseveltom pred prvo svetovno vojno poganjala razvoj fordizma in taylorizma, nebrzdanih silnic surove industrializacije in znanstvene tehnicizacije delovnih procesov pod okriljem ekonomskega liberalizma (in militarizma), kakršnih si je ne nazadnje želel tudi futurizem. Liberalizem, ki ga je v povojnih letih utemeljil John Kenneth Galbraith, v letih ekonomskega booma pa Milton Friedman (čigar liberalizem je že neoliberalen), izhaja iz posameznikove svobode kot absolutnega temelja demokracije v moderni družbi. Ta svoboda je šla v ameriškem liberalizmu tako daleč, da je družbo v celoti podvrгла svojim egocentričnim načelom ter tako počasi zatrla in razčlovečila tudi posameznika samega. Poveličevanje svobodne volje in svobodnega subjekta je tako proizvedlo notranje protislovje, saj je s posameznikovo na videz neomejeno svobodo (ki je služila razmahu produkcije in prevladi kapitala) zadušila svobodo človeka in družbe kot celote posameznikov. Do kraja izpeljani ekonomski liberalizem je zadušil političnega, s tem ko je spodkopal lastni temelj, torej posameznika, ki ga je liberalna družba naposled izvrгла.

S tem je liberalna revolucija požrla svoje otroke, njeno protislovje, ki je po eni strani izhajalo iz zolajevske vere v posameznikovo neskončno svobodo kot jamstvo neomejenega napredka, po drugi pa gradilo na viziji na videz demokratične družbe utopične kolektivnosti, kakršno so poveličevali futuristi, pa je v Franciji sprožilo niz odzivov. Med njimi je bilo tudi protiburžoazno in antiliberalno gibanje, ki ga je kot urednik revije *Esprit* vodil katoliški filozof s kolektivističnimi prepričanji Emmanuel Mounier, namreč *le personalisme*. Mounierjev personalizem uči, da ni mogoče istočasno ocenjevati ideološke nadstavbe družbe, kakršno predstavlja pristna podlaga francoske revolucije (torej univerzalne ideje razsvetljenstva, kakor so bile izvorno zamišljene), in njene realizacije v času po prvi svetovni vojni (torej interpretacije kartezijanskih in razsvetljenskih idej skozi oči interpretov zrelega meščanstva, ki so služili kapitalizmu). Kajti to bi bilo primerljivo z idejo sindikalnega in delavskega gibanja, ki bi jo ocenjevali na podlagi njene izvedbe v režiji strank in gibanj, ki so se je polastile (Winock

1997: 252). Ideje so se torej skazile in njihova izvedba je začela šepati (če je sploh kdaj bila adekvatna izvorni ideologiji); takole pravi Mounier:

Borimo se proti: posamezniku, povzdignjenemu v absolut; svobodi, ki je sama sebi namen; na praznini utemeljeni enakosti med nevtralnimi in zamenljivimi posamezniki; samoučičevalnemu političnemu in ekonomskemu liberalizmu; slepemu optimizmu nacionalne suverenosti; in popolnoma negativnemu nasprotovanju socializmu[.] (Nav. po Winock 1997: 252)

Personalizem se tako postavi proti kultu posameznika in svobodi zavoljo svobode same, se pravi, proti liberalizmu kot političnemu programu, pa tudi proti vsakršnim vizijam družbe kot enotne sile ali skupka posameznikov, ki jih družijo skupna ideja (ideologija). Te se po sodbi personalizma sprevržejo bodisi v nacionalistično obarvano glorifikacijo naroda (desna opcija, ki vodi v fašizem) bodisi v totalitarno zasnovano egalitarno družbo (leva opcija, ki jo ponuja marksizem s komunizmom). Tako personalizem razvije koncept osebe, ki naj bi nadomestil kult posameznika, ne da bi zapadel fašizmu ali komunizmu:<sup>89</sup>

Oseba ni abstrakcija, kakršna je pojem posameznika, temveč konkretno, telesno, umeščeno in nezamenljivo bitje. Hkrati je z vzajemno odgovornostjo povezana z drugimi osebami, s katerimi tako tvori družbo. Njeno poslanstvo je skupnostno (skupnost je »oseba oseb«), neločljivo povezano s človeško skupino, v kateri oseba živi. Obenem osebe ni mogoče podrediti kolektivnim entitetam, kot so država, narod, rasa ali zgodovina. Personalistična revolucija je torej dvojna: usmerjena je proti liberalizmu, ki človeka reducira na volilno številko in proizvodno-potrošni niz, ter proti totalitarnim režimom, ki so sicer protiliberalni, a so kljub temu sovražniki osebe, ki je ni mogoče reducirati na državno ideologijo. (Winock 1997: 253)

Tako utopičen poskus sprave, zlitja liberalizma in potrošništva s temelji univerzalnih človekovih pravic, kjer ne prevlada ne posameznik nad družbo ne družba nad posameznikom, na dolgi rok ni uspel. Mounier je izhajal iz predpostavke, da je vsak strankarski, družinski ali narodni ideal nujno obsojen na propad, če temelji na zatiranju oseb, ki ga sestavljajo. Podobno je razmišljal tudi Zola, ko je svoje junake na neki način pripravljaj na popolnoma liberalno

---

<sup>89</sup> Z nekaj drznosti bi lahko rekli, da iz podobnega načela izhaja tudi Proust, ki *Iskanje izgubljenega časa* piše prav v času, ko deluje Mounier, in s svojim psihologiziranjem goji kult individualizma, ki pa vendarle ne zapade neobrzdanemu meščanskemu liberalizmu. Nizan je Prousta v knjigi *Aden, Arabija* sicer omenjal kot primer jalovega pisarjenja na podlagi starih puhlih vrednot dekadentnega meščanstva.

družbo 20. stoletja (ne nazadnje je Octave Mouret več kot očiten primer ekonomskega liberalizma, v katerem sta posameznik in njegova zasebna podjetniška pobuda tako rekoč neomejeni kategoriji), obenem pa jih je vendarle podvrgel neki višji skupnosti, ki jih je določala kot nekakšna družbena nadstavba (ki so jo sestavljali *race*, *milieu* in *moment*), kar je nazadnje pokazal še v vzpostavitvijo intelektualca kot scela individualiziran družbeni korektiv. Zolajevo gledišče je pravzaprav skladno z Mounierjevim personalizmom, ki nemara še vedno pripada 19. stoletju, ko je bilo takšen idealizem še možno misliti, saj se ekonomski liberalizem in družbeni kolektivism še nista radikalizirala v svetovni vojni ali fašističnem in komunističnem totalitarizmu. To je najbrž tudi eden od ključnih razlogov, da personalistična kompromisna teorija ni dolgo obstala na prizorišču zgodovine idej,<sup>90</sup> čeprav jo je kasneje na svoj način obudil in aktualiziral Albert Camus.

Paul Nizan je bil eden tistih pripadnikov generacije, rojene okrog leta 1900, katerih ideje so bile blizu personalistom, kolikor so ti nasprotovali liberalizmu, a ideje resničnega demokratičnega napredka niso hoteli združevati z divjim razvojem modernega kapitalizma, zlasti ne na katoliški osnovi. Nizan se je zato kmalu radikaliziral in zavzel za agresivno komunistično iztrebljenje meščanskih pojmov, ki so družbo denarja pod krinko univerzalnih vrednot pripeljali do skrajnosti. Tako kot je Marinetti videl v Benetkah staro Evropo, ki jo je treba zrušiti, da bi zgradili novo, futuristično, je Nizan v Adnu videl podobo stare Evrope v novi preobleki, katere pobesneli napredek (starih vrednot) je treba zaježiti, saj gradi na kolonialnih in zatiralskih načelih. Aden se mu je v knjigi *Aden, Arabija* prikazoval kot zgoščena podoba Evrope, ki jo je po zaslugi oddaljenosti in manjšega obsega videl jasneje in nazorneje, kot se je kazala stara celina. V Adnu, kamor je odpotoval leta 1926, ko mu je bilo dvajset let,<sup>91</sup> je našel temelje gnile zahodne družbe. Ko mu je presedla zatohlost študentske celice na Rue d'Ulm, ulici, kjer ima sedež prestižna visoka šola *École normale supérieure*, na kateri je študiral skupaj s Sartrom – in predvsem ko se je naveličal poslušanja profesorjev, ki jih je ocenil za mojstre kamuflaže buržoazne pokvarjenosti, ki so se skrivali za visokotečimi pojmi racionalizma in

<sup>90</sup> Ideji fašizma se je sčasoma približal tudi sam Mounier, pri čemer si personalizem s fašizmom deli zavračanje buržoazije, vendar poudarja pomembno razliko: fašizem povečuje državo, personalizem pa osebo v njej (Deneken 2012).

<sup>91</sup> Od tod tudi sloviti začetek knjige: »Bilo mi je dvajset let. Nikomur ne dovolim trditi, da so to najlepša leta našega življenja.« (Nizan 2021: 81)

univerzalizma –, se je v britanskem Paisleyju vkrčal na ladjo, ki ga je preko Sredozemlja in skozi Suez popeljala na jug današnjega Jemna.

Sartre v predgovoru, ki ga je h knjigi napisal leta 1960, da bi pokojnega prijatelja rehabilitiral<sup>92</sup> in ga predstavil mlademu bralstvu, zapiše, da je Nizanove ideje marsikdo označil za *simplistes*, naivne, toda knjiga, napisana kot romanisirani potopis z močnimi elementi esejistike, še zdaleč ni preprosta. Morda je Nizanu mladost (knjigo je napisal pri petindvajsetih letih) narekovala, naj svoje misli zapisuje čim bolj hermetično, medtem ko je Nizanovo besedišče Sartre označil za posebno orožje. Vokabular je bil ključno orožje za Nizana, ki je hlepel po bojih, v katerih bi premagal sovražnika, buržoazijo, pri čemer se ni obotavljal poprijeti za vsakršno zvijačo in sleparjenje. Skratka, Nizanu ni bilo pod častjo nobeno sredstvo, ko je šlo za esejistične pamflete, kakršen je *Aden, Arabija*. Kajti Nizan je v *Adnu*, ki se mu je sicer zdel eno najlepših mest na Arabskem polotoku,<sup>93</sup> videl same sovražnike, primerke izprijene zahodne civilizacije, ki bi se jih bilo treba znebiti. Ko je opazoval mornariške častnike, je videl zgolj hinavščino in služenje mamonu, ki jih je oropal človečnosti. Vse se dogaja v znamenju ropanja, brezobzirnega trgovanja in podjarmljanja lokalnega prebivalstva, nekakšnega sodobnega suženjstva, ki ga blagoslavljajo misijoni:

A ko je bila ta zemlja enkrat izmerjena in popisana v katastrih, si jo Evropejci podredijo in kradejo kot razbojniki. Paradiži postanejo trgovska podjetja za prekupčevanje s kobaltom, arašidi, kavčukom in kokosom, pošteni divjaki pa stranke in sužnji obenem. Duhovniki belih bogov se lotijo spreobračanja teh častilcev malikov in jim začnejo razlagati o Lutru in Lurški Mariji ter razkazovati spodnjice iz Esdersove blagovnice. Evharistiji sledi prisilno delo na progi Kongo–Ocean. (Nizan 2021: 106)

V tem majhnem arabskem paradižu, kjer diši po zažganem maslu, popru, dišavah in eksotičnem lesu (Nizan 2021: 134), so se naselili kolonialisti, Britanci in Francozi, ki jim gre samo za profit. Ne zanimajo jih ne naravne lepote ne kulinarika ali tradicija prebivalstva. Trgovina, njihovo edino poslanstvo, je predvsem trgovanje z nafto, ki je izrinilo trgovino s kavo; tam se bijejo boji za koncesije in tržne deleže, medtem ko tankerji odhajajo na vse konce sveta, pri čemer Nizan opaža, da sprememba branže ali trgovskega blaga ne zamenja prevladujoče potrošniške paradigme:

<sup>92</sup> Nizan je v tridesetih letih francoski komunistični stranki očital, da ni dovolj radikalna za izvedbo resnične delavske revolucije, zaradi česar je obveljal za nasilneža.

<sup>93</sup> »Aden je najlepše in najprijetnejše mesto vse Arabije.« (Nizan 2021: 130)

Aden je bil še nedavno premogovniška postojanka. Peči na mazut so s seboj prinesle črne tankerje Angloperzijske in Azijske naftne družbe, pisarne in doke ter spletke, ki so vznemirile čustva malih domačih poglavarjev, ki so postali prodajalci nafte in kupci bencina za avtomobile. Vseповsod prihaja do majhnih vojn za koncesije. Tako se Aden še vedno prepušča svoji usodi. V Arabiji vonj po usnju in vsak mesec močnejši vonj po nafti izpodrivata vonj po sanski in hararski kavi. Vendar te spremembe interesov ne spreminjajo posledic za ljudi. (Nizan 2021: 135)

V prepletu telegrafskih linij in bruhanja črk, ki jih pod velikimi senčniki dešifrirajo belski uslužbenci, v že takrat globalni izmenjavi informacij, ki poteka med Bombajem, New Yorkom, Marseillem in Londonom, so vladarji Britanci in Francozi, ki jih ne zanima nič drugega kot to, da pripadajo pravemu klubu. Nizan opaža, da tudi med domačini ni vse idealno, saj je zahodnjaško nagnjenje k sovražstvu preželo tudi njih,<sup>94</sup> obsedla pa jih je tudi sla po denarju. Družba denarja pronica od vseповsod. V Londonu ali Parizu se ta obsedenost nemara malce izgubi med drugimi strastmi in distrakcijami, v Adnu pa je skoncentrirana kakor črna arabska kava. Bivanje ljudi, ki jih zaposluje kapitalizem globalnih korporacij, je zvedeno na preštevanje, preračunavanje in logistično izvedbo trgovanja, vse to pa je zajeto v finančnih grafih: »Votle sanje o manipuliranju z deviznimi tečaji, spremljanju vrednosti tolarja in funta kakor krivulje temperature bolnega otroka ali pospeševanju hitrosti plovbe zaradi cene dostave so se pri njem sestavljale v idejo dejanja – kadar pač ni bil prezaposlen s tem, da bi očaral ljudi.« (Nizan 2021: 145)

Po Nizanu predstavlja Aden pravzaprav zgolj radikalizacijo družbenega stanja, v katerem se je Evropa – in z njo celoten kolonizirani svet – znašla že v 17. stoletju, ko je v Londonu začela poslovati Vzhodnoindijska družba, ki je sprožila neobzdrano osvajanje in izkoriščanje neevropskih celin.<sup>95</sup> Če je bilo to izkoriščanje dotlej manj vidno – in s tem tudi na videz manj odločilno za razvoj stare celine –, je razlog predvsem v tem, da so revolucije v Franciji potekale na družbenopolitični osnovi, ki je pravzaprav zastirala pravo naravo revolucionarnih sprememb. Te so bile namreč v veliki večini ekonomsko pogojene in z njimi je na površje prišlo predvsem meščanstvo velikega kapitala, z njim pa

<sup>94</sup> »Arabci namreč vneto sovražijo Žide« (Nizan 2021: 243).

<sup>95</sup> S tega vidika lahko začetek potrošniške družbe po nekaterih teorijah umestimo že v 17. stoletje, v zlato dobo nizozemskega trgovskega razcveta, po drugih pa celo v renesanso, ko se je kapitalistični razcvet začel. (Scarpellini 2008: VIII)

tudi velika trgovina, ki je pravzaprav ves čas omogočala kolonialistični razmah, kapitalistične razmere pa so *de facto* prevladovale že pred francosko revolucijo, ki je meščansko družbo ustoličila *de iure*. Evropa – in v njej predvsem Francija – se je pod krinko naprednih sprememb predvsem družbenopolitične narave, ki so jih po razsvetljenjskih načelih egalitarnosti prinašale revolucije (najsi gre za leto 1798, 1830 ali 1848), intenzivno razvijala tudi na ekonomskem področju, kjer pa razvoj ni bil vsem na ožeh, saj se je zdel vendarle podrejen družbenopolitičnemu razvoju. Od tod pravzaprav Nizanova misel, da resnico evropske družbe pogosto zakrivajo številni akterji, Aden pa je njen koncentrat:

Razumeti je treba naslednje: Aden je bil močno koncentrirana podoba naše matere Evrope, bil je zgoščena Evropa. Tistih nekaj sto Evropejcev, zbranih na kraju velikosti kopalne kadi, dolge pet milj in tri milje široke, je risalo nenavadno natančno, čeprav pomanjšano podobo narodov in odnosov v zahodnih deželah. Vzhodnik reproducira in komentira zahodnik. (Nizan 2021: 154)

Položaj, v katerem so ljudje pravzaprav sužnji enega samega gospodarja, ki pa ni kraljevske narave in modre krvi, je ostal v samem srcu Evrope dobro prikrit. Nizan je tako v Adnu pravzaprav odkril model moderne Evrope, načrt, ki zvesto posnema svoj model, ali mandalo, kakršne potrpežljivo sestavljajo budistični menihi. Tako kot so staro celino v intelektualnem smislu pod krinko razsvetljenjskih vrednot kamuflirali psi čuvaji, jo je v bivanjskem smislu kamufliral sam način življenja, ki je bil na videz liberalen, saj je ponujal širok dostop do dobrin in svoboščin, njihova prava narava, ki je bila bolj kakor politično liberalna ekonomsko, pa je ostala prikrita:

Sleherna sekunda časa, ki so ga preživeli – ali časa, ki je preživel njih –, je bila pod pritiskom svetovnega trga. Ta pritisk so čutili vsepovsod in brezpogojno, a po obvodih vseh teh kanalov in cevi, kjer se pritisk razblinja kakor para, so vsaj ohranjali in dajali vtis neodvisnosti ali celo avtonomije. Ta pritisk je bil v Adnu neposredno prisoten in ni potreboval posrednikov, kajti vedeti je treba, da je bilo tamkajšnje življenje brez lažnih okraskov, ki so jih življenju v Evropi nadela mrtva stoletja morale, spočete iz potrebe po iluzijah in licemernih potreb razrednega boja. (Nizan 2021: 157)

Ravno »licemerne potrebe razrednega boja« in »mrtva stoletja morale« so v Evropi prikrivala resnično naravo modernega bivanja: številni posredniki so dajali evropski družbi videz neodvisnosti, demokratičnosti in celo avtonomije. Ne vemo sicer, ali Nizan s svojo kritiko meri tudi na zolajevsko emancipacijo intelektualnega polja, ki z družbenim korektivom v intelektualčevi osebi skrbi

za relativno avtonomijo tega polja in s tem za demokratičnost same družbe, a grenka nota, ki prežema Nizanov spis, je vsekakor opazna. Nizan namreč iz družbe, kakor jo je razkrinkal in razgalil v Adnu, ne vidi mirnega izhoda; ljudje se mu prikazujejo kot marionete, ki delajo za kapital, tako da lahko njihov meščanski liberalizem preobrazi samo nasilna revolucija:

Ker so bila življenja skrčena na svoje najčistejše stanje, ki je v bistvu ekonomsko stanje, ni bilo nobene nevarnosti, da bi jih videl v evropsko popačeni zrcalni podobi. Ker ni bilo potrebe po umetnosti, filozofiji in politiki, tudi ni bilo česa popravljati. Prišli smo do temeljev zahodnega življenja, ljudje so bili razgaljeni kakor lutke pri anatomiji. Prvič v življenju sem videl ljudi, ki niso pričakovali in opravičevali filozofije oblačil. (Nizan 2021: 159)

Kajti največje razočaranje, ki ga Nizan doživi v Adnu, je pravzaprav človek, v katerem ni nič več človeškega. Biva le za to, da dela, dela le zato, da biva, duhovne vrednote, kot so filozofija, umetnost in politika (kot družbeni angažma), ga ne zanimajo več, povsem je predan rutini, ki si je ni niti sam izmislil (pri tem Nizan citira Kanta kot nekoga, ki je bil vsaj avtor svoje rutine /Nizan 2021: 156/) in ki ga vodi od zajtrka skozi delovni dan in do večernega kriketa ali golfa v klubski atmosferi. Človek je v tej globalni trgovski navezi le še člen, figurica brez krvi in ljubezni:

Vendar se niso motili. Čutiti je bilo, da ne ljubijo življenja. Zaman so se trudili, ljubezni ni bilo od nikoder. Čas je mineval, oni pa so še naprej živeli v razmišljanju, kaj vse so v življenju naredili in kaj bi bili morali narediti. Pokonci so jih držali krči. Bili so lepo vzgojeni: starši so bili ponosni nanje, gospodar pa tudi. Niso bili videti kot ljudje, bolj so bili podobni vrečam žaganja. Če bi jim razparali trebuhe – kar bi bilo zanje edino smiselno –, bi se iz njih vsul prah. Hvalili so se, koliko žensk so že imeli in koliko ran so jim zadale vojne. Nemogoče si je predstavljati, da bi iz njih dejansko pritekale življenjske tekočine, kot sta sperma in kri. (Nizan 2021: 161)

Nizan vidi modernega človeka tako dokončno razčlovečenega, da si le stežka predstavlja, kako iz njega brizgajo življenjske tekočine, tako da mu svetuje, naj se raje preda razvratu in prostituciji, kot da nadaljuje s svojo shrhljivo rutino, ki vodi v propad. Med paradnimi primeri svetohlinstva vidi Nizan tudi pisateljstvo meščanskih dandyjev, kakršen je na primer Proust. Ta sicer ni omenjen, a je njegova vloga pri Nizanu več kot jasna:

Visoko smo ocenili romanopisce, ki so opisovali duhovne pustolovščine, in psihologe konverzacije, mladim ljudem in nižjim uslužbencem pa smo čestitali, da so si znali ustvariti namišljeno življenje: to smo denimo imenovali spet najdeni čas. [...] In ves ta čas

so naši učitelji ostajali mirni – ko razmišljate o iskanju izgubljenega časa, nikogar ne ogrožate. [...] Se bom moral torej zadovoljiti, s tem da si bom zgolj predstavljal človeško življenje iz svoje postelje in se valjal v internih štosih? (Nizan 2021: 182)

Kot razlog za tako korenit in dokončen propad zahodne civilizacije, ki ga pooseblja tudi psihološki roman v vsej svoji veličini, Nizan obravnava čisto določen pojav, ki je pravzaprav samo skrajna posledica stoletij globalne trgovine: abstrakcijo. Prav abstrakcija je namreč poskrbela za radikalizacijo stanja evropskega duha, saj je s tem, da se je delo ločilo od zemlje in postalo tako rekoč samo sebi namen,<sup>96</sup> celotna družba postala zgolj plod nekakšne prevare, v kateri je tudi človek v vlogi posrednika kapitala postal abstrakcija, utelešenjeje *valeur médiatrice*, ki je povsem zasenčila in izkoreninila *valeur médiatisée*:

Na srečo se moje brezdelno telo in moji nagoni ne prilagajajo izračunom in umetnosti zaradi umetnosti. Sovražim to življenje. Začenjam si želeti stanje, ki bi bilo popolno nasprotje zadušljive abstrakcije. Skušam si zamisliti svobodne ljudi, ki želijo biti – v resnici, ne pa v sanjah, tako kot kristjani in bankirji – vse, kar je človeku dano biti. (Nizan 2021: 181)

Abstraktnost dela in denarja je pri Spenglerju omogočila nastanek meščanskega sloja, ki v svoji filistrski in bogaboječi rutini pravzaprav črpa svoj edini smisel in užitek iz tega, da pobira sadove kapitala, da torej živi od donosov, s katerimi v resnici nima kaj početi. Ta mašinerija je posrkala že tolikšen del prebivalstva (in sicer tudi med nižjimi sloji, ki so se poburžoazili kakor na primer Nizanov oče), da se tudi mali delničarji, torej majhni lastniki kapitala, naslanjajo ob svojem premoženju in se čutijo povezane z večjimi, saj so udeleženi v istih užitkih in uspehih:

To Sveto alianso plačujejo dobički, za katere si je izmislila poimenovanja. Ta občutljiva vrsta odklanja besede, ki označujejo realno ceno dela, tako delavskega kakor kmečkega. Ker se pretvarja, da je njeno delo v resnici duhovno poslanstvo, jo lahko samo po besedah ločimo od tistih plačancev, ki delajo zato, da preživijo. To velja za nagrade, honorarje, apanaže, nadomestila – ne pa tudi za plače. Slednjič pride zmagoslavni dan, ko si njeni pripadniki izplačajo dividende. Vedo, da so končno prestopili tisti idealni prag, ki jih je še ločeval od popolnega sotorilstva. Zdaj lahko z edinim iskrenim čustvom, ki jim je bilo kdaj dano, rečejo, da čutijo sveto besedo Kapital. Razlika med njihovimi

---

<sup>96</sup> Tu se Nizanovo razmišljanje navezuje na Webrovo tezo, da je neomejeno kopičenje bogastva v protestantskih družbah samo sebi namen in kot takšno ne pozna racionalne razlage (Weber 1988: 40–41).

gospodarji in njimi samimi je samo še razlika v količini, sicer pa so si v bistvu enaki. (Nizan 2021: 208)

Nizan ugotavlja, da je med pripadniki malega in velikega meščanstva razlika le v velikosti, saj jih družijo isto bistvo, ki pa je scela abstraktno in ideološke narave. Lucidno opazi tudi, da se razlika med meščanskim navideznim delom in dejanskim delom delavstva in kmečkega prebivalstva kaže tudi v nazivih prihodkov. Pripadniki meščanstva, ki živijo od kapitalskih donosov, namreč ne prejemajo mezde ali plače, pač pa nadomestila, honorarje in prihodke, kar jih že terminološko postavlja nad dejansko delavstvo, ki še ni v celoti odtujeno od zemlje (četudi je po Marxu že odtujeno od produkcijskih sredstev), od katere dejansko živi. Apoteoza in vrhunska posvetitev tega stanja se materializira takrat, ko kapital izplača dividende svojim lastnikom, torej ko kapital v nekem smislu ejakulira, izcedi svojo reprodukcijsko tekočino, da bi se preko nje spet razmnožil (v obliki reinvestiranja dobička v povečanje kapitala v bilančni pasivi in v nabavo novih sredstev v njeni aktivni). In ker se ejakulacija namesto skozi človeško telo zgodi skozi kapital, tudi narava človeškega bitja postane popolnoma abstraktna. Človeško telo se s tem dobesedno da za kapital (podobno kot se je Kristusovo telo dalo za človeka) in se kapitalizira, postane del njegovega mesa, postane eno z njim. Večnost kapitala vstopi v čas človeštva, kakor je večni vstopil v čas skozi Kristusovo telo. Tako se rodi *homo economicus*.

*Homo economicus* zagotovi še enega od temeljev moderne potrošniške družbe, saj je z njim človek postal bitje, ki si svoje bistvo deli s svojim bogom, mamonom. Popolna identifikacija človeka in kapitala je omogočila organsko rast produkcije, ki je pogoj neomejenosti in predvsem množičnosti potrošnje njenih produktov, ki zagotavlja posameznikovo srečo (bodisi kot komodificirano ugodje nakupa bodisi kot izplačilo dividend). Reifikacija človekove psihe v kvantitativni vrednosti je s tem izpolnjena in materialna kultura postane avtonomna entiteta, ki upravlja samo sebe in s tem tudi človeški rod, sestavljen iz samih ekonomskih bitij:

Na začetku je bil *homo economicus* preprost in edinstven kakor trikotnik. Vsi njegovi primerki so si bili podobni kakor jajce jajcu. Toda imel je potomce. Iz njega so se rodile družine, ki ne priznajo rade, da imajo istega prednika. *Homo economicus* je zdaj bankir, industrialec, komisar, mešetar. Njegove različice so rentniki, mali posestniki in borzni posredniki. *Homo economicus* je lahko tudi uradnik ali celo delavec. Gre za žival, ki je zadovoljna s svojo ekonomijo presežnega dobička. Čeprav s svojo naklonjenostjo do

izrekov stalno ponavlja, da iz nič ni nič, pa vleče svoj dobiček, ne da bi v zameno karkoli vračal. Ker ga zares dobi zastoj, ga še toliko bolj ceni. (Nizan 2021: 212)

Zadnja zvijača buržoazije je torej v tem, da iz svojih delavcev naredi solastnike, s čimer jih posrka v logiko svojega sloja in jih posesa v bistvo kapitala, podobno kakor je bil Kristus enega mesa z božjim telesom, *homousious*. S tem je tudi Zolajeva zamisel, izražena v prizadevanjih Denise Baudu, da bi zaposleni vlagali v lastno podjetje, demantirana in razkrinkana kot ena od participativnih neumnosti v verigi meščanske perfidnosti na poti do končne zmage kapitala; v tej zvijači uma kapital v lastno bistvo posesa tudi svoje morebitne nasprotnike. In četudi je Nizan že zaslutil absurd, v katerega človeka postavlja takšno razmerje do boga-denarja, se je odločil, da se mu ne upre s pogledom v *nihil*, kakor so kasneje storili eksistencialisti, pač pa z orožjem. *Aden, Arabija* sicer pozna *néant* in se mu približuje na različne načine, vendar nihilistična tolažba Nizana ne prepriča. Pesimizem Nizanu ne more biti v uteho, čeprav je knjigo v nekem smislu zgradil na njem. A izhoda Nizan ne vidi niti v zolajevskem optimizmu, ki se prej ali slej sprevrže v liberalizem, ta pa v vojne in totalitarizem, ki jih podžiga futurizem. Nizanovi generaciji je bilo skupno prav sovrašтво do liberalizma, tako političnega kot ekonomskega, ki ga je na levi in desni skrajnosti označevala očaranost nad fašizmom oziroma komunizmom (Winock 1997: 257). Nizan je bil kasneje, ko je Sovjetska zveza že sklenila pakt s Hitlerjem, popolnoma razočaran nad kolaborantstvom francoske levice. V knjigi *Aden, Arabija* se je odločil za krvav boj. Odločil se je, da mora biti *homo economicus* uničen, iztrebljen; tu ni bilo srednje poti in vse metode so bile dovoljene:

Gre za uničenje in ne za navadno zmago v vojni, po kateri sovražnik ostane na nogah. Ta vojna je neusmiljena. Ne živimo več v časih fevdalnih vojn, ki bi se končale z božjim premirjem. Ne živimo več v času Jakobovega boja z angelom. Pripovedujejo, da so v nekaterih grških mestih oligarhi prisegali takole: Nasprotnik ljudstva bom in v svetu bom storil vse, da mu bom škodoval. Boste svojim sovražnikom dovolili, da tako prisegajo? Naj nobeno naše dejanje ne bo brez jeze. Sproščeno dihanje in nočni počitek sta izgubljen čas in zamujena priložnost za bitko. Tudi sama ljubezen je dejanje upora, ker tudi ljubezen uničujejo. Če ugotovite, da so vaši starši in vaše žene na strani sovražnika, jih boste zapustili. Ne bom se jih več bal sovražiti. Ne bom se več sramoval, ker sem fanatičen. Dolžan sem jim zlo, ker so me malodane pogubili. (Nizan 2021: 221)

Te srhljive besede, ki končujejo Nizanovo knjigo, so se uresničile le delno, saj je bil Nizan v resnici razmeroma umirjen človek, ki je kasneje sodeloval s sovjetsko komunistično partijo in politbirojem, česar mu francoski komunisti niso

odpustili. Nizan napada liberalizem z vidika socializma, etike, neenakosti, torej z eksistenčnega vidika, ki verjame v stik dela z zemljo, toda ta boj se v 20. stoletju ne izide več. Ne z eksistenčnega, pač pa z eksistencialnega vidika se ga je bilo treba lotiti: vprašanje preživetja je eno, vprašanje prežitja, izbire, svobode, odločitve pa nekaj drugega. Kajti, kot je leta 1946 zapisal Sartre, odločiti se, da se ne boš odločil, je prav tako izbira kakor vsaka druga. Iz odločitev personalizma, nizanovstva, komunizma, antiliberalizma, brezizhodnega in lažnega optimizma, nesmiselnega pesimizma in nihilizma se tako rodi nova smer, ki izhoda iz kapitalizma in potrošništva najde v tem, da ga ne išče, saj smisla v absurdu preprosto ni mogoče najti.

---

# Absurd in potrošništvo

## Sprava pesimizma in optimizma: *la pensée de midi*

Lahko bi rekli, da se je Camus svoje analize lotil tam, kjer je Nizan nehal oziroma kjer ga je ustavila smrt (Nizan je umrl leta 1940, prav v času, ko je Camus razvijal svojo misel o revolti). Tako kot je Nizan v knjigi *Aden, Arabija* spoznal, da je bistvo zahodne civilizacije v denarju oziroma v ekonomskih razmerjih, ki denar utemeljujejo in ki jim služi *homo economicus*, tako je tudi Camus v tretjem delu *Upornega človeka*, v katerem govori o zgodovinski revolти, izhajal iz predpostavke, da je večina ideologij človeštvo reducirala na ekonomska razmerja, iz katerih je zatem poljubno črpala mehanizme za svojo prevlado. Da je človek v prvi vrsti *homo absurdus* in šele potem tudi *homme révolté*, je Camus dokazoval ob spoznanju, da je v vseh ideologijah reduciran predvsem na *homo economicus*, ki sčasoma postane tudi *homo consumans*.

Na mestu, na katerem je Nizan pozival k nasilnemu upor, je Camus nadaljeval z mirno analizo samega upora v zgodovini. Prevlado ekonomske sfere je odkrival v različnih obdobjih in ideologijah, v nasprotju z Nizanom pa je iskal konkretne izhode iz zgodovinskih zagat, vendar z večjo mero pragmatičnosti in zgodovinske treznosti kakor marksistični idealist Sartre. Camusu se to, da je človek *homo economicus* (in s tem *homo consumans*), ne zdi tako tragično in radikalno negativno kakor Nizanu. Camus je ob razmišljanjih o revolти pristal na to, da ekonomska razmerja niso najslabše, kar nam je družba dala, saj je pomembnejše to, ali poskušamo te odnose uporabljati ali zlorabljati. Camusu se ne zdi nepomembno, ali prevlado tehnike razumemo zolajevsko in optimistično verjamemo v napredek, po poti katerega človeštvo vodita prav tehnika in razvoj ekonomskih razmerij, ali pa nam napredek, nasprotno, velja zgolj za surovo silo, ki poganja dinamiko brezobzirnega vojnega stroja, kakršnemu je prihodnost zaupal futurizem. Camus je z mislijo o revolти spoznal, da nekaterih momentov v zgodovini človeštva ni mogoče preprosto izkoreniniti, kakor je verjel komunist Nizan, in jih je treba smiselno vključiti v človekovo eksistenco, ki naj se iz njih napaja, da bi se v končni instanci približala skupnemu dobremu, kolikor to človeškemu rodu dopuščajo omejitve njegove refleksije.

Camus izhaja iz predpostavke, da se je vsaka moderna revolucija iztekla v okrepljeno državo: buržoazni revoluciji iz leta 1789 je sledil vzpon Napoleona, februarjska revolucija iz leta 1848 je omogočila Napoleona III., oktobrski revoluciji je sledil Stalin, vzponu fašizma Mussolini, weimarski republiki pa Hitler. In čeprav je Camus skeptičen do tega, da bi zadnjim trem procesom priznaval status revolucije, je vsekakor treba priznati, da ima njihov zagon v sebi nekaj izvirno prevratniškega in obenem iracionalnega. Camus vidi v kombinaciji marksistične ekonomske teorije, Heglovega večno izpopolnjujočega se duha in Nietzschejeve filozofije porajanja podlago za državo, v kateri vloge demiurga in poslednjega razsodnika ne igra več bog, pač pa človek sam, ki ga pri tem vodi iracionalna mistika ali vera v neskončni napredek. Pri tem je seveda treba ločevati med optimistično buržoazno vero v napredek, tehniko in rast produkcije, ki je značilnost ekonomskega liberalizma in pogoj za vzpostavitev moderne potrošniške družbe, in militaristično vero v napredek in tehniko v kombinaciji s prevlado delavstva v okviru močne državne ideologije, kar je značilnost totalitarizmov, pri čemer se s pojavom fašizma in stalinizma porodi to, v čemer Camus vidi državni terorizem:

Od klasičnega revolucionarnega gibanja se razlikujejo po tem, da so se po zgledu nihilizma odločili povzdigniti v božanskost iracionalnost in zgolj iracionalnost, ne pa uma. Prav s tem so se hkrati odrekli univerzalnosti. Vseeno se je Mussolini skliceval na Hegla, Hitler na Nietzscheja; oba sta zgodovinsko ponazorilo nekaterih izmed prerokovanj nemške ideologije. Po tem pripadata zgodovini upora in nihilizma. (Camus 1980: 314–315)

Camus fašistično ideologijo sicer vključuje v tok nihilizma, a vera fašizma v tehniko je očitna, poveličevanje dinamizma pa ga povezuje s futurizmom. Kot smo videli, je tudi Marinettija pri približevanju fašizmu ovirala predvsem njegova nihilistična in antiburžoazna nota, saj je futurizem kategorično zavračal vsakršen nihilizem. Kljub vsemu pa tudi v Camusevem videnju povezuje s pojmom dinamike kot gonila napredka izstopa in po svojem položaju v hierarhiji fašističnih vrednot presega nihilistično noto:

Tisti ljudje dejanja, ki nimajo vere, vselej verjamejo le v gibanje akcije. Nevzdržni Hitlerjev paradoks pa je bil prav v tem, da je hotel trden red utemeljiti na nenehnem gibanju in na negaciji. V *Revoluciji nihilizma* ima Rauschning prav, ko pravi, da je bila hitlerjevska revolucija čisti dinamizem. [...] Samo akcija ga je držala pokonci. »Biti« je bilo zanj »delovati«. (Camus 1980: 315–316)

Pri nacizmu in fašizmu izstopa vera v neomejeno moč tehnike, ki gre tudi pri futurizmu z roko v roki z dinamizmom in filozofijo porajanja, saj naj bi

prav tehnika omogočala silovito dinamiko nasilja, vojn in iztrebljenj sovražnika v koncentracijskih taboriščih. Nietzschejevi postulati o estetski utemeljitvi sveta in bivajočega (ki jo je v spisu o tehnični reproduktibilnosti zaznal tudi Benjamin) in iz njih izhajajoča misel, da je človek od boga prevzel vlogo demiurga, dajejo tehniki tako rekoč vlogo nove religije, s katero naj bi višja rasa operirala po načelu, da je »bolje biti zločinec kakor buržuj« (Camus 1980: 317). Ta religija onkraj sleherne morale si torej za svojo liturgijo izvoli tehniko, potrebno za maksimalno dinamiko produkcijskih strojev in orožja ter učinkovite logistike, ki naj poganja potrošniški stroj.<sup>97</sup> Tehnološka mistika opravičuje sleherni zločin, s tem pa fašistična triumfalistična in v prihodnost zazrta vera v napredek postaja scela nihilistična. Ideologija fašizma je torej ideologija nič, ki se je končala z avtodestrukcijo in s tem izpričala končnost progresističnih projektov na nihilistični podlagi.

Medtem ko je šlo pri fašizmu in sorodnih totalitarizmih za iracionalni državni terorizem, ki je iztrebljenje meščanstva in judovstva izpeljeval iz povečevanja določenega rasno pogojenega dela delavstva, Camus v meščanski viziji napredka kot gonila premočrtne dinamike zgodovine vidi racionalno različico povečevanja tehnike, ki je z vero v napredek paradoksalno poskrbela tudi za temelje marksizma. Meščanski projekt neskončne rasti, ki sloni na napredku tehnologij in spektakularnega ekonomskega razvoja, ki ga poganja tako zasebno kakor državno potrošništvo, sicer prav tako kot fašizem temelji na pojmu porajanja, a se ta razlikuje od izvirnega grškega pojma, obenem pa je nenavadno blizu marksistični doktrini. Tako je skupna podlaga meščanskega progresističnega optimizma in marksistične doktrine pravzaprav razsvetljenski projekt, ki ga zagotavlja prav vera v napredek in univerzalne vrednote, pri čemer je njuna skupna vrednota pravzaprav prevlada ekonomskega napredka, v katerem igra *homo economicus et consumans* osrednjo vlogo:

Marxov znanstveni mesijanizem je buržoaznega izvira. Napredek, prihodnost znanosti, kult tehnike in produkcije so buržoazni miti, ki so se v dogmo oblikovali v 19. stoletju. Navsezadnje je *Komunistični manifest* izšel istega leta kakor Renanova *Prihodnost znanosti*. Ta zadnja veroizpoved, osupljiva v očeh sodobnega bralca, pa vendarle najbolj jasno razkriva kvazimistične upe, ki sta jih v 19. stoletju zbudila razmah industrije in presenetljivi razvoj znanosti. To so upi same buržoazne družbe, prvega uporabnika tehničnega napredka. (Camus 1980: 329)

<sup>97</sup> Za potrošništvo z vidika javne porabe gl. Scarpellini 2008: 50–59, 98–103.

Čeprav je ideja napredka plod idealov razsvetljenstva in buržoaznih revolucij, Camus njene zametke ideje vidi že pri racionalistih 17. stoletja, med katerimi naj bi prednjačil Bossuet, po katerem lahko božjo voljo nadomesti zgolj ideja napredka, nekoliko kasneje pa tudi Condorcet, ki je idejo napredka spojil z idejo državnega napredka. Ekonomska osnovanost Marxove doktrine je bila v Camusevem času že dobro znana, manj pričakovano pa je bilo, da jo vera v družbeni napredek povezuje s tako rekoč najbolj reakcionarnimi izpeljavami meščanske ideologije. Camus Marxa poveže celo s Comtovim pozitivizmom; ta je na materialistični osnovi gradil vero v tehniko in naravno determinacijo človeka, ki je vodila v univerzalno religijo brez transcendence. Tovrsten racionalistični optimizem, ki temelji na ekonomski osnovi, je torej iz idealov in pridobitev meščanske revolucije zaplodil dva nasprotujoča si optimistična tokova: po eni strani je iz njega izhajala Comtova in Zolajeva progresistična in pozitivistična smer, ki je s svojo vero v neomejeno rast dobila naslednika v futurizmu (in naposled v fašizmu), po drugi strani pa se je iz nje razvila ideologija družbenega napredka, ki je prav tako neomejen in pozitiven, posebej pa ga komunizem, ki sta se mu zapisala tudi Nizan in Sartre. (Camus 1980: 329–330)

Comte je kot teoretik zolajevskega determinizma družbo obravnaval kot utopijo, v kateri so vlogo duhovnikov prevzeli znanstveniki, medtem ko dva tisoč bančnikov in tehnokratov vlada sto dvajsetim milijonom prebivalcev Evrope (Camus 1980: 332) To je vizija, ki se je Nizanu najbolj upirala, ko je gledal njeno utelešenje v minimundusu Adna. Vendar skuša Camus pokazati, da so fanatične ideje, ki jih podžiga politbiro in jim je podlegel tudi Nizan, zaslepljene, saj je tudi njihov temelj vendarle ekonomske narave in s tem skupen meščanskemu projektu. Ko pokaže, da je izvornost Marxove misli prav v tem, da je zgodovina v svoji dialektičnosti predvsem ekonomske narave, izpelje sklep, da podlago za kolektivno naravo človeštva predstavlja prav ekonomska narava njegovih korenin: »Kdor postavi v človekov izvir ekonomsko determinacijo, človeka omejuje na družbene odnose. Samotnega človeka ni – to je nespodbitno odkrilo 19. stoletje.« (Camus 1980: 335)

To je ključna ugotovitev, ki Camusevo misel absurda iz prvega obdobja ločuje od upornega človeka iz drugega: človek je ekonomsko bitje, ki ga določajo ekonomska razmerja, ker pa so ta hkrati družbena razmerja, je človek družbeno bitje, ki ga določa kolektiv. Marx se prav tako kakor Zola navdušuje nad parnim strojem in tehnološkimi pridobitvami industrijske revolucije, pri kateri

ga pravzaprav ne motijo stroji in sredstva, s katerimi doba upravlja, saj to vendarle počne v dobro človeštva, pač pa lastništvo in izkoriščanje teh sredstev, torej buržuj, ki jih ima v lasti, a si jih je tudi izmislil. Podobno kot v primeru lastništva patenta za inovacijo, ko njegov lastnik od države pridobi monopol nad njegovo uporabo, si je buržoazija prilastila sredstva industrijske revolucije, ki jih zdaj neomejeno izkorišča. Delavstvo je pri tem postranska škoda. Kot ugotavlja tudi Braudel, že Camus zapiše, da pride pri industrijski revoluciji do producentove ločitve od produkta, pri čemer se vmes postavi posrednik v obliki velike trgovine. Ključno pri tem je, da je ta posrednik prisoten tudi v komunističnih družbah, le da tam veliko trgovino zamenja država oziroma plansko gospodarstvo, ki potrošnjo preprosto planira, namesto da bi jo izkoreninilo.

Da imata buržoazna in marksistična revolucija isti temelj, vendar z drugimi lastniki kapitala, pri čemer v komunizmu produkcijska sredstva zgolj preidejo iz zasebne v državno last, a še naprej opravljajo isto nalogo v dobro človeškega napredka in rasti, govori v prid Marcusejevi tezi, da lahko zgolj resnična raztemeljitev vrednot spremeni sistem, medtem ko zamenjava lastnika ob ohranjanju starih vrednot, torej potrošništva, prinese le navidezno spremembo družbene paradigme in ne zamenja ekonomskih predpostavk (Marcuse 1969). Camus sicer v nadaljevanju podrobno analizira, kako se je skušal Marx izkupati iz tega protislovja, in pokaže, kako mu je spodletelo. Marxova misel izhaja iz heglovske dialektične ideje, da je buržoazni napredek zgolj stopnja v razvoju proletariata na poti do končne zmage. Buržoazna produkcijska sredstva mora proletariat, ko preidejo v njegovo (državno) last, negovati in izkoriščati, da bi postopoma izkoreninil antagonizem med posameznikom in družbo. Zato je po Marxu bolje trpeti in celo podpirati buržoazno državo, kakor vrniti se k manj industrializirani produkciji: »Proletarci 'morejo in morajo sprejeti buržoazno revolucijo kot pogoj za delavsko revolucijo'.« (Camus 1980: 339)

Proletariat bo tako po Marxu v celoti prevzel vse sloje, s tem ko bo meščanstvo bodisi uničil bodisi v celoti asimiliral. Tako bo razrešen antagonizem med družbenimi razredi, saj teh ne bo več (oziroma bo en sam, vseobsegajoč, v katerem bodo vsi enaki), odpravljen pa bo tudi antagonizem med posameznikom in družbo, ki bo pač za vse enaka. Tako naj bi komunizem kot nekakšen izpolnjeni naturalizem pravzaprav rešil vsa družbena protislovja; a Marx je prezrl totalno vlogo države, ki je prevzela tudi vlogo vladajočega razreda (Camus 2020: 342–343).

S tem ko Camus poudarja neizogibnost človekovega ekonomskega temelja, do neke mere pristaja tudi na pojem rasti kot temelja napredka. Zaveda se, da buržoazna revolucija ni poskrbela za to, da bi meščani prevzeli produkcijska sredstva, pač pa je bila zgolj neizogibna potrditev lastništva, ki je *de facto* že obstajalo, saj je meščanstvo že imelo v lasti banke in kapital, tako da je samo *de iure* prevzelo še politično oblast: »Revolucionarna buržoazija se je leta 1789 polastila oblasti, ker jo je že imela. Kakor pravi Jules Monnerot, je v tistem času 'pravo' zaostajalo za 'dejstvom'. Dejstvo pa je bilo, da je bila takrat buržoazija že na poveljniških položajih in je imela v rokah novo moč, denar.« (Camus 1980: 352)

Tako postane očitno, da je nenehna rast produkcije in potrošnje tisto, kar neizbežno določa moderno družbo. Ta rast je podstat tako liberalne kot socialistične družbe in jo je nemogoče obiti, dokler svet funkcionira po načelih družbenih razmerij, ki so nujno ekonomske narave. V tem začaranem krogu se vrtilo človeštvo, ki še ni iznašlo sistema, s katerim bi spodneslo vrednote starega sveta in utemeljilo novega:

Iz meščanskih iluzij o znanosti in tehničnem napredku, iluzij, ki jih gojijo tudi avtoritarni socialisti, se je porodila civilizacija krotilcev strojev; tekmovanje in boj za gospodstvo jo sicer lahko razdelita na sovražna bloka, vendar jo na ekonomskem področju obvladujejo isti zakoni: akumulacija kapitala, racionalizirana in nenehno naraščajoča proizvodnja. [...] Nepretrgani razvoj proizvodnje ni v korist revolucije spodkopaval kapitalistične ureditve. Spodkopaval je revolucionarno družbo hkrati z buržoazno družbo, in sicer v korist malika, ki ima gobec mogočnosti. (Camus 1980: 353, 355)

Camus je pragmatično spoznal, da bo treba znati s pojmom rasti in napredka živeti. Ker izhajata liberalizem, ki ima za temelj individualizem, in socializem, ki ga nosi kolektivizem, iz iste, namreč ekonomske osnove, je razsvetljensko-univerzalistična ideja napredka znanosti in s tem tudi heglavske progresivne družbe neizogibna in jo je treba vzeti v zakup. Družba denarja in potrošništva je tako rekoč vse, kar človek v družbenem smislu ima. Pri tem je za demokratičnost napredka ključnega pomena racionalnost teh progresističnih postulatov, ki ima kartezijansko osnovo, da se povezuje te ideje z iracionalnostjo in mistiko ne sprevrže v fašizem ali v kakšno drugo obliko totalitarizma. S tega vidika je Camus v moderni družbi videl kombinacijo ekonomsko liberalnega sistema z elementi politično liberalnega sistema, ki ga predstavlja socialna država. Takšno ureditev je deloma našel v skandinavskem modelu, ki

se je začel razvijati v povojnih letih,<sup>98</sup> medtem ko je svojo refleksijo imenoval *la pensée de midi*, se pravi, misel, v kateri prevladuje zmernost, prava mera, *la juste mesure*.

S tem ko je Camus sprejel kompromis med buržoaznim in socialističnim progresivizmom, je obenem poskrbel za sintezo dveh dotlej bolj ali manj nasprotujočih si drž, namreč optimizma in pesimizma, kakor se pojavljata v literaturi. Medtem ko je zolajevska neomajna vera v napredek in rast predstavljala izvirni optimizem, ki se je kasneje prevesil v futurizem, ta pa v fašizem, sta huysmansovski obup in dandyjevstvo pomenila vrhunec pesimizma, ki je kasneje mutiral v estetsko podstat sveta, tj. v človeka kot demiurga, ki se dvigne nad dobro in zlo, ter naposled v nihilizem, kakršnemu je v svoji popolni revolti v imenu komunizma podlegel Nizan (in se pri tem ujel v past, ki jo uteleša *homo economicus*). Camuseva sredinska misel doseže spravo med tema poloma in preseže antagonizem, ki zaznamuje prvo polovico 20. stoletja. Takšno, razmeroma utopično družbo je Camus predstavil v *Kugi*. Ko je roman leta 1947 izšel, je naletel na izjemno pozitivne odzive, po zaslugi katerih je Camus naposled prejel Nobelovo nagrado. Niso pa bili vsi kritiki in interpreti enotni glede tega, kaj pravzaprav kuga v romanu pomeni in kaj v resnici predstavlja ta obširna alegorija.

## Absurd poseže v linearni tok družbe denarja: *Kuga* Alberta Camusa

Ime česa je torej Camuseva kuga? V pismu Rolandu Barthesu, ki je roman bral kot »antihistorično moralo in politiko osamljenosti« (nav. po Camus 2006: 286), Camus jasno navede štiri točke, od katerih ne odstopa. Prva točka izhaja iz samega dejstva, da roman kljub doveznosti za različne interpretacije brez vsakršnega dvoma opisuje protinacistični odpor: »Kuga, ki naj bi jo brali na več ravneh, ima kot očitno temo evropski boj proti nacizmu.« (Camus 2006: 286) O tem, da je torej kuga v Camusevem romanu alegorija nacizma, torej ne moremo razpravljati, četudi bi jo Barthes v poststrukturalističnem duhu t. i. smrti avtorja

<sup>98</sup> Za konstituiranje socialne države in za njeno vlogo pri vzpostavljanju uravnotežene družbene in ekonomske politike v Evropi petdesetih let 20. stoletja gl. Scarpellini 2009: 187–196.

rad interpretiral drugače. Kot sicer zagotavlja sam avtor, kugo vsekakor lahko beremo tudi na drugih ravneh, vendar je njegova intenca jasna skozi ves roman, v katerem nedvomno prevladuje odpor. Camus v tem smislu v zvezi z genezo romana v svojih *Carnets* večkrat zapiše tudi, da je roman pamflet, da je treba *la révolte* izpovedati v obliki pamfleta (Blondeau 2006: 1153), s čimer še dodatno poudari motiv protinacističnega odpora, ki zajema različna odporniška gibanja po vsej Evropi, ter uporni značaj svojih protagonistov.

Ni namreč nepomembno, da je trenutek, ko se Camusev človek prelevi iz človeka absurda v človeka upora, prav trenutek, ko njegovi antijunaki, kot je Meursault, postanejo spet razmeroma klasični junaki. Seveda ne morejo biti več povsem klasični junaki, kakršen je bil Lucien de Rubempré, ki je bil morda zadnji čistokrvni romaneskni junak, saj so njihovi ideali potolčeni in iluzije zares dokončno izgubljene. Vseeno pa to niso več antijunaki, kakršne je opisoval Huysmans, ko se je zgledoval po Flaubertovem Moreauju, in ki so vodili v popoln nihilizem Roquentina, predvsem pa Camusevega Meursaulta, iz katerega se v *Kugi* samoironično ponorčuje še sam avtor:

Grand je celo prisostvoval zelo čudnemu prizoru, ki se je dogodil pri [...] trafikantki. Sredi zelo razvnetega pogovora je ta omenila neko nedavno aretacijo, ki je v Alžiru dvignila veliko prahu. Šlo je za mladega trgovskega uslužbenca, ki je nekeje na morski obali ubil nekega Arabca. »Če bi vso to sodrgo pozapri, bi pošteni ljudje vsaj lahko mirno dihali,« je rekla prodajalka. (Camus 1965a: 161–162)

Ko se Rieux, Cottard, Tarrou in Rambert znajdejo sredi epidemije kuge v alžirskem Oranu, ki je povsem običajno mesto 20. stoletja, v katerem prevladujeta trgovina in potrošnja,<sup>99</sup> njihov namen ni, da bi kakor Nizanova avtobiografska figura v knjigi *Aden, Arabija* iztrebili meščane, izkoreninili globalno trgovino in razstrelili borze, temveč da bi družbo obdržali v nekakšnem ravnovesju, ki naj bi upoštevalo tako posameznika kakor kolektiv:

Naši someščani delajo od jutra do večera, a samo zato, da bi obogateli. Ukvarjajo se predvsem s trgovino, in kot sami pravijo, jim je na skrbi predvsem dobra kupčija. Seveda imajo radi tudi preproste užitke, ljubijo ženske, hodijo v kino in se kopljejo v morju.

---

<sup>99</sup> Camus je že v uvodnih zapiskih za roman trdil, da gre za povsem običajno mesto, ki naj bi bilo čimbolj osvobojeno dejanske geografskosti in zgodovinskosti: »To je trgovsko mesto, v katerem se ljudje ukvarjajo s svojimi posli.« (Nav. po Blondeau 2006: 1166)

Ampak kot pametni ljudje si privoščijo razvedrilo samo ob sobotah zvečer in ob nedeljah, čez teden pa se trudijo, da bi zaslužili kar največ denarja. (Camus 1965a: 121–122)

To so torej popolnoma običajni ljudje, ki se posvečajo poslom, predvsem trgovini – nemalo je gostincev, ki med epidemijo zelo trpijo –, pa tudi drobnim meščanskim ugodjem. V tem je Oran nasprotje Adna (ki tudi v geografskem smislu leži na drugi strani severne Afrike). Aden je namreč histerična in frenetična kolonija, v kateri skušajo borzni posredniki in trgovski mešetarji zaslužiti ogromne količine denarja s špekulacijami na globalnem trgu, medtem ko se prebivalci Orana zadovoljijo z normalno količino trgovskega denarja in provizij pri klasičnih poslih, kar jih postavlja v vlogo malega meščanstva. Zato jih Camus po svoje tudi razume, saj so njihove želje povsem človeške in pravzaprav naravne: med tednom si želijo zaslužiti, da bi lahko ob koncu tedna trošili zasluženi denar v kinu, restavracijah in operi. Camus tako izriše običajno, ne pretirano ambiciozno potrošniško družbo, ki je še ni posrkala globalna mrzlica, in jo podvrže sanitarnemu eksperimentu, okupaciji v obliki epidemije, ki to razmeroma marljivo prebivalstvo ustavi sredi dela in onemogoči razvoj – ali vztrajnost – potrošniške družbe.

Camus je *Kugo* zasnoval kot kroniko, ki jo, kot izvemo šele na koncu, piše zdravnik Rieux, glavni junak, ki svoja opazovanja ves čas podaja v tretji osebi. Camus v zapiskih govori celo o tem, da je Rieux »correspondant de peste« (Blondeau 2006: 1162), nekakšen dopisnik iz polja epidemije, s čimer seveda spominja na vojno dopisništvo iz okupiranega območja. Gre torej za kroniko, ki ima značilnosti »objektivnega romana«, v katerem je Rieux »zvesti pričevalec«, čigar trpljenje je v sozvočju s trpljenjem soljudi (Blondeau 2006: 1168). Kot zvesti pričevalec o grozotah, ki svoja čustva izpostavlja le toliko, kolikor je nujno, da bralstvu približa trpljenje drugih, je zdravnik Rieux junak, ki se je zлил s svojo okolico, se tako rekoč poenotil s svojo materijo, pacienti, prizoriščem zločina. Tega je ponotrnil do te mere, da je postal eno s svojimi someščani, ki so doživljali iste grozote kot on sam. Rieux res živi za drugega in s tem popolnoma preseže absurdnost nekdanjega Camusevega antijunaka Meursaulta: Rieux svojo eksistenco v celoti posveti sočloveku, namesto da bi jo nihilistično prepustil absurdu. S tem zdravnik izpolni drugo od točk, s katerimi Camus Barthesu pojasnjuje, za kaj v romanu gre: samotarsko revolto, ki se sprevrže ali, natančneje, ki mutira v revolto skupnosti oziroma v kolektivni upor: »V primerjavi s *Tujcem Kuga* nedvomno označuje prehod od stališča samotarske revolte k priznanju skupnosti, s katero si je treba deliti boje.« (Camus 2006: 286)

Camus tako v celoti prevzame pojmovanje skupnosti, po kateri ni več pomembno, ali so ljudje meščanski progresisti ali komunistični revolucionarji, saj šteje zgolj njihova globoka človečnost, njihova eksistenčnost v pristnem pomenu. Camus s tem sicer še ne sprejema filozofskega eksistencializma, ki ga označuje mišljenje biti, a vendar je njegova refleksija globoko eksistencialna, empatična, človekoljubna: »Ko milijoni stradajo, postane to problem nas vseh.« (Nav. po Blondeau 2006: 1160) S tem ko Camus sprejme možnost, da individualizem prevladuje, a ne kot edina možnost, saj ga omejuje in določa skupnost, sprejme tudi kategorični imperativ, ki posameznika postavlja ob sočloveka (in ne poleg človeka, kakor aditivno postulira ekonomski liberalizem) in ga osmišlja kot del skupnosti s skupnimi cilji, ki so lahko tudi potrošniški, saj je po avtorju *Upornega človeka* človekov osnovni temelj vendarle ekonomske narave. Tragedijo kuge in nacizma torej ljudje doživljamo skupaj in tako je tudi prav, saj je človek kot posameznik nemočen v primežu eksistenčnih strahot, ki ga doletijo skozi zgodovino.

S tem smo se približali tretji točki, ki jo je Camus izpostavil v pismu Barthesu, namreč motivu ločitve, ki ga srečujemo skozi ves roman (Camus 2006: 286). Tako kot je Rieux ločen od žene, ki je zapustila mesto in odšla na zdravljenje (a na koncu vseeno umre), je od svoje ljubljene ločen tudi novinar Rambert, lik, ki je nastal ob genezi druge verzije romana, pri čemer je nadomestil Stephana (tega je Camus v drugi verziji ukinil). Rambert sicer skuša večkrat pobegniti iz mesta, ki je zastraženo in izolirano z obzidjem (njegovo ime tudi sicer spominja na obzidje, *rempart*), vendar mu vsakič spodleti, ko pa bi mu naposled vendarle lahko uspelo, se odloči, da ostane. S tem motiv ločitve med posamezniki še poudari pomen ljubezni do skupnosti, saj ta prevlada nad individualno, intimno ljubeznijo. Rambert tako ugotovi, da je individualna sreča egoistična in nepristna, če si je ne delimo z drugimi oziroma če je drugi ne morejo biti deležni.

V tem smislu je mnoge interprete presenetila odsotnost žensk. Te imajo v romanu zgolj epizodne vloge. Srečamo sicer Rieuxovo mater ali na primer staro gospo, ki sprejme patra Panelouxa, ko ta zboli, medtem ko se Rieuxeva žena in Rambertova ljubezen pojavita ravno kot odsotni, *per negationem*. Če si ogledamo fotografije Orana iz tistega obdobja, bomo videli, da gre za izjemno živahno mesto, kjer na ulicah kar mrgoli žensk in moških, vse skupaj pa daje občutek moderne sekularne metropole v francoskem stilu, ki izžareva

občutek pripadnosti skupnosti in sodoben način življenja. Morda ta pripovedna poteza izhaja iz okoliščin, ki so Camusa spremljale ob pisanju romana: v nekem pismu je namreč omenil, da je preživel »štiri mesece asketskega in samotarskega življenja, pri čemer volja in duh rasteta, a srce?« Ko se pripravlja, da se bo po ameriški turneji lotil zadnje redakcije romana, vzkligne: »*Kuga*: to je svet brez žensk in kot takšen zadušljiv.« (Nav. po Blondeau 2006: 1161) Odsotnost žensk nam lahko torej velja za Camusevo asketsko odpoved v prid pripovedni shemi in osrednji tematiki, ki zadeva dajanje sebe za drugega, ki bolj kakor individualno ljubezen do ženske zahteva ljubezen do drugega kot dela skupnosti. Tovrstna kolektivna ljubezen je sicer nevzdržna, saj je človeku poleg ljubezni do skupnosti lastna tudi ljubezen do določenega individualnega sobitja, s katerim ga povezuje intimno razmerje.

## Potrošniška družba skozi oči *borgat* povojnega Rima: *Ragazzi di vita* Pier Paola Pasolinija

V času, ko je Camus v Alžiriji pisal *Kugo* in je po svetu divjala druga svetovna vojna, se je Pier Paolo Pasolini z materjo umaknil na furlansko podeželje, kjer je preživel vojni čas. Potem ko ga je Casarsa vzljubila kot malega profeta, se je zaradi homoerotičnega škandala jezno obrnila proti njemu (De Laude 2020: 15), zato se je moral leta 1949 z materjo umakniti v Rim. Tam je sedemindvajsetletni pesnik doživel pravi šok, ki ga je v njem neizogibno povzročil kontrast med furlansko podeželsko idilo in velemestnim vrvežem, ki je vznikal iz povojne Italije, kjer je bilo še močno čutiti posledice nemške okupacije in predvsem ameriške prisotnosti. Tako se je Pasolini lotil pisanja romana, ki naj bi se dogajal delno v Furlaniji, delno pa v Rimu, romana, v katerega je nameraval vključiti nekaj močnih in značilnih sklopov iz svojega mladostnega furlanskega prozaističnega delovanja. Svoj prvi roman je Pasolini načrtoval v ambicioznem duhu, ki bi skozi dostojevskovsko pripovednost izražal duha tako Prousta kot Verge. Četudi ta namera na prvi pogled zveni protislovno, zajema že vse attribute, ki so skozi ves opus označevali Pasolinija kot prozaista, in sicer nagnjenje k psihologiziranju, združeno s podeželskim verizmom (Pasolini se je moral celo otepati oznake *neorealist*), v poznejših letih pa še z izrazitim čutom za družbeno solidarnost.

Tako so se ob genezi Pasolinijevega proznega prvenca, romana *Ragazzi di vita* (Otroci življenja), izkristalizirale ključne poteze Pasolinijevega opusa. Eden značilnejših pripovednih drobcev, iz katerih je postopoma nastala celota, je nemara najslovitější odlomek, v katerem glavni junak Ricetto iz Tibere rešuje lastovko, kakor je Pasolini dejansko videl nekoga ravnati ob jezercu Pacher v Furlaniji.<sup>100</sup> Ta pripovedni drobec zaznamuje odtis, ki ga v junakovi psihi pusti odraščanje: na začetku se vrže za lastovko in jo skuša rešiti, četudi ga prijatelji smešijo in ptici privoščijo smrt, na koncu pa se podoben prizor ponovi, le da z dečkom, ki se utaplja, pri čemer se zdaj že fantovski Ricetto zanj ne spremeni.

Iz prizorov, ki jih je Pasolini prinesel iz Furlanije, v Rimu pa neutrudno predeloval, preden jih je dokončno vključil v nastajajoči tekst, je najprej nastalo prozno delo pod naslovom *Il Ferrobedò*. Ferrobedò predstavlja osišče in hkrati totaliteto Pasolinijevega zgodnjega proznega sveta, ki ga je bistveno oblikoval Rim. Gre za deponijo gradbenega podjetja Ferro-Beton, kamor se je stekala vsa odpadna in neuporabna železnina in podoben material. Deponija je sčasoma postala nekakšna samopostrežna tržnica za ljudi iz *borgat*, revnih rimskih četrti, ki so navdihovale Pasolinija. Ta je svoja furlanska doživetja sprostil in prenesel v rimsko okolje, ki ga je s svojo novo, romaneskno realnostjo povsem prevzelo. *Ferrobedò* je bil najprej naslov celotnega romana, saj je deponija Pasoliniju kazala svet v malem. Ferrobedò je tako postal metafora za življenje v *borgatab*, življenje dečkov z ulice, *ragazzi di vita*, ki so kasneje dali romanu končni naslov. Ferrobedò že na začetku pokaže svoj bazarski značaj, ki nekoliko spominja na veleblagovnico v okolju *borgat*, saj je predstavljen kot mogočna tržnica, v kateri se gnete na tisoče ljudi, ki mimogrede koga sem in tja tudi do smrti pomendrajajo. Ferrobedò potemtakem predstavlja potrošniško družbo, ki je od prvotnih zolajevskih zamahov ohranila le še trgovske mehanizme in izobilje blaga, ne pa tudi blišča, ki ga je odpihnili svetovna vojna. Ferrobedò čuvajo Nemci, katerih okupacija je v Rimu še opazna (roman je postavljen v leto 1946, izide pa leta 1955), pa tudi Poljaki in lokalna rimska policija. A njegova privlačnost je tako nezadržna, da tudi vse varovanje Ricettu, Cacciotti, Berretti in Morbidoneju ne prepreči, da se ne bi prikradli vanj in pokradli vsega, kar je bilo mogoče privleči iz njega bodisi s samokolnicami in vozički bodisi žvižgaje pod pazduho.

---

<sup>100</sup> O dogodku je pod naslovom »La rondinella del Pacher« (Pacherjeva lastovka) poročal tudi furlanski *Il Quotidiano* (De Laude 2018: 20).

Urednica Pasolinijevih zbranih del Silvia De Laude v knjigi o Pasolinijevem proznem prvencu minuciozno sestavi zgodbo njegove geneze, pri čemer je pomembno, da je bil t. i. *Ur-Ragazzi di vita* triptih, ki so ga sestavljali sklopi *Il Ferrobedò*, *Li belli piscbelli* (Luštni tički) in *Terracina*, povezoval pa jih je prav Ferrobedò z vso svojo alegoričnostjo. Pasolini je vanj kakor v nekakšen muzej na ogled vozil prijatelje in učence, ki jih je poučeval na šoli v četrti Monteverde (De Laude 2018: 27). Tako je že ob genezi svojih del izvajal nekakšno foucaultovsko arheologijo vednosti, pri kateri je preko najmanjših delcev lastnega nezavednega, ki se je formiralo v Furlaniji, seciral zgodovino rimskih *borgat*. V določenem trenutku je Ferrobedò dobil celo »akvatično« verzijo, v kateri je pripovedni lok potekal preko kopanja v Tiberi, ki mu je sledila morska izkušnja očeta mornarja, nato kopanje in erotična doživetja v Ostii, nazadnje pa potop in smrt glavnega junaka v viharju v Terracini. Tudi »akvatična« verzija je sicer na koncu ohranila svoj zemeljski značaj v duhu »velikanskega dvorišča, ograjenega travnika na koncu dolinice, velikega kot paradni trg ali tržnica« (De Laude: 2018).

Metafora tržnice se torej pojavlja že na samem začetku in Ferrobedò dejansko ponuja vse, kar so pariške gospe v drugem cesarstvu mogle najti v veleblagovnici, le da v njem potrošnja poteka na način kraje. Njegovi zakladi so pripadnikom *borgat* prav tako mamljivi in očarljivi, kakor so bile kopice blaga pariškim damam stoletje poprej, le da so na njem že vidne ideološke posledice potrošniške ideologije, ki je skozi zgodovinske mutacije med drugim legitimirala svetovne vojne in razvoj družbe, ki je bila v resnici povsem nova, družbe, v kateri je imelo potrošništvo vrhunec šele pred seboj, namreč v povojnem ekonomskem razcvetu, kakršnega Italija (oziroma Zahodna Evropa) dotlej ni poznala.

Trgovina je ideal in način bivanja tudi v Pasolinijevih *borgatab*, saj so njeni mehanizmi v celoti transponirani in vidni, le da je pojavnost nekoliko drugačna, revnejša in predvsem kriminalna. Komodifikacija želje ni pri Morbidoneju, ki ga obseda moda, nič manj vidna kakor pri damah iz Mouretovega kraljestva: tudi med njim in proizvajalcem modnih dobrin obstaja posrednik, in sicer bodisi v obliki trgovine, v izložbi katere visi modri pulover z rumenimi črtami, bodisi v obliki agenta, poosebljenega v dečkih, ki na vozičku prevažajo in prodajajo ukradene žimnice (tudi tat je namreč tu nekakšen trgovski agent), da bi si za izkupiček kupili hlače in modne dodatke na trgu Campo de' Fiori.

Pasolini v podobi mehanizmov klasične, preproste, nereflektirane trgovine, ki jo poganja rast in obljublja napredek, slika in sprejema potrošniško družbo, ki se ponovno dviga iz pepela druge svetovne vojne, četudi gre v tokratni različici za mali poulični kriminal, ki nikoli ne preraste v resničen upor. Buržoazna družba je na videz brez alternative in Pasolinijevi junaki jo v celoti sprejemajo, ne zavedajoč se, da so sami pravzaprav njeni subjekti, saj so prav trgovina in kapitalistični odnosi vir njihove revščine. In ker si je ne morejo privoščiti na pošten način, si jo pač prilasčajo, s tem pa živijo le malce bednejšo različico buržoaznega življenja. Vendar je nedostopnost buržoazne sreče pri njih drugačna kakor pri Folantinu, antijunaku Huysmanosove novele *À Vau l'eau*: ta je zaradi svoje finančne onemoglosti pesimist in na deklarativni ravni zavrača vse, kar je novega in ameriškega, čeprav si vsega tako močno želi, da ga daje *spleen*. Nasprotno pa Pasolinijevih junakov še zdaleč ne muči svetobolje ali zdolgočasnost, ki bi jih pahnila v eksistencialno tesnobo, *angst*, kakršno zaznavamo v kasnejših Pasolinijevih delih. Ricetto in njegova družina so veseli, da je blago na voljo, in ga z užitkom konsumirajo, najsi gre za staro železo ali modne artikle, obenem pa jim revščina ne dopušča, da bi sploh sanjali o kakšnem boljšem, pristnem buržoaznem življenju:

Prestolnica je prepredena z *borgatami* in majhnimi, razseljenimi četrtmi, kjer se trguje z vsem mogočim. Od Donne Olimpie do Portonaccia, od Ponte Mammola do Tiburtina se fantje z ulice gibljejo kakor v deželi *Lazarčka iz Tormesa*, od enega srečanja do drugega, od ene iluzije do druge, vendar na srečo še brez tistega nevrotičnega občutka frustracije zaradi revščine, ki jih bo tako strašno zaznamovala od šestdesetih let naprej. Revščino še vedno doživljajo kot neizogiben del samega življenja, prisotna je od nekdaj in jih ne ponižuje. Denar je preveč oddaljen, da bi bile sanje o njem kaj drugega kakor nesmiselno razkošje. (Cerami 2009: 10)

Vprašamo se lahko torej, ali imamo pri pikaresknem dogajanju v romanu *Ragazzi di vita* opravka z upornim človekom, kakršnega nam predstavi Camus. Če odmislimo njihovo nagnjenost h kraji, ki jo ne nazadnje žene potreba po preživetju, se Pasolinijevi junaki ne upirajo, revščina jim je dejansko immanentna. Dečkih iz *borgat* na svoj način posnemajo buržoazno družbo, ki jo Pasolini podobno kakor Camus začini z dobro mero solidarnosti in predvsem občutka za drugega. Ta občutek, ki človekovo ekonomsko naravo povezuje z njegovim čutom za skupnost, pa se v romanu z odraščanjem junakov počasi izgublja. V tem pogledu je zgovorna primerjava med utapljanjem lastovke z začetka romana in Genesisevim končnim utapljanjem v Anieni, ki prijatelja

Ricetta ne gane več. Družba iz *borgat* tako ob gentrifikaciji in poburžoazenju postopoma izgubi svojo rimsko nedolžnost in pristnost. Pasolini to beleži ob razvoju mestnih obrobij, ki se hitro spreminjajo v spalna naselja za pridne delavce moderne industrije. Na rimskem obzorju modernih gradenj avtor slutí, kakšna bo družba, v kateri bosta potrošništvo in meščanski način življenja postala religija, kakršne si Camus kot predstavnik generacije pred Pasolinijevo še ni mogel predstavljati. Zato je Camus novo družbo v *Kugi* samo zaznaval, ni pa je v resnici videl, medtem ko jo Pasolini v svojem prvencu že začenja doživljati, v kasnejših tekstih, predvsem v zadnjem, *Scritti corsari* (Gusarski spisi, 1975), pa jo bo povsem razkrinkal.

V času pisanja romana *Ragazzi di vita* pa je meščanska družba še vedno družba, ki obeta, ki je *in spe*, saj se bo prvič zgodilo, da razmaha potrošništva ne bo prekinila svetovna vojna. Gre za urbano družbo modernega centra, dinamike metropole, ki je Pasolinija v kontrastu s furlansko provinco – in skozi njuno medsebojno oplajanje – pritegnila in šokirala s svojo modernostjo. Četudi je bila večja in kompleksnejša, ni bila predmestna urbana družba *borgat* tedaj nič bogatejša od furlanske kmečke družbe, vendar je kljub temu utelešala vso industrijsko modernost predvojnega časa, kakršno pooseblja tudi njena kvintesenca Ferredò, ki v dečkih iz *borgat* pooseblja tako produkcijo (industrijo) kakor potrošnjo (odjemalstvo).

Vendar abstraktnost in avtonomnost kapitala, ki ju je zaznaval že Nizan, z ločitvijo denarja od dela pa izluščil Spengler, zaradi rudimentarnosti, v kateri se znajde potrošništvo v *borgatab*, nista razvidni pod družbeno povrhnjico. Tovrsten razvoj kapitalskega trga je Italija kot razmeroma mlada nacionalna država, ki jo je po prvem zagonu industrije skoraj takoj upočasníl prvi svetovni konflikt, sledila pa sta mu fašizem in druga svetovna vojna,<sup>101</sup> spoznala šele v povojnem času. Šele takrat se lahko tudi v Rimu, Milanu in Torinu kot svetovnih metropolah razmahne *il regno del capitale*, ki ga bo pozneje opisoval industrijski roman z Volponijem in Ottierjem.

<sup>101</sup> Industrijska dinamika v obdobju svetovnih vojn in fašizma je sicer poznala določeno rast v nekaterih segmentih proizvodnje, predvsem vojaške, ki jo je poganjala javna poraba, vendar so industrija ter z njo razmah blagovnih znamk in potrošnje zabave zares zaživelí šele v petdesetih letih, ki jih je zaznamoval gospodarski boom (Scarpeolini 2008).

Pomembna poteza, ki zaznamuje že začetek Pasolinijeve prozne poti, je poudarjanje objektivnosti: kakor Camusev tudi Pasolinijev pripovedovalec ne posega v dogajanje,<sup>102</sup> Pasolini pa še posebej poudarja, da se v dejanskost dečkov z ulice ne bo vmešaval.<sup>103</sup> Njegovi posegi so morda še najbolj opazni v t. i. polpremem govoru, eni od ključnih slogovnih potez njegovega romana. Polpremi govor je Pasoliniju omogočil, da se je posredno izražal v dialektu rimske mladine tistega časa in se tako dodatno približal dejanskosti tedanje družbe *borgat*. Tudi sicer pri Pasoliniju ne smemo podcenjevati vloge dialektov. Tako kakor že pesniška zbirka *Poesie a Casarsa* (Pesmi v Casarsi) iz leta 1942 tudi roman *Ragazzi di vita* vedno znova posega po dialektu, ki avtorju, kot se zdi, omogoča nekakšno obrambo pred centralizmom in kasneje globalizmom. Pasolinijeva raba dialektov sicer ne doseže vergovskega regionalizma, a kljub temu ponuja branik pred prihajajočo amerikanizacijo in vsesplošno kulturno uravnalovko, ki jo bo Pasolini kasneje kritiziral v knjigi *Scritti corsari*. Pasolinijev povojni »kaos, poln upanja« (nav. po Cerami 2009: 7), se je v šestdesetih letih z diktatom industrije in plehkega potrošništva sprevrgel v moro, ki je pomenila popoln polom kulture *borgat* in italijanskega delavskega sloja.

Danes lahko na fasadi Pasoliniju posvečenega inštituta v Casarsi preberemo strip, v katerem Pasolini kot risani lik ugotavlja, da je film »nekakšna osebna ideologija, vitalizem, ljubezen do življenja znotraj stvari. Kino kot govorica resničnosti ... S snemanjem filmov sem končno zaživel v skladu s svojo filozofijo ... Kajti moj edini malik je resničnost.« *La realtà* pa se pri Pasoliniju podaja na drugačen način kakor pri Zolaju ali Vergi. Pasolinijeva *realtà* je pravzaprav blizu Camusevi, le da je izražena v dialektu. To je resničnost porajanja, *le devenir*, ničejanski *das Werden*, križan z negibnostjo biti. Kakor Camusevo občestvo je tudi Pasolinijeva refleksija sestavljena iz dinamičnosti in vitalizma eksistence na eni strani in statičnosti biti na drugi. Gre za tako rekoč gramatikalno zlitje človeka kot subjekta s skupnostjo, ki ga obdaja kot objektivna dejanskost.

Tako je filmska govorica, pri kateri prevladuje dinamika, po Pasoliniju najbližja resničnosti, saj, kot je ugotovil že Benjamin, ne dopušča drugega

---

<sup>102</sup> »Skrivnost knjige, njena 'odmevnost', je v tem, da pripovedovalčev objektivni ton izvira iz dejstva, da je trpljenje drugih enako njegovemu trpljenju.« (Blondeau 2006: 1168)

<sup>103</sup> »Sam kot pripovedovalec v dogajanje ne posegam.« (Nav. po Cerami 2009: 7)

pogleda kakor avtorjevega (Benjamin 1998: 163–164), tako da je stopljena z resničnostjo: film je tako rekoč resničnost sama. Pasolini je atmosfero *borgat* leta 1961 upodobil v filmu *Accattone* (Berač), v katerem je polpremi govor poustvaril s filmsko kamero, ki morda najbolje kaže, kako se je subjekt stopil z objektivnostjo.<sup>104</sup>

Filmsko dinamiko lahko pri Pasoliniju prepoznamo tudi v značilnem premikanju pripovednih sklopov sem in tja po različnih prozih projektih, kot da bi šlo za montažo, pri čemer je pomembno vlogo odigrala redakcija, ki je sledila oddaji rokopisa. Ta je bila, kakor je zahteval založnik Garzanti, ki se mu je zdel mladi talent sicer izredna naložba (vse njegove tekste si je zagotovil vnaprej), najprej jezikovna – Pasolini je moral zabrisati vse sledove kletvic (četudi so ostale nakazane: *culetto* denimo postane *c...etto*) –, zatem moralna – Pasolini je moral umakniti prizore, ki bi lahko šokirali Garzanti-jeve buržoazne bralce, torej erotičnost in pornografijo (ki je v zadnji verziji res ne ostane veliko) –, nazadnje pa je bilo treba še poenotiti imena, ki so se nabrala in pomešala v različnih verzijah. Predvsem pa je redakcija prinesla konsolidacijo fabule in disciplinirala samo pripoved, ki je bila zaradi številnih verzij v tekstu *Ur-Ragazzi di vita* pa tudi zaradi avtorjeve nagnjenosti k digresijam še precej razpršena: Pasolini to imenuje *narrativa nata centrifuga*, saj pripoved centrifugalno beži od klasične fabule, ki tako preneha delovati kot običajni *plot*.<sup>105</sup>

Samocenzura, ki se ji je bil Pasolini primoran podvreči, je torej odpravila razdrobljenost fabule in roman strukturirala, ni pa opravila s pikaresknostjo, ki jo opaža tudi Cerami (2009: 8), ki junake romana primerja z baročnim *Lazarčkom iz Tormesa*. To romanu daje poseben čar razposajene razpršenosti, ki spominja tudi na tok reke kot poosebljenja vitalizma. Zato ne preseneča osrednja vloga motiva vode, morja, predvsem pa reke Aniene, ki odseva Pasolinijevo mladostno doživljanje furlanskega jezera Pacher.

<sup>104</sup> *Accattone* je bil sicer posnet po izvornem scenariju Pasolinija in Sergia Cittija, ki govori o zvodniku iz *borgat*, vendar v celoti materializira duha romana *Ragazzi di vita*. Pasolini je v svojem prvem filmu (ki ga je tudi režiral) zastavil pomembno podstat svoje filmske estetike in produkcije, namreč uporabo naturščikov iz okolja, v katerega je film postavljen.

<sup>105</sup> Za podrobnejšo genezo in redakcijo dela gl. De Laude 2018.

Kje je torej Pasolinijev upor proti buržoaziji in potrošništvu? Najverjetneje v malomeščanskih obtožbah o nemoralnosti in o pikareskni prostodušnosti, ki so zaznamovala prva leta recepcije romana. Ta je sicer uspel tako pri bralstvu kakor pri kritiki: že v prvem letu je bilo prodano 6.000 izvodov, roman pa je bil nominiran za strego. In četudi je rimska vlada, ki je takrat še igrala vlogo cenzorja, roman obtožila pornografije, ga je kasneje (ob posredovanju velikih literarnih imen) obtožb oprostila in sklenila, da gre v resnici za veliko umetnino. S tem je Pasolini dokazal, da je upor možen tudi tako, da ga buržoazija naposled razume. In s tem se je v svojem prvem proznem tekstu še trdneje zapisal camusevski revolti, ki buržoazno vero v rast in napredek križa s solidarnostjo in socialno državo. Vendar se zdi, da se ta kombinacija v Italiji šestdesetih let prejšnjega stoletja ni popolnoma posrečila, saj se je Pasolini v poznejših delih lotil kritične dekonstrukcije nereflektiranega potrošništva, ki je zaznamovalo poveljno družbo.

---

# Gospodarski čudež in uresničitev idealov futurizma

## Ambivalenten odnos do potrošniške družbe: *La speculazione edilizia* Itala Calvina

**Z**a povojno obdobje italijanske literature je značilna levičarska usmerjenost številnih piscev. Njihov angažma je sprva blizu nasilnemu uporu, kakršnega je zagovarjal Nizan, saj so pisatelji, kot so Italo Calvino, Beppe Fenoglio in Cesare Pavese, delovali v partizanskem odporiškem gibanju, a v petdesetih letih ta upor mutira v spravljivo kombiniranje liberalnega kapitalizma s socialno državo, kar je bliže poznejšemu Camusevemu pogledu na povojno družbo. Calvino sodi med avtorje iz generacije, rojene po letu 1920 (rojen je bil leta 1923), ki so se bojevali v italijanskem odporiškem gibanju, v povojnih letih pa delovali v komunistični partiji. V nasprotju z njimi Pasolini odporiškega gibanja ni izkusil, saj je večino vojne preživel z materjo v Casarsi. Tako je Calvino nastajajočo in kmalu tudi galopirajočo potrošniško družbo v Italiji opazoval s precejšnjo skepso, ki ni nestrpna kakor pri Nizanu, pač pa se izraža v ironiji in humorju.

Calvinova daljša novela (ali krajši roman) *La speculazione edilizia* (Gradbena špekulacija) je izšla leta 1957, torej le dve leti po Pasolinijevem romanu *Ragazzi di vita*, a so njene družbene predpostavke radikalno drugačne kakor v Pasolinijevi freski rimskih *borgat*. A nemara gre le za isto družbo v istem zgodovinskem obdobju, opazovano z različnih optik: pri Pasoliniju z gledišča deprivilegiranih slojev iz urbanih *borgat* revnega juga (ki pa jih v tej fazi njihova deprivilegiraniost še ne ovira do te mere, da bi se uprli), pri Calvinu pa z vidika velikega meščanstva z bogatega severa. Pasolinijevi junaki potrošniško družbo šele dobro spoznavajo in jo sprva le občudujejo, ne da bi do nje gojili sovraštvo ali ironijo, medtem ko Calvinov junak Quinto Anfossi potrošništvo ne le pozna (in mu s svojim komunističnim angažmajem na svoj način tudi kljubuje),

temveč mu nova družbena paradigma predstavlja celo izziv. Quinto, študent v velikem neimenovanem piemontskem mestu (ki močno spominja na Torino), se redno vrača v svoje rojstno mesto, ki ga Calvino imenuje zgolj \*\*\* (spominja pa na Sanremo, kjer je Calvino živel do svojega petindvajsetega leta), kjer ga vedno bolj mikajo nepremičninski podvigi, ki jim je mesto nedavno podleglo. V letoviškem mestu \*\*\* namreč še vedno živi njegova mati, s katero nameravata Quinto in njegov brat dobičkonosno prodati majhno parcelo ob družinski hiši, pri čemer se zapletejo v posel z gradbenim podjetnikom Caisottijem.

Ko govorimo o petdesetih letih 20. stoletja, moramo imeti pred očmi Italijo dveh hitrosti. Na eni strani je južna Italija, ki je z Rimom, Neapljem in Palermom kot urbanimi središči pred vojno sicer funkcionirala kot razmeroma moderna družba, v kateri je kraljevala dandyjevska elita, ki ji je pripadal tudi D'Annunzio; tam se je delavsko prebivalstvo kopičilo v *borgatab*, po katerih so se potikali Pasolinijevi dečki. Na drugi strani pa je bogatejši industrijski severozahod,<sup>106</sup> kjer se je razbohotil sloj povojnih dobičkarjev, mešetarjev ter bogatih borznih in nepremičninskih posrednikov, ki so cveteli na periferiji velike industrije, skoncentrirane v Lombardiji in Piemontu, zlasti okrog Torina in Milana. Sosednja Ligurija je z Genovo le stežka sledila industrijskima vele-mestoma, ki sta se začeli razvijati že precej pred risorgimentom, čeprav je imela mogočno trgovsko in pristaniško preteklost iz časov renesanse.<sup>107</sup>

Calvinova novela tematizira periferijo velike industrijske buržoazije, ki jo je v tistem času začel opisovati Paolo Volponi, ki je kot letnik 1924 pripadal isti generaciji kakor Calvino in Pasolini.<sup>108</sup> V tej buržoaziji so se ugnedili sumljivi liki, med katerimi je gradbeni špekulant Caisotti, s katerim se zaplete družina Anfossi. Caisotti je prototip, skoraj karikatura obmorskega pretkanca, ki si z mešetarjenjem lastnine starih gospa obeta dober zaslužek. Quinto Anfossi, ki se je namenil prodati ozek, neznaten kos parcele ob družinski hiši, ki nima ne pogleda na morje ne pretirano dobre lege, vidi v Caisottiju zanimivega partnerja za svoj prvi podjetniški podvig, ki pa se po zaslugi tega posrednika na sumljivem glasu sprevrže v drzen polom. *Boom economico* tako s svojimi obeti

---

<sup>106</sup> Severovzhod s Furlanijo in Benečijo je bil takrat še večinoma agraren, gospodarski razmah pa je prinesel šele vzpon modne in prehranske industrije v šestdesetih letih.

<sup>107</sup> Za regijski vidik razvoja italijanske potrošnje gl. Scarpellini 2008: 300–301.

<sup>108</sup> Volponijev roman *Memoriale* (Spomenik) izide leta 1962, pet let po Calvinovi noveli.

posrka še zadnje marksistične skeptike ter s camusevsko težnjo po združitvi ekonomskega liberalizma in socialne države poskrbi za popolno prevlado in poplavo podjetništva tudi tam, kjer ga morda ni bilo treba.

Quinto Anfossi se tako znajde v primežu braudelovskega posrednika v najsurrovejši obliki, nepremičninskega agenta, ki trg in svoj položaj na njem tako zamegli, da zlahka prelisichi neizkušenega mladeniča. Quinta pri tem žene nekakšna *velleità*, ki nehote spominja na Frédérica Moreauja, ki se prav tako nekako brez prave volje zažene v pariško meščanstvo, ne da bi zares vedel, kaj od njeja hoče. Tako se Quinto znajde v dilemi, ali naj še sledi romantičnim idealom, ki se s poetičnim zanosom upirajo potrošništvu in utilitaristični prevladi komodifikacije sveta, ali pa naj se prepusti videzu: velikim poslom, ki ga tako kakor Moreauja v resnici ne zanimajo preveč (spomnimo, da se je ta nenehno izmikal ponudbi barona Dambreusa, da bi prevzel sekretariat premogovniškega kartela, medtem ko je tuhtal, ali naj pravzaprav nadaljuje revolucijo). Anfossija in Moreauja družita tudi soroden položaj glede izpolnitve ljubezenske želje: podobno kakor Moreau tudi Quinto ugotovi, da ga je strast minila, brž ko se mu je želja izpolnila. Zanimiva je primerjava med kopalnim dnem, ki si ga privoščijo Pasolinijevi junaki v Ostii, ko se družijo z lahkoživim dekletom, in Quintovim kopanjem na plaži severne riviere, ki mu sledi druženje v skromni meščanski sobici. Na videz povsem drugačna prizora – prizor iz poulične, proletarske Ostie, ki ga je moral Pasolini v procesu samocenzure krčiti in krajšati, in malomeščanski prizor, ki sledi sončenju pod točno določenim položajem ležalnika na rivierski plaži – sta v resnici bolj komplementarna, kot se zdi, saj oba označujeta Italijo sredi petdesetih let, ko je proletarski mladeži erotika še vir užitka in nekakšnega prestopništva (s tem pa izraža še nekaj optimizma in upanja v prihodnost), medtem ko je meščanski študent že izgubil voljo do tako rekoč vsega, tudi do žensk.

Tako je Quinto že antijunak zgodnje sredine 20. stoletja, ko je prvo navdušenje nad potrošništvom in nenehno rastjo že minilo (od leta 1852 in pojava veleblagovnic je preteklo že dobrih sto let). Tedaj je minilo tudi že obdobje zgodnjega odčaranja s Flaubertovim junakom in njegovim antiherojstvom, ki se konča z ugotovitvijo, da je bilo pravzaprav najboljše tisto, česar kot junak ni imel, s čimer ta postane prvi antijunak, ki se ponaša, da nečesa ni naredil oziroma ustvaril. V tem smislu lahko Quinta obravnavamo tudi kot problematičnega posameznika v Goldmannovem smislu, saj ga družba, v kateri je *valeur*

*médiatrice* prevladala nad *valeur médiatisée*, sprva prevzame in omami, naposled pa izpljune, s tem pa se mu tudi priskuti, saj dojame, da je kvantifikacija pojavov povsem izpodrinila njihovo kvaliteto (kar predstavlja tudi stisnjen vila blok, nabit s stanovanji za trg, ki zaduši nekdanji bujen tropski vrt družine Anfossi).

Ponuja se tudi primerjava z Moreaujevo spolno željo, ki je enkrat samkrat postala zares strastna, in sicer ko ga je zagrabila želja po emancipirani in ne pretirano privlačni gospe Vatnaz, v katere telesu je videl »des ondulations de panthère« (Flaubert 2021: 392), ko se je »kakor panter zvijala v bokih« (Flaubert 1969b: 97). *La speculazione edilizia* nas lahko na to spomni s Quintovim poželenjem po gospe Hofer, »tigrici«, ki zamuja z najemnico za družino Anfossi: »Toda Quinto, ki je bil hiter kot spolni manijak, je že stegnil roko, da bi ji odpel bluzo. Skočila sta si v objem. Hoferka je bila prava tigrica. Obvladovala ga je. Sobo sta preletavala od enega kotička do drugega, toda ona je bila pri tem ves čas na nogah.« (Calvino 2018: 112)

Gospo Hofer in gospo Vatnaz družiti tudi nekoliko nepriljučna možatost, poteza, ki oba antijunaka podžge veliko bolj kakor privlačnejše partnerice. Prav ta perverznost želje junaka spremeni v antijunaka, ki mu v komodificiranem svetu nič drugega ne predstavlja več izziva. S tem je na svojevrsten način poudarjena problematičnost Quinta kot protagonista, ki izgubljeno kvaliteto pojavov išče v negaciji lepega, ki ga je povsem monopolizirala tržna vrednost, *valeur d'échange*, ki se izrazi v *valeur médiatrice*. Lepotice so zlahka kupljive, njihova menjalna vrednost je vsem na ogled, zato se ekskluzivna, resnična kvaliteta človeških odnosov skriva v grdem, spačenem, bizarnem. Toda Quinto je tudi v svojem skoraj desesseintsovskem iskanju estetike grdega zanikan, saj se njegova želja po uporabni vrednosti naposled sprevrže v banalno menjavo, ki kot vrednost in vrednota poganja Italijo in Evropo petdesetih let: »Ker ni vedel, kaj bi drugega, je Quinto iz žepa potegnil račun za najemnico: 'Glede tega se boste pa oglasili, kajne.' Hoferka se je nekoliko sklonila, kot bi hotela, da se ji z roko približa, račun je dala v torbico, stopila do vrat in jih odprla. 'Lahko noč, gospod Anfossi.'« (Calvino 2018: 112)

Quinto sicer poskuša biti dejaven, saj produkcijsko dinamiko intuitivno čuti kot usmeritev tedanje evropske družbe, vendar mu njegova narava – a tudi nekakšen notranji, nezavedni odpor – ne da, da bi svoje podvige izpeljal do konca. Podjetništvo, ki se ga loteva, je tako rekoč vnaprej obsojeno na propad,

saj ima vse značilnosti posla, ki se ga človek loteva s figo v žepu. Quinta določajo neznanje, neizkušenosť ter melanholičen in pretirano pasiven odnos do izpolnitve posla. To se kaže tudi v lahkomišelnosti, ki ga v določenih trenutkih popade med pripravami na investicijo, in v hiši, ki je zgrajena na trhljih temeljih in učinkuje groteskno, kot nekakšna metafora kvantitativne vrednosti, ki se je vsilila na mesto kvalitativne parcele, na kateri je bil pred njo trojski vrt.

Quinto kot duhovni dedič romantike, ki prezira utilitarnost poslov, se tako znajde v položaju, ko webrovsko kopičenje, ki odseva razsvetljenske ideje in utilitarizem (ta se kaže v tlačenju in trpanju novogradenj na ozkih zemljiščih riviere, ki je produkt špekulativnega investiranja zaradi investiranja samega), posamezniku ne zagotavlja več blaginje in s tem sreče, pač pa postane samo sebi namen. Gradnja novogradenj v mestu \*\*\* nima več nobene podlage v dejanskih potrebah in jo poganja samo še impulz profita, ki se naposled le še reinvestira v vedno nove nepremičnine. Tako se dejansko izpolni prerokba gradbene špekulacije, ki jo je napovedal Calvino v naslovu novele: celotna *speculazione edilizia* postane metafora za povojno družbo, v kateri se je webrovsko kopičenje blaga in bogastva do konca udejanjilo tudi kot nepremičninski boom na povojni italijanski rivieri. Takšen razvoj je bil povezan tudi z demografskimi spremembami na ligurski rivieri ter oblikovanjem italijanskega srednjega sloja in regionalnimi razlikami v dohodkih, ki jih Calvino tudi izčrpno opiše:

Del Italije je po negotovi petletki zdaj užival blaginjo, blaginjo, ki je zaslužen temeljila na industrijski proizvodnji, četudi je bila še vedno neenakomerna in neorganska zaradi neuravnoveženega in protislovnega nacionalnega gospodarstva, neuravnoveženega zaradi geografske razporeditve dohodka ter razsipnega, ko je šlo za osnovne stroške in potrošnjo. (Calvino 2018: 70)

To je povojna družba, ki jo sestavljajo lastniki majhnih tekstilnih in živilskih podjetij, ki so pogosto dobavitelji večjih sistemov, direktorji bank in borzni posredniki, trgovci in lastniki kinodvoran (kar kaže na vse večji pomen industrije zabave v Italiji), »nekakšen vmesni sloj med lastniki velikih delniških paketov ter nižjimi uslužbenci in obrtniki, sloj, ki se je tako razrasel, da je v velikih mestih predstavljal pravcate množice«. Ta družba ima ravno toliko sredstev, da si lahko privoščijo nepremičnino na obali, nima pa dovolj denarja, da bi se predajala razkošju velikih potovanj v daljne dežele ali se obnašala kot mobilna velika buržoazija v dragih avtomobilih, ki je v \*\*\* zahajala zgolj mimogrede, med obiskom ene igralnice v Franciji in druge v Italiji. Tako je bilo

trdo jedro letoviškega mesteca sestavljeno iz »srednjega meščanskega sloja, ki je v domačih mestih prebival v udobnih stanovanjih in ki je prav takšna stanovanja reproduciral na obali v prav takšnih ogromnih osamelih stanovanjskih kompleksih v prav takšnem avtomobilistično-urbanem življenjskem slogu« (Calvino 2018: 71).

To je družba, v kateri človek iz srednjega sloja ostane sam s potrošništvom, družba, v kateri se refleksija o pomenu in kvaliteti eksistence pravzaprav v celoti zliva s potrošništvom. Quinto Anfossi je kot dedič Flaubertovega Frédéricia Moreauja v nekem smislu že onkraj pesimizma, ki je že minil, medtem ko je bil Moreau še tostran, saj se pesimizem še ni zares pojavil vse do Folantina in njegovega schopenhauerjevskega odnosa do pariške potrošnje. Nekoliko karikirano lahko rečemo, da so junaki Pasolinijevega romana *Ragazzi di vita* še pravi balzacovski junaki z določenimi ideali in voljo do moči, s katero se spoprijemajo z modernim in velemestnim Rimom, a se njihovi upi brž razblinijo v Anfossijevi moreaujevski *vèlléité*, ko zbledijo še zadnji ideali komunizma in partizanstva. Iluzije so zdaj v drugo in dokončno izgubljene in na njihovem mestu se svetlikajo le še ekonomija, gospodarstvo in *valeur d'échange*, ki poganjajo Nizanovo družbo denarja. V tej »avtomobilistično-urbani« družbi je mamon za mnoge prevzel vlogo totalitete in postal avtonomna vrednota, ki jo hočeš nočeš sprejema tudi Anfossi, komunist, razočaran nad gnilim camusevskim kompromisom med kapitalom in socialno državo kot nadomestkom za nizanovski upor:

Quinto se je vrnil domov slabe volje. Ni ga je vznemirjalo le to, da mu še vedno ni uspelo izterjati plačila, temveč tudi to, da je v Caisottiju prepoznal nekdanjega soborca. »Lepo pot je prehodila italijanska družba,« je vzkliknil sam pri sebi. Dva partizana, kmečki fant in študent, dva, ki sta se skupaj uprla v prepričanju, da je treba Italijo povsem prenoviti; in zdaj poglej, kaj sta postala – dva, ki sprejemata svet takšnega, kot je, ki se pehata le za denarjem, celo brez najmanjših vrlin nekdanje buržoazije, dva šušmarja v gradbeništvu. [...] Pa vendar, je pomislil Quinto, je kmečkemu možaku ostal tisti nagib, da vse težave, ki mu pridejo na pot, razume kot del razrednega boja. Kaj pa njemu samemu? (Calvino 2018: 90)

Nad Quinta se je neizogibno zgrnila vsa optimistična dediščina zolajevske vere v neskončni napredek in rast (tudi gradbeništvu), po kateri je potrošnja še obljubljala človekovo srečo. Obenem se Quinto znajde v pomenljivem spopadu z braudelovskim posrednikom, ki kot predstavnik velikih nepremičninskih poslov vedno ve več kakor producent (v tem primeru ponudnik zemljišča)

in kupec, saj se je umestil mednju in zamegljuje trg. Ta z njim postaja netransparenten in je v korist zgolj njemu samemu, posredniku, ki je s svojim potrošništvom nasilno vdrl v pristen odnos med lokalnim ponudnikom in porabnikom. S humanistično izobrazbo in naivno ideologijo, ki si jo je pridobil kot komunistični partizan, Quinto ne more tekmovati s posrednikom; ta ima vselej več informacij, pa še nepošten je, ko igra na karto netransparentnosti, ki mu jo ponuja maska avtonomne menjalne vrednosti.

Rivierski razvoj mesteca \*\*\* tako niti ni več ublažen s pozitivnimi vidiki socialne države, sindikalizma in skandinavskega modela, na katere je v tistem času stavil Camus. *La speculazione edilizia* zajame zgodovinski trenutek, ko se potrošnja spreminja iz ene od človekovih dejavnosti v družbeno podstat, ki obstaja tako rekoč brez alternative, kot samozadostna v najbolj brutalnem webrovskem smislu protestantske delovne etike, ki je grobo zasekala v razmeroma mehko in socialno občutljivo katoliško tkivo povojne Italije. Kot je zaslutil Camus v *Upornem človeku*, je Evropo in z njo Italijo preplavila ekonomska miselnost, ki je bila utemeljena na napredku, na katerega je implicitno pristal tudi marksizem, in ki ji Calvinov humanistično izobraženi študent z romantičnimi in levičarskimi ideali ni mogel biti kos.

## Reifikacija človeka: *Stvari* Georgesesa Pereca

Italija in Francija sta v šestdesetih letih 20. stoletja dosegali izjemno gospodarsko in demografsko rast, s čimer je Italija postopoma tudi dohitela francoski bruto domači proizvod na prebivalca.<sup>109</sup> To ji je omogočal hiter industrijski

<sup>109</sup> Italija in Nemčija sta imeli med letoma 1950 in 1973 petodstotno letno rast, kar je bilo precej več od evropskega povprečja. Italija, ki je bila s 3.500 dolarji na prebivalca še leta 1950 na evropskem repu (v primerjavi s 6.900 dolarji v Združenem kraljestvu in 5.200 dolarji v Franciji), je leta 1973 z 10.600 dolarji potrojila svoj dohodek *per capita* in tako skoraj dohitela Francijo, ki je bila takrat s 13.000 dolarji na vrhu, tudi pred Veliko Britanijo in Nemčijo (obe po 12.000 dolarjev). Tej rasti je botroval tudi demografski razvoj – prebivalstvo Italije se je s 47,5 milijona v letu 1951 do leta 1971 povečalo na 54 milijonov –, ki je sledil visoki smrtnosti zaradi prve svetovne vojne pa tudi močni transatlantski emigraciji v času fašizma. Demografskemu razvoju ne botrujejo le visoka rodnost in interevropske migracije, pač pa tudi višja potrošnja produktov kemijske industrije, predvsem zdravil, s katerimi se je povišala

razvoj in okrepljena kupna moč gospodinjstev, ki jih je oglaševalska industrija spodbujala k nenehni potrošnji. Oglaševanje sicer v okviru moderne evropske potrošniške družbe ni bilo popolnoma nova dejavnost (kot smo videli, so se ga posluževali že Balzacovi časopisi in Zolajeve veleblagovnice), vendar je bil njegov razmah v obliki velikih oglaševalskih agencij, ki so kot del sistema korporativnega kapitalizma prihajale iz Združenih držav Amerike, pomemben dejavnik pri vzpostavljanju ameriškega modela hitre in dinamične potrošnje, predvsem pa pri oblikovanju t. i. *mass marketa*, ki mu je sledil hiter razmah industrije zabave ter profanacija in množičnost evropske kulture.

V literarnem polju se na zlato dobo množičnega trga in oglaševanja odzovejo pisatelji, ki se v Franciji zbirajo okrog skupine Oulipo, h kateri s kasnejšimi deli sodita tudi Italo Calvino in Georges Perec. V Italiji pa je nenadzorovan industrijski razmah tematizirala predvsem literatura, ki jo poznamo pod imenom *il romanzo industriale*, katerega najpomembnejša predstavnik sta Paolo Volponi in Ottiero Ottieri.

Medtem ko imamo pri Calvinu opravka s srednjim slojem, ki se kot temelj moderne potrošniške in industrijske družbe vzpostavlja sredi petdesetih let in ga z vladavino Alcideja De Gasperija<sup>110</sup> politično določa vzpon krščanske demokracije, se pri Percu in Ottieriju srečamo z že razmeroma formiranim srednjim slojem, ki ga predstavljata mala in velika buržoazija v Franciji in Italiji šestdesetih let in katerega politični temelj je bil golizem.

Prvenec Georgesa Pereca je izšel 1. septembra 1965 pod naslovom *Les Choses: une histoire des années soixante*. Roman *Stvari: zgodba iz šestdesetih let* je nastal na podlagi številnih fragmentov pod delovnim naslovom *La grande aventure* (Velika pustolovščina). Dogajanje naj bi se vrtelo okrog ropa bogatega umetnostnega

---

pričakovana življenjska doba, kar je na dveh ravneh pripomoglo k formiranju moderne potrošniške družbe. (Scarpellini 2008: 132)

<sup>110</sup> Alcide De Gasperi (1881–1954) je bil italijanski politik, ustanovitelj krščanske demokracije in nasprotnik fašizma, ki je bil premier osmih poveljnih vlad med letoma 1945 in 1953. De Gasperi velja tudi za enega od ustanovnih očetov Evropske unije. Novico o njegovi smrti v Calvinovi noveli mala rivierska buržoazija na ulici sprejme brezbrizno, kar daje Quintu slutiti, da suhljati in trmasti katolik, ki je veljal za odrešitelja buržoazije, srednjemu sloju pravzaprav ni bil blizu in bo hitro pozabljen (Calvino 1957: 90–91).

založnika, vendar je Péric to intrigo postopoma opustil in se naposled posvetil zgolj analizi družbe, ki je prevladala v šestdesetih letih.<sup>111</sup> Péric je za roman stežka našel založnika, tako kakor vse njegove zgodnje rokopise so ga številni zavrnili. Nazadnje so ga sprejeli pri založbi Julliard, pa še tam šele po priporočilu urednika Maurica Nadeauja, naj avtor drugi del romana predela, češ da je ton romana preblizu Flaubertovi *Vzgoji srca*. Tudi kritika je *Stvari* razmeroma slabo sprejela, saj je romanu očitala, da je nedosleden in da se v njem Péric predaja opisom stvari in lahkotnemu prevpraševanju, ne da bi se spuščal v globljo analizo likov in dogajanja, ki da je ujeto v začaran krog, iz katerega protagonista ne le ne najdeta, temveč pravzaprav sploh ne iščeta izhoda.<sup>112</sup>

Očitek, da je roman nekaj med esejem in popisom, da gre za »romansirano sociološko študijo« (Chalonge 2017: 906), da knjiga »drsi od literarnega k dokumentarnemu, kar je past, ki preži na vsako literaturo, ki je hkrati odsev«, kot je oktobra 1965 zapisal Raymond Jean v dnevniku *Le Monde* (nav. po Chalonge 2017: 907), je zaznamoval recepcijo romana in njegovega avtorja tudi po tem, ko je novembra 1965 prejel nagrado Renaudot. Sam Péric se je pritoževal, da so ga vsi obravnavali kot sociologa, obenem pa ga je spreletavala mešanica ponosa in srha ob misli, da je bilo prodanih že med sto in sto dvajset tisoč izvodov (Chalonge 2017: 907). Takšen komercialni (in le delni kritiški) uspeh knjige nedvomno kaže na to, da je Péric dosegel tedanje bralstvo, ki ga je kljub domnevnim formalnim pomanjkljivostim njegovega pisanja vendarle množično sprejelo.

V tej luči velja k Péricovemu romanu pristopiti tudi kot k zglednemu primeru literarne sociologije, kakršno razvija na primer Gisèle Sapiro (2014), saj družba vanj vstopa preko avtorja, njegovih ideoloških, spoznavnih in etičnih prepričanj (*la sociologie des œuvres*), obenem pa roman povratno vpliva na družbo, ki ga sprejema skozi odziv bralstva in kritike (*la sociologie de la réception*). Tako smo pri Péricovih *Stvareh* priča čistemu primeru študije posredovanj (*médiations*)

<sup>111</sup> Za podrobnejšo genezo *Stvari* gl. Chalonge 2017: 901–905.

<sup>112</sup> »Zakaj Jérôme in Sylvie dojemata svoje življenje zgolj skozi prizmo njegovega videza? Zakaj se tako trudita, da bi si o njem ustvarila filmsko podobo? Zakaj sta tako zelo zasužnjena družbi, ki ju sili, da se ji odtujita skozi materialne stvari? In zakaj sta naposled tako zlahka opravila s svojo slabo vestjo? To so vprašanja, ki jih je Péric le bežno načel, čeprav bi prav ta vprašanja lahko dala pripovedi njeno pravo vrednost.« (Leclerc 1965: 249–251)

med literarnim delom in družbo, iz katere vznikla in na katero s svojo vsebino tudi vpliva, saj je tema romana prav (potrošniška) družba sama.

Družba, o kateri je bilo že vse povedano, še preden je dobila ime

Šestdeseta leta, ki jih opisuje Perecov roman, so čas, ko potrošniška družba dobi svoje ime. Potrošniška družba se torej sredi študentskega vrenja, alžirske vojne in vzpona popularne kulture zave same sebe in svoje določujoče družbene vloge. *Stvari* so tako tudi prvo vidnejše literarno delo, v katerem se potrošniška družba pojavi kot tema: »Ni še bilo romana, pripovedi, ki bi prikazovala like, kakor živijo v tej družbi, podrejeni pritiskom trga. To je moj roman,« pravi Perc v pogovoru z Jeanom Duvignaudom, urednikom sociološke revije *Arguments* (nav. po Chalonge 2017: 906). Čeprav se Perc jasno zaveda tematike svoje knjige, se obenem sprašuje, kako se družba, o kateri piše, pravzaprav imenuje: »[N]e vemo več točno, kako se imenuje družba, v kateri danes živimo. Civilizacija zabave? Civilizacija blaginje? Civilizacija hiperprodukcije? Potrošništva?« (Nav. po Chalonge 2017: 906)

Vprašanje o imenu družbe, ki je pravzaprav zaznamovala 20. stoletje, na začetku šestdesetih let ni bilo tako samoumevno, kot se morda zdi z današnjega gledišča, saj se je izraz *potrošniška družba* zares uveljavil šele leta 1970, ko je Jean Baudrillard izdal knjigo s tem naslovom (*La Société de consommation*). V Perecovih vprašanjih pa so vendarle poimenovane že vse glavne poteze te družbe, namreč zabava, lagodnost (*loisir*), blaginja (*abondance*), ki je od pojava zolajevske veleblagovnice vzrok za to, da si želimo vedno več, kot si lahko privoščimo, in hiperprodukcija (*superproduction*), ki je pogoj za blaginjo in prehod iz družbe, v kateri produkcijo določajo potrebe, v družbo, v kateri potrebe določa produkcija. Perc čisto nazadnje omeni *consommation*, konsumpcijo, potrošnjo, ki naposled kot krovni pojem povzame zabavo, blaginjo in hiperprodukcijo, ki so kot nosilke neomejene rasti v času, ko Perc napiše *Stvari*, že formirane in pravzaprav tudi že definirane kot temeljne prvine nezavednega v 20. stoletju. Perc se zaveda, da je formativni moment moderne družbe prav rast, ki v svoji navidezni neomejenosti botruje blaginji, ta pa povzroča željo po vedno novih stvareh, pri čemer nas te stvari zabavajo in notranje napolnjujejo, s čimer je izpolnjeno tudi njihovo kulturno, simbolno poslanstvo.

Vse dotlej so potrošniško družbo označevali različni izrazi, ki so večinoma zajeli njene posamezne elemente ali ideologije, kot so meščanstvo, kapitalizem, potrošništvo in družba denarja. Družba 20. stoletja je bila konstituirana tako, da je kapitalizem kot ekonomski sistem meščanstva udejanjala trgovina kot njegova izvedbena struktura, ki se je skozi menjalno vrednost izražala v družbi denarja. Morda je bil Nizanov pojem družbe denarja še najbližje tistemu, kar je Perec trideset let pozneje imenoval *société de consommation*,<sup>113</sup> saj zajema najširšo pojavnost moderne družbe, ki jo v celoti določa menjalna vrednost kot podstat vsega bivajočega, ki ni več uporabne, pač pa menjalne, finančne, abstraktne narave, kar denar postavlja na mesto mamona, novega malika:

V svetu, ki so ga imeli za svojega, je skoraj kot pravilo veljalo, da si vedno želiš več, kot lahko dobiš. Tega niso določili sami; tak je bil zakon civilizacije, dejansko stanje, ki se je najustrezneje izražalo v reklamiranju, revijah, izložbeni umetnosti, vsemu, kar se ponuja očem na ulici, in z določenega vidika tudi v celoti dobrin, ki jih običajno imenujemo kulturne dobrine. (Perec 1996: 35–36)

Tako je *société de consommation* v šestdesetih letih, ko se je povojna evropska družba dodobra razmahnila, dejansko postala civilizacija. Šlo je za pojav, ki je zajemal vse, ne le potrošniških razmerij in odnosov, temveč svet kot celoto, ki nima več alternative in v katerem Perecova protagonistka Jérôme in Sylvie živita svoje življenje pravzaprav le še kot odsev stvari, ki si jih želita. Perec se tako znajde v položaju, ko o potrošniški družbi eksplicitno še ni bilo nič zares napisanega, a o njej v resnici ni bilo več česa povedati, saj je bilo že vse implicitno upovedano v besedilih, ki so o njej govorila, ne da bi jo poimenovala – ne da bi ga poimenovali, so o potrošništvu pisali Huysmans, Zola, Nizan, Camus, Pasolini, Calvino in drugi avtorji, ki so se z njim ukvarjali pred Perecom. Potrošniška razmerja so bila že tako samoumevna in določujoča, da so postala sinonim za civilizacijo in totaliteto povojne zahodne družbe.

Teza, da je v Perecovem romanu pri delu predvsem mehanizem zapeljevanja, *la séduction*, ki ga zaželeni predmeti, stvari, izvajajo nad posamezniki, kot sta Jérôme in Sylvie,<sup>114</sup> izkazuje ključni obrat, po katerem potrošništvo dejansko

<sup>113</sup> Po nekaterih virih naj bi izraz prvi uporabil sociolog Henri Lefebvre v študiji *Critique de la vie quotidienne* (Kritika vsakdanjega življenja) iz leta 1947, po drugih pa Jean-Marie Domenach, urednik revije *Esprit*.

<sup>114</sup> »Dinamika je jasna. Obljube so tiste, ki jih podobe stvari pobilskavajo pred frustriranimi potrošniki, saj jih z njimi zapeljujejo[...]« (Chalonge 2017: 906)

postane totaliteta. Ne gre namreč več za subjekt, ki kakor D'Annunzиеv Spellі v vlogi demiurga projicira vizijo svoje psihe na platno resničnosti, v katero vključuje tudi predmete in stvari; nasprotno, gre za stvari, objekte, ki v okviru svoje zapeljevalne vloge na platno resničnosti projicirajo subjekte. Materialni svet tako ni več v funkciji subjektove psihe kakor pri Nietzschejevem estetskem obratu, po katerem je blago in materialno postalo odsev človekove notranjosti, pač pa se je blago in materialno osamosvojilo do te mere, da je subjekt prevzel vlogo objekta. Subjekt je tako kot *sub-iectus* podvržen objektu, ki ga reflektira. Totaliteta potrošniške družbe je v tem, da stvari, ki si jih posameznik-potrošnik tako želi, niso več odsev njegove psihe, pač pa je on odsev njihove pojavnosti: »kot bi pred njunimi občudujočimi očmi naenkrat zrasla dovršena pokrajina, osupljiva in zmagoslavna celota, popolna podoba sveta, povezan sestav, ki sta ga končno uspela razumeti, razvozlati« (Perc 1996: 79–80). Spektakularna in zmagoslavna totaliteta stvari tako ponuja popolno podobo sveta, ki jo Percova posameznika lahko končno razvozlata, s čimer se tudi scela zlijeta s svetom stvari, in sicer kot objekta. V tem smislu je naposled tudi razlikovanje med uporabno in menjalno vrednostjo blaga pravzaprav preseženo, saj protagonisti dobrine zanimajo le še na simbolni ravni, na kateri se ne zavedata več, da pravzaprav dihata isti zrak kakor predmeti, ki si jih želita: za Jérôme in Sylvie je *imeti* postalo sinonim za *biti* (Chalonge 2017: 908).

V tem je tudi pomen Barthesovega pohvalnega komentarja Percovega romana (Chalonge 2017: 908): protagonist sta se od sveta odtujila tako dokončno, da sta postala funkcija sveta stvari. V *Stvareh* imamo opravka z izpolnjeno reifikacijo, ki jo bomo lahko opazovali tudi v Ottierjevem delu *I divini mondani* (Božanski svetovljani). Gre za svet, ki je v celoti reificiran, opredmeten, svet stvari je zaživel neodvisno od posameznikov; posameznikova zunanost je postala del njega: »Sovražnik je bil neviden. Ali bolje rečeno, bil je v njiju, opustošil ju je, razjedel njuno tkivo, povzročil gnitje. Nasedla sta slabi šali: pohlevni bitjeci, zvesta odseva sveta, ki se jima je posmehoval.« (Perc 1996: 63–64)<sup>115</sup>

---

<sup>115</sup> V tem smislu je tudi reizem, kakršnega je v slovensko literaturo vpeljal Rudi Šeligo, ko je v *Triptibu Agate Schwarzkobler* (1968), ki je izšel tri leta za *Stvarmi* in je protagonistino čustvovanje opisoval zgolj skozi predmete – »čevljevce diemme« in »agatasto telo« –, razumeti kot odmev Percovih razmišljanj o potrošniški družbi, ki je človeka zvedla na raven predmeta.

## Vloga oglaševanja pri vzpostavitvi potrošniške družbe

Oglaševalska industrija, ki se je v šestdesetih letih s podružnicami velikih ameriških agencij zasidrala tudi v Evropi, je odigrala ključno vlogo pri ustoličenju potrošniške družbe kot moderne totalitete. Tudi Perecova Jérôme in Sylvie delata v oglaševanju kot izvajalca tržnih raziskav na področju potrošniške psihologije. Tako spoznata mehanizme in prodreta v nedrje tega posla, ki pa se jima v resnici upira. *La publicité* je namreč dejavnost, v kateri lahko določen čas preživiš kot honorarni sodelavec, pozneje pa se moraš v njegovo kolesje vpreči v celoti, sicer te njegovi mehanizmi izvržejo. *La pub* deluje kot posrednikov posrednik, kot agent denarja, ki je posredujoča vrednost, s tem da pri menjalni vrednosti oglašuje njeno simbolno vrednost, ki se izrazi v blagovni znamki. A tudi simbolna vrednost znamke se izrazi v menjalni vrednosti, ki se finančno izrazi v vrednosti intelektualne lastnine, katere del so tudi blagovne znamke. Znamke so tako v svoji vseobsežnosti postale gonilo potrošniške družbe, ki se je izrazilo na različne načine. Po eni strani ponuja oglaševalski svet način življenja, ki mu mali srednji sloj ni mogel ubežati, če se je hotel dokopati do ustreznega finančnega in simbolnega statusa. Po drugi strani pa so blagovne znamke zgradile finančno kraljestvo, ki je po vrednosti sčasoma presegle vrednost blaga, ki so ga predstavljale. Njihova velika vrednost izkazuje vodilno vlogo, ki jo je abstrakcija zavzela v potrošniški družbi. Ne le abstraktnost denarja kot eterične vrednosti same na sebi, temveč abstraktnost celotne sfere dobrin je določala potrošniški način življenja, saj so znamke s svojo simbolno vlogo omogočile popolno identifikacijo blaga s potrošnikom.

Tako se Jérôme in Sylvie, ki po vsej Franciji izvajata raziskave tržišča, znajdeti v samem žrelu potrošništva, ki jima naposled zada usoden udarec. Sistem blagovnih znamk, v katerem Baudrillard vidi sistem objektov, deluje kot totaliteta, kot svet v svetu, v katerem je človeško življenje zgolj temeljni stranski produkt,<sup>116</sup> se pravi, stvar. V *Stvareh* blagovne znamke postanejo element literarnega besedila, prav v tej vlogi pa so presenetile literarno kritiko, ki je Perecov roman brala predvsem kot sociološki dokument ali esej, ne pa kot literarno

<sup>116</sup> »Predmeti potrošništva predstavljajo idealističen besednjak znakov, s katerimi se v neulovljivi predmetnosti označuje sam projekt življenja.« (Baudrillard 1970: 281)

umetnino.<sup>117</sup> Tedanja kritika blagovnih znamk še ni znala prepoznati v bivanju samem, v katerem tvorijo poseben sistem, ki se vzpostavlja tako intertekstualno kakor zunaj literarnega besedila.<sup>118</sup> Churchs, Weston, Bunting ali Lobb (Perc 1996: 25) tako niso le znamke britanskih čevljev in srajc, pač pa simbolni prikaz sanj o romantični londonski megli in tvidastem življenju na Otoku, ki so jih te znamke spletale protagonistoma. Podobno kot se je Londona zasitil že Huysmansov Des Esseintes, ko je v knjigarni Galignani na pariški ulici Rue de Rivoli nakupoval Baedekerjeve vodiče ali ko je v Bodégi, v pubu v bližini postaje Gare du Nord, spil svoj *pint* ob košarici angleških piškotov Palmers, se s kraljestvom britanskih blagovnih znamk skušata tešiti tudi Jérôme in Sylvie, četudi jima to ne uspe v celoti, saj si vseh teh stvari v nasprotju s fiktivno bogatim Des Esseintesom ne moreta privoščiti.

V *Stvareh* blagovna znamka ni več znak, ki bi pričeval o nekakšni bolj ali manj dekadentni estetiki, kakršna je še značilna za *Čarobno goro* Thomasa Manna, kjer cigara znamke Maria Mancini vzpostavi odnose med romanesknimi figurami (Weyand 2013: 125–135), ali za roman *Proti toku*, v katerem je Des Esseintes Huysmansova razločevalna poteza v odnosu do vulgarnega plebsa. Pri Percu znamka postane svet sam, *la marque-monde*, ki pravzaprav zamenja Braudelov *capitalisme-monde*, ko simbolno zajame vse pomene kapitalističnega sveta, ki se zdaj imenuje *potrošništvo*. Znamke tako niso zvedljive niti na Baudrillardovo opredelitev, po kateri na eni strani tvorijo sistem objektov, v katerem se vzpostavijo kot govorica in izvajajo proces komunikacije, na drugi strani pa so nosilec in označevalec simbolne vrednosti, pri kateri igrajo vlogo družbene diferenciacije. Znamke so v šestdesetih letih dosegle ključen

<sup>117</sup> V slovenski literaturi se zahodne blagovne znamke po Šeligovem *Triptibu Agate Schwarzkobler*, v katerem so del reifikacije dejanskosti, kot samoumeven del literature znova pojavijo šele v osemdesetih letih, ko v romanu *April*, prvencu Brine Švigelj, protagonistka v svojo prozo brez slehernih ozirov vplete imena zahodnih trgovskih verig, kar je bil precejšen šok za puristično – in socialistično – literarno kritiko, ki zahteva od potrošništva očiščeno literaturo.

<sup>118</sup> Björn Weyand (2013: 101–121) izhaja iz stavka Thomasa Manna »Če iz določene stvari naredim stavek, kakšno zvezo ima potem še ta stvar s stavkom?«, ko trdi, da je umetnost sicer nujno prežeta z materialno kulturo, a imajo predmeti materialne kulture, med katere sodijo tudi blagovne znamke, v umetnini samostojno vlogo, saj postanejo v njej intertekstualni simboli, ki se odlepijo od dejanskosti in pripomorejo k njenemu strukturiranju.

premik in odigrale vlogo identifikatorja celotnega krogotoka, ki je omogočal kapitalistično družbo: kot simbolni znaki so zajele kapitalistična razmerja in veliko trgovino ter postale glasnik, ki je kot vrhunski znak, znamka, posebljal menjalno vrednost in avtonomno nastopal na tržišču kot simbol potrošniške družbe. Tako so kavči chesterfield, ki si jih Jérôme in Sylvie tako želita, postali simbol družbe, v kateri je znamka oziroma ime kavča pomembnejše od kavča samega.<sup>119</sup> Ne gre več torej zgolj za prevlado menjalne vrednosti nad uporabno, saj je tudi menjalno vrednost kavča zasenčila njegova znamka, ki je ne le simbol družbene identifikacije, ampak tudi edini znak, s pomočjo katerega poteka komunikacija v modernem svetu.

### Inherentno protislovje potrošniške družbe v povojnem času

Ko se protagonist sredi totalitete znamk soočita s politično realnostjo časa, ki ga v Franciji zaznamuje predvsem alžirska vojna, se sprašujeta, kaj bi ju lahko v tem boju motiviralo. Ugotovita, da so to vendarle kavči chesterfield: »V čem je bila nevarnost? V čem je bila grožnja? Milijoni ljudi so se nekoč borili in se še borijo za kruh. Jérôme in Sylvie nista mislila, da bi se bilo mogoče boriti za Chesterfieldove divane. A takšnemu povelju bi vendarle najlaže sledila.« (Perc 1996: 63) S to razmeroma absurdno trditvijo se statusna frustracija Percovih protagonistov sooči z družbeno dejanskostjo. To dejanskost, zaznamovano s pripravami na maj '68 in z demonstracijami zoper poznokolonialistično vojno v Alžiriji, je Perc vključil v tkivo romana razmeroma pozno in nekako sramežljivo, saj se mu je zdelo, da glavne teme ne ilustrira na ustrezen način, hkrati pa se ji v tistem času ni mogel izogniti. Motiv demonstracij ga je privlačil tudi zaradi vzporednice s podobnimi prizori v *Vzgoji srca*, s katero so roman večkrat primerjali (Chalonge 2017: 912).

V tem kontekstu moramo obravnavati tudi družbenopolitični kontekst romana, ki se v podnaslovu predstavlja kot zgodba iz šestdesetih let. Demografsko je to zgodba o generaciji *baby-boom*, ki ji pripadata tudi protagonista, se pravi, o generaciji, rojeni po vojni, ko je srednji sloj poskrbel za ekspanzijo potrošniške družbe, ki je v času *miracolo economico* zajela tudi Italijo.<sup>120</sup> Prav srednji sloj je s svojo željo po udobju in posedovanju stvari omogočil

<sup>119</sup> Chesterfield je bila sprva znamka usnjenega kavča, kasneje pa je postala generična označba za kavč določene oblike.

<sup>120</sup> Za demografski vidik razmaha potrošništva gl. Scarpellini 2008: 132–135.

civilizacijo, o kateri govori Péric. Vendar je tudi znotraj srednjega sloja obstajala pomembna gradacija, ki je postala vir frustracij Péricovih protagonistov. Kot vsak družbeni sloj lahko tudi srednjega v skladu s tradicionalnim sociološkim razrezom razdelimo na nižjega, srednjega in višjega. Problem se je pojavil pri srednjem srednjem sloju, ki mu pripadata Jérôme in Sylvie. Ta sloj si je sicer lahko privoščil določeno lagodnost, hkrati pa se je zavedal, da mu privilegiji višjega srednjega sloja, torej velikega meščanstva, preprosto niso dani. Nižji srednji sloj je bil preveč na dnu, da bi lahko o takšnih privilegijih sploh sanjal, medtem ko je srednji srednji sloj frustrirala ravno ta distinkcija. Tudi poklic psihosociologa, ki mu Jérôme in Sylvie pripadata kot raziskovalca tržišča in anketarja potrošnikov, ju pravzaprav sili v to, da razmišljata o udobju in brezbriznem razkošju, ki ga imata ves čas pred očmi. Vsa noblesa, ki se razkazuje v hausmannovskih stavbah na avenijah Mozart in Georges-Mandel, v tiho drsečih limuzinah in angleških oblekah, v katerih na dražbah v galeriji Drouot veliko meščanstvo kupuje Cranachove slike, namreč ni bila prigarana, pač pa je bila višjemu srednjemu sloju preprosto dana bodisi po rojstvu (nemalo ga je izhajalo iz aristokracije) bodisi po dednosti (preostanek je izhajal iz velikega meščanstva 19. stoletja). V nasprotju z njimi za sloj, ki mu pripadata Jérôme in Sylvie, po Péricu velja tole: »Skoraj vsi so izhajali iz malomeščanskih družin in mislili so, da jim njihove vrednote ne zadostujejo več: zavistno, pobito so od strani opazovali očitno udobje, razkošje, popolnost pravih meščanov.« (Péric 1996: 36)

Frustracija Péricovih protagonistov torej ne izhaja toliko iz materialne stiske, pač pa iz statusne tesnobe, iz pomanjkanja stila, ki pa je tako rekoč nepremostljivo, saj gre za večinoma prirojeno in le deloma priučeno lastnost višjih slojev: »Neusmiljeno jima je primanjkovalo lagodnosti – in to je bilo nedvomno najhujše. Ne materialne, objektivne lagodnosti, ampak nekakšne neprisiljenosti, nekakšne brezskrbnosti.« (Péric 1996: 17) Jérômu in Sylvie se namreč *arrivisme*, povzpetništvo, ki je lastnost male buržoazije, upira, ne želita se ustaliti v nekakšni družinski idili in se zadovoljiti z razmeroma lepo, vendar še zdaleč ne razkošno pisarno. Želita si, da bi že bila v njej, tako rekoč neopazno, brez truda: »Lahko bi uspela, tako kot vsi ostali; a onadva sta hotela uspeli na mah. Nedvomno sta prav zaradi tega spadala med ljudi, ki jih običajno imenujemo intelektualci.« (Péric 1996: 51) Njun položaj je sicer z vidika družbenega statusa jasen, saj se jima upira podleganje normam malega meščanstva, ki narekujejo postopen in vztrajen vzpon po družbeni lestvici in korporativni hierarhiji, četudi se zavedata, da s tem ostajata na dnu lestvice, medtem ko se

njuni kolegi počasi selijo v večje pisarne: »Seveda sta se znala pogovarjati o čem drugem, o nedavno izdani knjigi, o kakem režiserju, o vojni ali o drugih ljudeh, a včasih se jima je zdelo, da se njuni edini *pravi* pogovori vrtijo okrog denarja, udobja, sreče.« (Perc 1996: 53)

Družba denarja, ki je postala potrošniška družba, je bila tako vseprisotna, da je njeno ime, ime samega denarja, postalo sinonim za srečo. Moderna družba, kakršno vidi Perc v šestdesetih letih, se je izkazala za popolno uresničitev lastne definicije: uživanje presežkov produkcije je skrbelo za zagotavljanje posameznikove sreče. Percova Jérôme in Sylvie si sreče sploh ne moreta več predstavljati brez denarja, saj je identifikacija denarja, lagodnosti in sreče popolna, brezstična. Pa vendar je ta sreča utelešena in popolna le v krogih velikega meščanstva, ki pa jim Jérôme in Sylvie ne pripadata.

Ta položaj izraža notranje protislovje potrošniške družbe: tisti, ki so to družbo poganjali, niso bili tisti, katerih ime je ta družba bila. Malo meščanstvo, srednji srednji sloj, je s svojo željo po doseganju sreče skozi stvari sicer utelešalo potrošništvo, vendar je bil višji srednji sloj, torej veliko meščanstvo, tisti, ki je v potrošništvu v resnici užival in po katerem se je potrošniška družba zgledovala. Dejansko sta prav veliko meščanstvo in padla aristokracija še v 20. stoletju potrošniško družbo zaznamovala z ideali 19. stoletja, kar je bila pomembna ovira pri razvoju družbe. Ta je bila tako rekoč v zaostanku za eno tehnologijo, kot je to kasneje izrazil Romain Gary, po katerem je gospodarstvo delovalo na zastareli tehnologiji, četudi je nova že obstajala (Gary 1975: 82). Navade in značilnosti srednjega srednjega sloja, ki je predstavljal resnično množico, podstat množične potrošnje, so šle na prehodu iz 20. v 21. stoletje začele opredeljevati potrošniško družbo kot konglomerat množične – in mestoma vulgarne – konsumpcije dobrin, nekakšne fluidne zavesti, ki jo je v prvi polovici 20. stoletja zastavila modernistična in ničejanska dekonstrukcija skozi objekte subjektiviranega subjekta.

Politično ozadje, ki ga je Perc dodal med pisanjem romana, potem ko mu najprej ni posvečal posebne pozornosti (Chalonge 2017: 913), v besedilu deluje kot nekoliko komičen vstavek. Ta naj bi frivolnosti stoletja, ki ga tako usodno določa potrošništvo, dodal *gravitas*, nekakšno resnost, ki naj bi v roman vnesla tudi kritičen, celo angažiran ton. S tem je Perc dejansko spodbudil politično levico, da je roman skušala brati kot poskus upora in kritike sodobne družbe.

Perec se je namreč več kot očitno zavedal pomena delavskih pravic in socialne države, četudi je desnica *Stvari* brala kot odo potrošništvu in mehanizmom kapitalizma. Perec je oglaševalski milje, v katerem delujeta Jérôme in Sylvie, ne nazadnje označil za tradicionalno levo sredino, ki resda prisega na dinamizem in tehnokratizem (Perec 1996: 57), s katerima se je istovetila ekonomsko liberalna desnica. Medtem ko se je levica tešila z videzom angažiranosti Percovega romana, desnica pa se je prepoznavala v moderni korporativnosti njegovega miljeja, je potrošniška družba funkcionirala ne glede na politično pripadnost. Oglaševalski milje je namreč Percu pomenil tudi okolje, ki se ne meni za dnevno politiko in ki svoje poslanstvo in zgodovino meri v stoletjih (Perec 1996: 57). To ga postavlja v udoben položaj, v katerem njegovo vzvišeno in intelektualistično prepričanje opravičuje bogatenje, kakršno je zaplodilo tudi izraz *kaviarska levica, la gauche caviar*.

Angažma Percovih protagonistov je zato intelektualistično distanciran od vsakršnega dnevnega dogajanja in povsem površinski: »Njun dejavni odnos je bil seveda le površinski; niti v enem samem trenutku se nista počutila dejansko vpletena; njuna politična zavest [...] je po njunem mnenju segala čez alžirsko vojno.[...]« (Perec 1996: 60) Jérôme in Sylvie živita v svetu, ki ga v družbenopolitičnem smislu določa revija *L'Express*, glasilo sodobnega establišmenta, ki mu je v romanu posvečeno posebno poglavje. *L'Express* s podobami učinkovite in estetične modernosti velike buržoazije omamlja malo meščanstvo, ki skuša te podobe replicirati z marljivim poganjanjem potrošniškega kolesja. Imena časopisov, ki se v Percovem romanu pojavijo kot eksplicitne reference na družbenopolitično klimo, so jasno umeščena v potrošniški sistem kot bodisi preveč bodisi premalo liberalna:

*A Express* in samo *Express* je ustrezal njihovi umetnosti življenja: vsak teden so v njem na novo odkrivali najobčajnejše opravke iz svojega vsakdanjika, pa čeprav bi upravičeno lahko trdili, da so izkrivljeni in popačeni. [...] Nič niso skrivali: bili so ljudje, kakršnim je *Express* namenjen. [...]. *Express* jim je ponujal vsa znamenja udobja[...] (Perec 1996: 32–33)

Vodi reviji, ki je med izjave direktorjev, lastnikov podjetij, inženirjev in mislecev spretno plasirala oglase, da bi z njimi zapeljevala malo meščanstvo in mu krojila sanje, se skriva vsa moč medija kot agenta potrošniške družbe. *L'Express*, ki mu Perec pravi tudi »reklamni cirkus« (Perec 1996: 32), je pravi dedič Balzacovih časopisov, ki so v tridesetih letih 19. stoletja krojili javno mnenje, pospeševali prodajo knjig in posredovali določen način bivanja, ki ga je začejala definirati

menjalna vrednost. Veliko meščanstvo se tako v ilustriranem mediju, v katerem oglašuje dosežke velike industrije, postavi na ogled malemu meščanstvu, ki si želi posnemati njegove dosežke.

## Umetnostno polje in Flaubertova vloga v *Stvareh*

Vloga medija kot posrednika posredujoče vrednosti se tako v drugi polovici 20. stoletja vzpostavi drugače kot v 19. stoletju, ko je bila novinarska sfera pomemben del literarnega polja. Številne reference na Flaubertovo *Vzgojo srca*, ki naj bi določale ton Perecovega romana, večinoma ostajajo na stilistični in motivni ravni. Gre za številne izposojene prizore, ki bodisi po prizorišču (ladja, dražba) ali motiviki spominjajo na Flauberta, pri čemer je med najbolj zanimivimi nekakšna karikatura konca *Vzgoje srca*: »Videla sta nekaj novih, nekaj starih filmov, bila na nekaj potovanjih, odkrila sta nove restavracije. Kupovala sta si srajce in čevlje, puloverje in krila, krožnike, rjuhe, drobnarije.« (Perc 1996: 62) Če je namreč Flaubertu šlo za prikaz vzpostavitve literarnega polja, ki se je kot relativno avtonomna struktura formiralo znotraj polja moči, je v Percovem času to polje že v celoti podrejeno polju moči. Prav *differentia specifica* umetnostnega polja, ki jo je Bourdieu nazorno prikazal ob Flaubertovem romanu, je v drugi polovici 20. stoletja povsem klonila totaliteti potrošništva. Časopisi so kot glavni medij in s tem pomemben del umetnostnega polja v 19. stoletju predstavljali kritično telo, ki je delovalo kot neodvisen korektiv, kakršen je dosegel tudi preobrat v aferi Dreyfus. Prav neodvisna moč medijev, ki je vzpostavila moderno družbo 20. stoletja, v kateri se je literarna sfera osamosvojila od struktur moči, je v šestdesetih letih s cela podlegla tem strukturam. Privlačno oblikovana revija, kakršna je bil *L'Express*, je pod krinko na videz neodvisnih mislecev in strokovnjakov dajala oglaševanju kredibilnost. Ker je prav oglaševanje postopoma postajalo glavni vir prihodka nekoč neodvisnih medijev, so ti prišli pod posreden vpliv lastnikov kapitala, ki so tako posredno določali tudi uredniško politiko. Namesto da bi torej mediji kritično analizirali polje moči, so se v njem udobno ugnezdili in pod krinko nekakšnega političnega liberalizma in idealov socialne države služili kapitalu in njegovemu lastniku, velikemu meščanstvu (Bourdieu 1992).

Četudi se Flaubertov vpliv zdi zgolj formalne narave, se prav skozi slog, ki si ga je Perc delno izposodil pri Flaubertu, zgodi tudi strukturni premik od Frédéric Moreauja do Jérôma in Sylvie. Medtem ko je Flaubertov protagonist dvomil, neodločen v svetu, ki ga ni več povsem razumel ali cenil, sta Percova

protagonista že lutki sistema. Polje moči, kakršno se je vzpostavilo v drugi polovici 20. stoletja, je odvzelo subjektu, nekdanjemu problematičnemu posamezniku, vsakršno možnost problematiziranja sveta. Medtem ko je Moreau še lahko izražal *malaise* v komodificirani družbi (s čimer je naposled postal anti-junak), tovrsten dvom pri Jérômu in Sylvie ni več možen. Od tod karikaturni značaj odlomka o njunih dodatnih potovanjih in nakupih, ki romantični zanos dokončno sprevržejo v seštevek srjac, krožnikov in kril. Nekdanji Flaubertov subjekt je postal Percov objekt, njegova protagonistka pa sta postala psevdounaka v psevdoromanu, v katerem imata vlogo »robotiziranih portretov«, ki, kot piše Robert Kanters, »ponazarjata raziskavo o tem, kako posedujemo stvari in kako one posedujejo nas« (nav. po Chalonge 2017: 912). Percova protagonistka tako predstavlja Flaubertovega junaka, ki je dokončno opredmetil svojo psiho in postal stvar med stvarmi,<sup>121</sup> kot takšen pa tudi že nakazal reifikacijo človeka, kakršno bo Volponi opisal dve desetletji pozneje.

Optimizem, ki na videz žene Percova protagonista, se tako kmalu sprevrže v pesimizem, ki pravzaprav nastane zaradi pretiranega optimizma, prevelikega zaupanja v kraljestvo stvari. Jérôme in Sylvie sčasoma ugotovita, da ne upravljata več s svetom, ki ju tako privlači, pač pa ta svet upravlja z njima. Tako nista več krojača lastne usode kakor D'Annunziov junak, ki je skozi dekonstrukcijo subjekta postajal hkrati avtor, izvajalec in gledalec lastne drame; nasprotno, njuno usodo krojijo objekti potrošniške družbe. Tega preskoka najprej sama niti ne opazita, saj sta prepričana, da njune frustracije izhajajo iz tega, da si stvari, ki si jih želita, ne moreta privoščiti; šele sčasoma opazita, da sta se ujela v past potrošništva: »Živela sta v čudnem in mamljivo lesketajočem se svetu, v blešččem vesolju trgovinske civilizacije, v ječah izobilja, v zapeljivih pasteh sreče.« (Perc 1996: 63) Ta »civilizacija sreče«, kakor jo je označil cineast Alain Resnais (Chalonge 2017: 924), ta kultura, v katero se je ujela povojna evropska družba, je Calvinovega Quinta Anfossija s svojim optimizmom očarala, preden ga je prelisčila in opeharila, medtem ko je Percova protagonistka preprosto zasužnjila. Karikatura Flaubertovega razočaranja nad komodifikacijo se tako

<sup>121</sup> V predavanju, ki ga je imel leta 1967 na univerzi Warwick (Chalonge 2017: 910), je Perc kot zglede pri pisanju romana poleg Flauberta navedel še Barthesa, Nizana in Antelma. Povezavo z Barthesom je mogoče pripisati sistemu objektov, v katerega sta ujeta protagonistka Stvari, medtem ko je Perc povezavo z Nizanom omejil na odmaknjen odnos, ki ga je Nizan vzpostavil do svojih likov, medtem ko Nizanove radikalne kritike družbe denarja ni omenil.

naposled sprevrže v tragedijo, v kateri je človekov absurd, *malaise* človeške usode, zveden na to, da je človeško bitje enostavno vrženo v svet, od katerega je ostalo le še potrošništvo. Tako pade še zadnja trdnjava, ki jo je skušal Camus omiliti z ideali socialne države: človekova eksistencialnost postane blago v funkciji potrošništva, človek pa se rojeva samo še za to, da bi konsumiral:

Od postaje do postaje starinaric, knjigarn, prodajaln s ploščami, jedilnikov v restavracijah, potovalnih agencij, trgovin s srajcami, krojačev, sirarjev, čevljarjev, slaščičarjev, luksuznih delikates, papirnic je njuna pot predstavljala njun resnični svet: tu so bile njune želje, njuni upi. Tu je bilo pravo življenje, življenje, kakršno sta hotela spoznati, kakršno sta hotela živeti: zaradi teh lososov, teh preprog, tega kristala sta ju pred petindvajsetimi leti spočela neki uslužbenec in neka frizerka. (Perec 1996: 67)

## Romain Gary in posameznik v času gospodarskega razcveta

Leta 1975 se Romain Gary v romanu *Au-delà de cette limite votre ticket n'est plus valable* (Od tod naprej vaša vozovnica ni več veljavna) posveti zatonu tistega sloja, ki ga je malo meščanstvo vzdrževalo pri življenju, ni pa ga moglo dohiteti, namreč velikega meščanstva, ki so mu manjša podjetja služila kot dobaviteljska platforma. Šestdeseta leta, ki so Percu predstavljala popolno objektivacijo subjekta, po kateri so malemu meščanstvu ostale le še frustracije, velikemu meščanstvu pa potrošniški ekscesi, so namreč prav z razmahom srednjega sloja veliko industrijo okrepila do te mere,<sup>122</sup> da se ji je obetal nesluten razcvet, ko rast na videz ni več poznala meja: Garyju so leta 1962–1970 dajala vtis, »da je evropska gospodarska blaginja odkrila skrivnost nenehne rasti, denar pa je v Franciji in Nemčiji po zaslugi gospodarskih uspehov hitro pridobival moralni in malone duhovni sijaj, kakršnega ni poznal vse od razcveta meščanstva v 19. stoletju« (Gary 1975: 16).

---

<sup>122</sup> Srednji sloj, kakor ga je opisal Calvino, je delal v majhnih podjetjih tekstilne, živilske, kemijske in strojne industrije, ki so dobavljala velikim koncernom na področju mode, prehrane, farmacije, avtomobilizma in gradbeništva. Kmalu je postal najštevilčnejši sloj moderne povojne družbe in na njegovi potrošnji je slonelo bogastvo lastnikov velikih delniških paketov industrijskih in trgovskih družb, t. i. finančne aristokracije, ki jo opisujeta Ottieri in Gary. (Scarpellini 2008)

Kot smo videli, je tempo potrošnje in s tem družbe v celoti usodno pospešil obrat od povpraševanja k ponudbi, po katerem je produkcija začela opredeljevati potrebe, namesto da bi se po njih ravnala. Ko se je družba soočila z omejitvami potrošnje, se je soočila tudi z omejitvijo rasti, kar je prikazal Baudrillard, ilustriral pa Braudel, ko je govoril o horizontalni rasti, ki zamenja vertikalno, ko se določen trg, segment ali niša zasiči. Pa vendar je bila povojna rast zaradi pomanjkanja v času vojne (pa tudi zaradi nezmožnosti liberalnega kapitalizma, da bi se v celoti razmahnil) tako vsemogočna, da je preseгла celo pričakovanja svojih protagonistov, namreč velikih industrialcev in bankirjev. Tako so posli v evropski gospodarski skupnosti, ki je prav v tistem času nastajala, cveteli na vseh področjih. Garyjev junak se znajde na prelomnici, ko tako zasnovana Evropa na začetku sedemdesetih let zaide v prvo krizo: vrstijo se stavke kot posledica brezsravnega upravljanja podjetij, grozeča brezposelnost in naftna kriza pa napihnjeno evropsko gospodarstvo silita v korekcije napovedi rasti. Jacques Rainier se giblje v visokih finančnih krogih, v družbi avtomobilskega magnata Agnellija, nemškega tajkuna Kleindiensta in predvsem ameriškega mogotca Dooleya, ki govori odlično francoščino z ameriškim naglasom (saj je nekoč obiskoval elitno gimnazijo v pariškem okrožju Janson-de-Sailly).

Rainierjevo podjetje, ki se ukvarja s papirjem in lepenko za embalažo, ozaljšal pa ga je – podobno kot Flaubertov Arnoux – tudi z umetnostno založbo (malo je manjkalo, da ni ustanovil velikega evropskega knjižnega kluba), podobno kot mnoga druga podjetja zaide v težave zaradi velikanskih kreditov, ki jih je prisiljen najemati zaradi velikih poslov in obeta hitre rasti (pa tudi sicer so jih banke ponujale pod ugodnimi pogoji), kasneje pa zaradi padca naročil, ki je posledica zmanjšanja agregatnega povpraševanja na svetovni ravni. Tako se Rainier sooča s potrebo po likvidaciji podjetja, ki bi ga rad prodal najboljšemu ponudniku, pri čemer računa na odkupno ceno na ravni nekaj sto milijonov današnjih evrov. Cena, ki mu jo sprva ponuja nemški koncern Kleindienst, se mu ne zdi sprejemljiva, vendar mu Dooley, magnat, ki njegovo delovanje dobro pozna, svetuje, naj jo sprejme, saj vključuje sveženj delnic podjetja, ki bi ga Dooley rad prevzel, pri čemer to lahko stori le pod mizo, torej kot skriti partner. Tako mu Dooley ponudi kritje razlike do najvišje cene, ki so jo delnice Rainierjevega podjetja kdaj koli dosegale (odtlej so padle za 69 odstotkov), če le sprejme nemško ponudbo in mu v zameno za preplačilo prepusti nemške delnice. Američanu, ki ima denarja več kot dovolj, gre pri tem predvsem za vpliv.

## Podjetniški zaton in junakove reprodukcijske sposobnosti

Vendar je pod vidno poslovno plastjo romana še človeška, ki je manj opazna in zadeva Rainierjevo spolnost. Roman je namreč zgrajen kot paralelna zgodba med poslovno in spolno močjo, ki se ves čas prepletata in dopolnjujeta v svojem labodjem spevu. Pri Rainierju se namreč postopni zaton evropske neomejene rasti ujema z zatonom njegove spolnosti. Rainier je v zvezi z brazilsko lepoticco, ki je dobra tri desetletja mlajša od njega, sam pa je plen težkih frustracij, ki izhajajo iz fiksacije, da mu spolna moč peša. To se še posebej kaže v kontrastu z Doolejem, ki poseblja ameriško moč na vseh področjih. Aluzije na seksualnost se pojavljajo skozi ves roman, pri čemer Gary svojo frustriranost črpa tudi iz skupne zgodovine glavnih likov, Rainierja in Dooleya, saj sta oba sodelovala v osvoboditvi Pariza na strani zaveznikov in jima ta skupna zmaga še vedno daje neki zagon, ki pa je z desetletji vse bolj vprašljiv, oddaljen in irelevanten. Na prizorišče, ki ga je dotlej obvladovala t. i. tiha generacija (ta je imela v lasti velika podjetja in odločevalne delniške pakete), prihaja generacija babyboomerjev, med katere sodi tudi Rainierjev sin Jean-Pierre, diplomant elitnih šol, ki deluje v očetovem podjetju, vendar nima očetovega zagona. Tako smo soočeni s podobno situacijo kot pri Calvinu, ko Quinto ugotovi, da sta se s posrednikom svoj čas borila za iste ideale, zdaj pa sta se oba znašla v primežu surovega kapitalizma, pri čemer Garyjev posrednik ni banalen nepremičninski mešetar, pač pa ameriški tajkun.

Rainier, ki je v svoji frustriranosti in pesimizmu (na koncu se odloči za svojevrsten samomor, ko naroči lastnega morilca, a mu to prepreči ljubica) podoben antijunak kakor Quinto, le da je bogatejši in mirnejši, se znajde na točki, ko začne v Evropi razpadati vizija množične potrošnje in industrijskega napredka, kakor je bila zastavljena v 19. stoletju:

To ni običajna kriza. Vse naše strukture so izrabljene. Ne gre niti za gospodarstvo: zaostajamo za eno tehnologijo. Gospodarstvo se sesuva, ker je še vedno vezano na tehnologijo, ki je zaradi hitrosti razvoja postala anahronistična. [...] Prizadevali smo si, da bi Jules Verne postal resničnost: to je bilo v 19. stoletju. 20. stoletje se ni pripravilo na 21.: iztrošilo se je z izpolnjevanjem 19. stoletja. (Gary 1976: 82)

Leta 1970, ko Francozi in Britanci razvijejo concorde, nadzvočno letalo za potniške polete, se izkaže, da takratna najsodobnejša tehnologija vendarle še ni dorasla pričakovanemu razvoju in rasti. Ko Gary pravi, da se je 20. stoletje iztrošilo v izpolnjevanju 19. stoletja, namesto da bi se pripravljalo na 21., hoče

reči, da je bil svet v sedemdesetih letih v zaostanku za eno vrsto tehnologije, ker ni znal slediti lastnemu napredku. Ideja o neomejeni rasti je bila namreč povezana z vesoljsko tehnologijo, ki bi naposled del človeštva izstrelila iz zemeljske orbite in tako omogočila rast potrošnje v vesolju, toda ta načrt se je izjalovil. Rainier trdi, da se je s stopinjami na Luni določeno obdobje končalo, namesto da bi se začelo. V resnici so naravni viri in pogonska goriva iztrošeni, kar pa se pri Rainierju ne dogaja zgolj na ravni tehnologije in industrije. Rainierjev pesimizem s tem malce spominja na Folantinovega, pri čemer sam ne more več (trošiti in se reproducirati), Folantin pa nikdar ni mogel.

Apetite posrednika Dooleya Rainier označi z braudelovsko sintagmo o horizontalni širitvi, ki je ob iztrošenosti surovin in tehnologije edina možna rešitev. Ker vertikalna širitev, ki zahteva nakupe podjetij iz iste panoge, zaradi zasičenosti trga ni več možna, tajkuni kupujejo v drugih panogah:

Verjetno ne more nehati žreti. Poglej recimo Paribas. To so organizacije, ki imajo neomejen apetit po beljakovinah. Najprej se bo utrdil v Franciji, potem pa se bo širil. Te strukture, ko ne morejo več požirati vsega, kar je pred njimi, začnejo jesti s strani, kot rakovice. To se imenuje diverzifikacija[.] (Gary 1976: 86)

Horizontalna širitev se izkaže za odrešilno tudi v spolnem smislu, saj si Rainier sam ni več dovolj, pri čemer mu tudi zdravnik svetuje, naj si omisli pomočnike. Tako si Rainier pri svoji horizontalni spolni širitvi omisli fiktivnega pomočnika Ruiza, ki ga odtlej angažira v različnih vlogah s svojo brazilsko ljubico, obenem pa začne hoditi v pariški predel Barbès, in sicer v zloglasni trikotnik Goutte d'Or (nekoliko jugovzhodno od postaje Gare du Nord), kjer se ponuja široka paleta ponudnikov na uslugo belemu upehancu. S tem se odpre še ena plast romana, ki s pomočjo spolnih fantazem belega moškega rešuje evropsko civilizacijo s svežo afriško krvjo, kar Rainier interpretira z mislijo, da gospodarja rešujejo nekdanji sužnji. Tako Gary postulira mogočo rešitev krize evropskega gospodarstva z vnosom tuje krvi in drugačne ekonomske sintagme, ki naj jo prinese demografska in ekonomska imigracija.

Rainier se znajde v položaju, ko ni več možno niti nekoliko naivno navduševanje nad prihajajočo potrošniško družbo (ki je še značilno za dečke v Pasolinijevem romanu *Ragazzi di vita*) niti želja po življenju, polnem stvari (kakršno si v Perecovih *Stvareh* predstavljata Jérôme in Sylvie), saj je potrošniška družba že dospela in je tako rekoč pokonsumirana. Ko je potrošniška

družba na vrhuncu svojega globalnega razcveta, tudi ni več smiseln zunanji upor, saj je bil pokonsumiran tudi že študentski upor iz leta 1968, pa še tega Perecova protagonista doživita bolj kot *velléité*, ki spominja na Moreaujevo sodelovanje v političnem in revolucionarnem življenju iz let 1848–1851. Pa vendar je odčaranje prišlo v trenutku, ko je potrošništvo prevzelo oblast in je rast dosegla maksimalno raven. Tedaj niti za najbolj goreče privrženca teorije rasti in neskončnega napredka ni bilo več zolajevske svetle prihodnosti, saj je klimaks že mimo, kapital pa je svoje tako rekoč že dal. Potrošništvo in pozna industrijska družba sta se sprevrgla v sivo sedanost, v kateri je zaradi mlčnosti ponujenega propadel tudi odločni in krvoločni nizanovski upor, ki ga je medtem požrl stalinistični totalitarizem, vsi poskusi camusevske srednje poti, vključno z jugoslovansko, pa so bili prav tako tik pred propadom.

### *Drugstore*: znakovna totaliteta v času gospodarskega razcveta

Rainier si v napadu frustracij in depresije pomaga z nočnim nakupovanjem plošč. Ta na videz trivialna dejavnost poteka na Elizejskih poljanah, kjer je bil tedaj en sam prostor, v katerem je bil v nočnih urah možen nakup kulturnih dobrin, in sicer t. i. *drugstore*. S tem v izteku zgodbe Rainier na svoj način sklene pot, ki se je začela v benjaminovskih pasažah in nadaljevala v zolajevskih veleblagovnicah. Rainier namreč svojo *condition humaine* ocenjuje z vidika konsekracije denarja z intelektom, do katere je prišlo v 19. stoletju s pojavom pasaž, v katerih je poznoromantični boemski flaner posvetil potrošnjo in ji vdahnil kulturno vrednost, avro, kakršne ne bo nikdar več imela. V trenutku, ko duhovno avro dobi blago, umetnost avro izgubi, saj sama postane blago, in sicer kulturno blago, katerega trgovanje omogoča bourdieuevska avtonomizacija literarnega polja. Skoraj nekoliko naivno baudelairovsko navdušenje nad *nouveautés* in *le nouveau*, ki prozaični trgovini vdahne poetičnost in ki zaznamuje tudi flanerjevo navduševanje nad tehniko in fotografijo, prav z izumom fotografije, ki omogoči tehnično reproduktibilnost, umetnosti odvzame avro poetičnosti in jo skozi neskončno reproduktibilnost pahne v sfero prozaičnosti. Dvojni proces, v katerem blago postane umetnost, umetnost pa blago, se kaže že v Zolajevem pojmovanju veleblagovnice, kakršno predstavlja Au Bonheur des Dames, vrhunec pa mu zagotovi pariški *drugstore* iz poznih šestdesetih let 20. stoletja.<sup>123</sup>

<sup>123</sup> »Sinteza blaginje in preračunljivosti je drugstore. Drugstore (skupaj z novimi nakupovalnimi središči) predstavlja sintezo potrošniških dejavnosti, med katerimi se

*Drugstore* je pravzaprav model, nekakšna znakovna maketa totalitete potrošniške družbe, kakršna se je formirala na vrhuncu svojega razvoja. Po Baudrillardu je *drugstore*, ki nivelizira pomene najrazličnejših blag, vrhunec potrošniške družbe. V njem (in v njegovi veliki izpeljanki, tj. v trgovskem centru) se vsa blaga spojijo v velikanski amalgam znakov, ki s potrošnikom komunicirajo v enaki meri in na isti ravni, na ravni znakov, pri čemer se kulturne dobrine v ničemer ne razlikujejo od življenjskih potrebščin, saj vse govorijo isto govorico: govorico potrošništva. Toda brž ko se pojavi *drugstore*, se vrhunec potrošništva konča. Tehnična reproduktivnost je dosegla svoj vrhunec, ko je kulturalizacija dobrin zajela vsa polja produkcije in potrošnje. Vsem umetniškim predmetom so oteeli avro, obenem pa s pomočjo izpostavitve dobrin kulturalizirali vse druge predmete. Izvolitev Valéryja Giscarda d'Estainga v letu 1974, ki jo Rainier označi za izvolitev Mitterrandovega fantoma, pomeni tihi zasuk liberalizma in tehnokracije ki jo je simboliziral Giscard, k socialni državi, kakršno je zagovarjal Camus, pa tudi k potrošništvu s človeškim obrazom. Na vrhuncu velikanskih trgovskih centrov, kakršen je bil Parly 2,<sup>124</sup> v katerem »potrošnja zajame celotno življenje in kjer se dejavnosti zvrščajo v istem kombinatornem modusu« (Baudrillard 1970: 23), se množična potrošnja utelesi v kompaktni in prijaznejši, na videz manj agresivni obliki, ki jo predstavlja *drugstore*. Ta je veleblagovnica v malem, toda s kurirano ponudbo, ki nakazuje tudi kurirano potrošnjo, ki pa ni nujno manj invazivna, čeprav je subtilnejša.

*Drugstore* dokončno uveljavi bourdieujevski simbolni kapital, ki se ne kaže zgolj v elegantni igri tenisa ali v Bachovem *Dobro uglašnem klavirju* na

---

mešajo nakupovanje, koketiranje s predmeti, igrivo pohajkovanje in možnosti kombiniranja. V tem pogledu je *drugstore* bolj značilen za sodobno potrošnjo kakor veleblagovnice, v katerih kvantitativna centralizacija izdelkov pušča manj prostora za igrivo raziskovanje, nizanje polic in izdelkov pa narekuje bolj utilitarno premikanje, medtem ko same v sebi nosijo še nekaj iz obdobja, v katerem so se rodile, tj. iz obdobja, ko so množice začele dostopati do vsakdanjih potrošniških dobrin. V primerjavi z veleblagovnicami ima *drugstore* popolnoma drugačen pomen: v njem se kategorije blaga ne seštevajo, temveč se dogaja zmnožek znakov, vseh kategorij blaga, ki sicer funkcionirajo kot delna polja znakovne totalitete. Kulturni center postane sestavni del nakupovalnega središča.« (Baudrillard 1970: 21)

<sup>124</sup> Parly 2 velja za model sodobnega trgovskega centra, v katerem se luksuz in vsakdanja potrošnja združujeta s kinom in restavracijami. Baudrillard v zvezi z njim izpostavlja »komercialni dinamizem in smisel za estetiko«, ki Parly 2 spreminjata v »domovanje potrošništva kot celostne organizacije vsakdana« (Baudrillard 1970: 25).

domačem gramofonu, pač pa tudi v plošči Rolling Stonesov, ki si jo industrialec s klobukom kupi v trgovini, ki ni le trgovina s ploščami, pač pa *drugstore*, trgovina s konceptom. Giscardov čas, v katerem živi Rainier, zaznamuje premik, po katerem ne le blago, pač pa tudi način potrošnje postane identifikator subjekta in njegovih preferenc.<sup>125</sup> V trgovini, ki ponuja samo glasbo (in s tem nadaljuje tradicijo monoblagovnih butikov, ki spominjajo na Baudujevo trgovino iz romana *Au Bonheur des Dames*), je nakup plošče drugačen kakor v trgovini, v kateri je glasba sestavni del celovite, kurirane, kulturalizirane ponudbe. Tam je vsako blago kulturalizirano, vsaka kultura pa komodificirana, s čimer je dosežen vrhunec množičnega potrošništva, katerega začetke smo videli v balzacovskih *Galleries de Bois* iz Palais-Royala, ki so jih kmalu nadomestile pasaže, te pa so se prelevile v veleblagovnice.

Trenutek, ko potrošniška družba izgubi izvorni in brutalni naboj, kakršnega je Nizan opisoval v knjigi *Aden, Arabija*, in ko buržoazija ne more več živeti zgolj od sekundarnih plodov kapitala, kot so dividende in obresti – se pravi, ko kapital ne more več polno ejakulirati (to se pri Garyjevem Rainieru zgodi tako v izvornem kot v prenesenem pomenu) –, je obenem trenutek, ko potrošne dobrine prevzamejo simbolno vlogo. Pri Nizanu se kapital še razplaja, postane pa abstrakten in avtonomen, ločen od svojih korenin v zemlji in delu, tako da izraža samo še menjalno vrednost denarja in delnic. Pri Garyju pa menjalna vrednost, ki denarju omogoča razplod na finančnih trgih, postopoma prehaja v simbolno, tako da lahko celo vsakdanje dobrine postanejo luksuzne, saj jih določa drugačna uporaba, ki se izraža v distinkciji, se pravi, v drugačnem načinu nakupovanja (diskretnost), lokaciji nakupa (*drugstore*) in subjektu uporabe (kulturno-finančna elita).

Simbolna vrednost blaga tako v sebi nosi čisto poseben pomen, in sicer pomen nove uporabne vrednosti blaga, ki je imelo poprej le menjalno vrednost.

<sup>125</sup> Baudrillard tu prvič v kontekstu prehoda od opazne potrošnje k diskretni konsumpciji omeni izraz, ki bo devet let pozneje prešel v naslov Bourdieujeve knjige: *la distinction*. Prehod od kvantitativnega razkazovanja bogastva k diskretnemu poznavalstvu, značilnemu za elite, namreč omogoča specifična distinkcija: »Bogataš, ki vozi spačka, seveda ne razkazuje glamurja, gre za subtilnejši pristop: pomembno se razlikuje, odlikuje se po načinu, kako troši, po stilu. Svoj privilegij povsem ohranja, s tem ko prehaja od opaznosti k diskretnosti (ki pa je še opaznejša), od kvantitativne opaznosti k distinkciji, od denarja h kulturi.« (Baudrillard 1970: 69)

S tem se nova uporabna vrednost, ki jo definira simbolna vrednost uporabe določenega blaga (običajnega spačka, pop plošče itn.), izkaže za pripravo na novo metamorfozo kapitala in blaga, ki skrbi za njegov obrat: če je pri Garyju vrednost dobrin in kapitala v celoti abstraktna in simbolna v Bourdieujem pomenu, se z novo uporabnostjo, ki ji jo pripisuje njena simbolna vrednost, pripravlja na svojo sublimacijo, ki jo doživi ob prehodu v virtualnost, ko *drug-store*, trgovine s konceptom in trgovski centri preidejo na splet, v pretočnost, in tam postanejo fluidni, potrošniška družba (in z njo produkcija) pa odkrije nov način lastne neomejenosti, saj se posredovana in posredujoča vrednost zlijeta v navidezni resničnosti.

## Ko razplod kapitala ne zadovoljuje več: *I divini mondani* Ottiera Ottierija

Medtem ko Perecova zgodba prikazuje iskanje sreče v konsumpciji presežkov produkcije, ki naposled privede do reifikacije samih subjektov tega iskanja, Garyjeva pa nakazuje novo uporabno vrednost, ki jo prinaša simbolna vrednost stvari, se proza Ottiera Ottierija dotakne iskanja sreče v sami simbolni vrednosti. Medtem ko Perc svet opazuje skozi prizmo objektov, ki protagonistoma s svojim materialno-taktilnim značajem zbudajo ugodje, svet Ottierijevih protagonistov označuje sublimirana vrednost, ki se izkazuje v njihovem hedonizmu.

Materializacija iskanja sreče v družbi, v kateri je posredujoča vrednost dokončno prevzela vajeti, se v Ottierijevem romanu *I divini mondani* (Božanski svetovljani) manifestira na ravni visoke družbe, višjega srednjega in višjega sloja, ki konstituira nov družbeni segment, imenovan *jet-set*. *Jet-set* kot izrazit produkt konca šestdesetih let določa lagodno premikanje od ene zabave do druge, ki vključuje letalske polete med različnimi evropskimi in svetovnimi mondenimi letovišči. Mondenost, ki odseva nekakšen božanski blišč, od koder tudi naslov Ottierijevega romana, je pravzaprav vse, kar pripadniki *jet-seta* imajo, saj jih določa le še videz, veseli pa le še lenobno debatiranje ob večerjah in šampanjcih, ki so pravzaprav tudi edina tema njihovih pogovorov.

Ottiero Ottieri, ki je podobno kakor Paolo Volponi (oba sta bila rojena leta 1924) velik del svoje poslovne poti prebil v italijanskem podjetju Olivetti, kjer je skrbel za kadrovske zadeve, je na literarno pot stopil s psihološko in socialno

analizo sveta italijanske povojne industrije skozi optiko fašizma,<sup>126</sup> preden se je lotil kritičnega in predvsem satiričnega prikazovanja sveta lastnikov kapitala. Roman *I divini mondani* govori o podjetniku Oraziju, ki skuša na britanski trg plasirati sanitarne pripomočke oziroma predvsem bideje, kar pa je pravzaprav le pretveza za prodor v visoko družbo. Družba, ki se pojavlja v romanu, je svet prejemnikov dividend, bogatih dedičev in brezdelnežev, predsednikov uprav in nadzornih svetov (ne pa direktorjev, ki vendarle nekaj delajo), ki se simbolno legitimirajo z navideznim navduševanjem nad sodobno umetnostjo in kulinariko: »Moje spoštovano osebje, vaša prava naloga je, da predsedniku uprave omogočite prijetno in udobno življenje. Vrnite se na delo, da bo vaš predsednik lahko ustrezno užival življenje,« naznani »kralj bideja« Orazio svojim zaposlenim, da bi jih odvrnil od stavke (Ottieri 2006: 47). Svet *jet-seta* je svet bliskovitih skokov iz New Yorka v Gstaad ter iz Züricha v Benetke, svet, ki ga določa diskurz *businessa*, *managementa* in družbenega vzpona kot športa: »Oprosti mi, ker nisem mogla priti na tvojo večerjo. Imela sem drugo večerjo, streženo. Bila sem dvakrat v Nemčiji, enkrat v Franciji in dvakrat v New Yorku. Z izjemno lepim, visokim in prefinjenim moškim, kakršen si ti. Le da on deluje kot kaktus.« (Ottieri 2006: 37)

Svet, v katerem protagonisti živijo zgolj od samoreprodukcije kapitala v obliki dividend in rent, je naposled poskrbel za to, da to samorazplajanje ni bilo več plodno oziroma njegovi sadovi niso več osrečevali subjektov kapitala, ki so se zatekli k razvedrilu in neskončnemu raztegotanju prostega časa, dobrine, ki so je imeli v nepreglednih količinah. V središču Ottierijevega romana je zato *fēsta*, zabava, ki v šestdesetih letih omogoča simbolno manifestiranje kolektivnega, kakršno so v štiridesetih in petdesetih letih zagotavljale stavke (Mauri 2006: 9). Ob popolni izpraznjenosti, v kateri družbeni angažma pravzaprav predstavlja zabava, Ottieri Italijo ekonomskega razcveta satirično opozarja, da je tik pred moralnim in družbenim zlomom, kakršen se je imel zgoditi v prihajajoči postindustrijski družbi in ki se mu je skušala upreti študentska revolta prav v letu, ko je roman izšel. S tem je povratni vpliv Ottierijevega romana na družbo daljnosežnejši, kot se nemara zdi, saj so zabave v njem zgolj simptom širšega družbenega malodušja, ki je zajel povojno Evropo, tik preden je optimizem, ki ga je poganjala zaverovanost v večno etabliranost in upravičenost *jet-seta*, mutiral v nenehno vzhičenost družbe spektakla.

<sup>126</sup> V tej fazi izstopa Ottierijev roman *Donnarumma all'assalto* (Donnarumma v akciji).

V svetu, ki ga upoveduje Ottierijev roman, materialna plat stvari, po kateri še hlepita Percova protagonist, ne pomeni več veliko, saj je to svet *arrivés*, ljudi, ki so že dospeli na vrh družbene lestvice, medtem ko Jérôme in Sylvie tja želita dospeti (*arriver*) oziroma že biti dospeta (*être arrivés*). Sloju, ki na ta vrh ni prišel sam, pač pa je bil tam podobno kakor Huysmansov Des Esseintes že od nekdaj, gre bolj kakor za materialno uživanje stvari za status, ki implicira simbolno vrednost stvari, simbolni kapital. Medtem ko Des Esseintes išče odrešitev po predmetih, pri čemer mu po rojstvu pripada odrešitev po milosti, kar ga vedno znova pahne v meščansko vulgarnost (spodletele reifikacije), si Ottierijeva mondena družba svojo odrešitev najde neposredno v simbolni vrednosti stvari. Vsi ti *divini* so po malem tudi »dannunzijevci z zamudo« (Mauri 2006: 12), saj jih italijanska *café society* določa nekoliko pozno, v času, ko je subjekt že dodobra razgrajen in je na pohodu postindustrijska družba, ki bo razgradila tudi simbolnost samega kapitala. V družbi, v kateri protagonistu Oraziju produkcija pomeni komaj kaj več kakor kaprico (Mauri 2006: 11), je posredujoča vrednost že do te mere prevladala nad posredovano, da je ta, četudi še implicitno prisotna kot referenca in statusni simbol božanskih mondenih (v smislu umetnosti in galerij kot simbolnega kapitala, ki določa habitus tega družbenega segmenta), le še referenčni okvir, ki ga predstavlja sistem objektov, katerega simbolni pomen se bo naposled z vznikom postindustrijske družbe še sam izgubil.

## Pasolinijevi *Scritti corsari* in potrošniška homogenizacija italijanske povojne družbe

Pomemben poskus odločnejšega upora v imenu vrednot skupnosti, ki ne pristaja na camusevski kompromis med socialno državo in ekonomskim liberalizmom, so Pasolinijevi *Scritti corsari* (Gusarski spisi). Pod tem naslovom je leta 1975 izšel knjižni izbor Pasolinijevih besedil za dnevnik *Corriere della Sera*. V njih se je spopadal z italijansko dejanskostjo povojnega gospodarskega razcveta, pri čemer so njegove puščice letele predvsem na samoumevnost vladanja krščanske demokracije, ki je bila v Italiji takrat na oblasti že tretje desetletje, in na neučinkovitost italijanske komunistične stranke, ki je pristajala na mehanizme liberalizma in potrošništva.

Kot v uvodni študiji ugotavlja Alfonso Berardinelli, Pasolinijev gnev nad družbo visokega potrošništva, ki je bila pravzaprav že v zatonu, nekoliko preseneča, saj je bilo na to temo v drugih evropskih državah tako rekoč že vse povedano (Berardinelli 1975: VII). Zlasti pojem napredka so že pred Pasolinijem vplivno kritizirali misleci frankfurtske šole, predvsem Marcuse z analizo raztemeljenja vrednot ter Horkheimer in Adorno z analizo množične kulturne industrije (Berardinelli 1975: X). Berardinelli kot osrednji razlog za Pasolinijev zapoznel odziv na pojem napredka omenja dejstvo, da je Italija v primerjavi s preostankom Zahodne Evrope razmeroma pozno (a zato še posebej brutalno) doživela razcvet potrošništva in moderne industrije.

Ključno sporočilo te zbirke člankov (in neobjavljenih besedil, ki niso nič manj relevantna za interpretacijo Pasolinijeve tedanje misli) je, da je v Italiji prevlada pojma neskončne rasti povzročila kulturno homogenizacijo vseh slojev, ki so se preko blaga kot edinega preostalega fetiša poenotili v velikanski srednji sloj. Tega naj ne bi zaposlovala ne politika, ne religija, ne boji med politično desnico in levico, saj naj bi polji moči in kulture družbeno prevlado prepustili ekonomskemu diskurzu, oblast pa naj bi se s svojimi subjekti ukvarjala le še na enem, vse obsegajočem področju, namreč v potrošništvu. Kulturna homogenizacija skozi posvečenost blaga, ki postane neskončno reproduktivno, četudi je umetniško (česar se je v Pasolinijevem času v umetnostnem polju vplivno zavedal tudi Warhol), tako poskrbi za popolno oblast srednjega sloja. Pri tem za prevzem oblasti niso več potrebni državni udari ali revolucije, saj si nova oblast povsem pragmatično uzurpira popoln nadzor nad slehernikovim življenjskim slogom (Berardinelli 1975: IX–X).

Poleg množične kulturne homogenizacije, ki jo je v Italijo na začetku sedemdesetih let pospešeno vpeljevala velika industrija, legitimirana z ideologijo potrošništva, Berardinelli med razlogi za Pasolinijevo intelektualno »gusarstvo« omenja tudi preprosto željo, da bi ponovno vzpostavil nekoliko zastarelo podobo pisatelja kot javne zavesti, sorodne vloge intelektualca, kakršnega je Zola vpeljal leta 1896, ko je s posegom v afero Dreyfus emancipiral literaturo kot relativno avtonomno družbeno polje, katerega akterji ponujajo družbi moralni korektiv.

Pasolinijevo »gusarsko« obdobje tako zaznamujejo kritika neomejenega razvoja, analiza potrošništva kot vira totalitarizma, ki je nevarnejši od samega fašizma, nostalgija po rahlo lopovskih in pouličnih časih nedolžnosti iz

petdesetih let, kritika televizije kot vira množične kulturne homogenizacije (s čimer Pasolini pritrjuje Debordovi *Družbi spektakla*, ki je v knjižni obliki izšla leta 1967) in analiza družine kot družbene nosilke srednjega sloja. V potrošništvu Pasolini prepozna vezivo, ki je Italijo združilo učinkoviteje kakor sam risorgimento, saj jo je kulturno popolnoma homogeniziralo. Kot takšno je po Pasoliniju potrošništvo tudi močnejše in trajnejše vezivo kakor fašistična ideologija. Italijani naj bi po padcu fašizma pozabili na Mussolinija, na potrošništvo pa ne pozabijo, saj je v nasprotju s fašizmom oblikovano po organskem, živem modelu ideologije, ki veliko učinkoviteje izvaja represijo. Tako Pasolini v potrošništvu (in hedonizmu) prepozna najhujši in najosnovnejši, pa tudi globalno najobsežnejši totalitarni projekt. S popolno centralizacijo moči v Milanu, Torinu, New Yorku in drugih finančnih centrih velike industrije odpada tudi vse lepo, nedolžno in periferno, vse, kar je obstajalo še konec petdesetih let, ko je italijansko družbo prežemalo povojno upanje, kakršnega je Pasolini v romanu *Ragazzi di vita* izrazil v furlanskem in rimskem dialektu ter polpremем govoru. V tem kontekstu v eseju o knjigi Sandra Penne Pasolini objokuje naivnost, nedolžnost in surovo lepoto italijanskih velemest tik po vojni:

Kako čudovita dežela je bila Italija v času fašizma in takoj po njem! Življenje je bilo takšno, kot smo ga poznali v otroštvu, in ni se spremenilo celih dvajset ali trideset let: ne govorim o njenih vrednotah – vrednote so preveč vzvišen in ideološki izraz za to, kar želim preprosto povedati –, pač pa se je videz zdel obžarjen s pridihom večnosti: lahko si strastno verjel v upor ali revolucijo, saj se čudovito bistvo naših življenj s tem ni spreminjalo. Lahko si se počutil kot junak sprememb in novosti, saj ti je pogum in moč vlivala gotovost, da se mesta in ljudje v svojem globokem bistvu ne bodo nikoli zares spremenili: izboljšale naj bi se le njihove ekonomske in kulturne razmere, ki pa niso nič v primerjavi s predobstoječo resnico. Ta s čarobnostjo in nekakšno stalnostjo usmerja gibe, poglede in telesno držo posameznega človeka ali dečka. [...] Naravna čutnost, ki je ostajala kljub represiji čudežno nedotaknjena, je omogočila, da so bili fantje pripravljani na vsako pustolovščino, ne da bi izgubili kanček svoje poštenosti in nedolžnosti. Celotatovi in prestopniki so imeli v sebi nekaj čudovitega: nikoli niso bili vulgarni. (Pasolini 1975: 144)

Pasolini jasno pove, da je v obdobju, ko je pisal roman *Ragazzi di vita*, sicer obstajalo upanje na boljšo prihodnost – in na nekakšno posnemanje buržoaznih navad in načina življenja –, vendar je temeljilo na nekakšni kolektivni zavesti o globokem dobrem v človeku, ki se je izražala in ohranjala v naravni čutnosti tedanjih dečkov. Ti so celo kot mali tatovi, kakršne popisuje roman

*Ragazzi di vita*, ohranjali določeno dostojanstvo in nevulgarno posvečenost, duhovno avro, ki jim jo je odvzelo najprej potrošništvo, nato pa še informacijska družba s svojim paradnim konjem, barvno televizijo:

Revolucija informacijskega sistema je bila še radikalnejša in odločilnejša. S pomočjo televizije je center asimiliral celotno državo, ki je bila prej zgodovinsko tako diferencirana in bogata z izvirnimi kulturami. Začela se je uničujoča homogenizacija vsakršne avtentičnosti in posamičnosti. Informacijska revolucija je vsilila svoje vzorce: vzorce, ki jih zahteva nova industrializacija. Ta se ne zadovoljuje več s »človekom, ki troši«, temveč izključuje vse ideologije razen potrošniške. Prejšnja ideologija, ki jo je želela in vsiljevala oblast, je bila, kot vemo, religija: in katolištvo je bilo dejansko edini kulturni pojav, ki je »homogeniziral« Italijane. Zdaj pa je postalo katolištvo tekmeč novega »homogenizirajočega« kulturnega pojava, množičnega hedonizma: in ker gre za konkurenčno silo, se nova oblast že nekaj let pospešeno loteva tudi njegove eliminacije. (Pasolini 1975: 23)

Ko Pasolini govori o razvoju in napredku, ju ne enači; v eseju s prav tem naslovom ju poskuša konceptualizirati, pri čemer težnjo po konkretnem razvoju, ki poganja neomejeno rast, prepoznava pri industrialcih, medtem ko delavski razred v razvoju vidi družbeno vzpenjanje in svobodo:

Kdo si pravzaprav želi »razvoja«? Se pravi, kdo si ga ne želi v abstraktnem in idealnem smislu, pač pa konkretno in zaradi neposrednega ekonomskega interesa? Jasno je: »razvoja« si v tem smislu želijo tisti, ki proizvajajo, to pa so industrialci. In ker je »razvoj« v Italiji takšen, kakršen je, si ga želijo ravno tisti industrialci, ki proizvajajo nepotrebno blago. Tehnologija (kot aplikacija znanosti) je omogočila tako rekoč neomejeno industrializacijo, katere značilnosti so danes pač transnacionalne. Potrošniki nepotrebne blaga se tako iracionalno in nezavedno strinjajo z željo po takšnem »razvoju«. (Pasolini 1975: 176)

Pasolini podobno kot Camus ugotavlja, da so tudi na marksizmu utemeljene družbe priznale primat ekonomskih razmerij in s tem ekonomsko naravo človeka, ki je dokončno postal *homo economicus*, ter pristale na tekmo z razvito industrijsko kapitalistično družbo, s katero pa so tekmovali s socialističnimi sredstvi, znanostjo in tehnologijo, pri čemer seveda niso mogle biti uspešne, kaj šele zmagovite:

Industrije in popolne industrializacije si nista izmislila ne Marx ne Lenin: izmislila si jo je buržoazija. Industrializirati komunistično kmečko državo pomeni stopiti v konkurenčni boj z že industrializiranimi buržoaznimi državami. To je v konkretnem primeru naredil Stalin. Pa tudi sicer ni imel druge izbire. Torej: desnica si želi »razvoja« (preprosto zato, ker ga udejanja); levica pa si želi »napredka«. Toda če levica v boju za oblast zmaga, si bo tudi ona – da bi lahko v družbenem in političnem smislu dejansko napredovala – želela

»razvoja«. A to je »razvoj«, katerega podoba se je že oblikovala in utrdila v kontekstu buržoazne industrializacije. (Pasolini 1975: 177)

V tem odlomku je Pasolini formuliral poraz marksizma in komunizma: zmaga potrošništva je v protislovju, da mora delavec sprejemati levičarski pojem napredka, medtem ko v dejanskem življenju živi desničarski, buržoazni pojem razvoja, ki ga poganjata znanost in tehnologija v službi velikih baronov industrije. Ta paradoks, ki ga je Camus skušal razrešiti z utemeljitvijo solidarnosti upornega človeka, ki mora zaradi priseganja na racionalistične vrednote razsvetljenstva sprejeti vse izzive tehnike in znanosti, da bi z njimi gradil kolektivni napredek človeštva kot totalitete, Pasolini jemlje kot končni, strašno boleč poraz ne le levičarske ideologije, pač pa celotnega človeštva kot nosilca neke pranedolžnosti. Ta poraz pa je še toliko bolj dokončen, kolikor ga legitimira sam delavec-potrošnik s svojim buržoaznim načinom življenja, ki se mu noče odreči. Pri tem je največje zagotovilo potrošništva in njegove totalne ideologije spektakla poleg televizije prav družina kot jedro družbe enotnega, homogeniziranega srednjega sloja.

## Slutnja umetne inteligence: *Le mosche del capitale* Paola Volponija

*Scritti corsari* se odzivajo na družbo, ki je romaneskno upodobitev dobila štirinajst let pozneje, ko je Paolo Volponi objavil svoj predzadnji roman, *Le mosche del capitale* (Muhe kapitala). Volponi, predstavnik italijanskega industrijskega romana, *il romanzo industriale*, ki tematiko črpa predvsem iz povojne italijanske industrijske družbe, je v tem romanu tematiziral potrošniško družbo, ki je v svoji skrajnosti že presegla pasolinijevske strahove iz sedemdesetih let. Italija je namreč šele v osemdesetih letih dodobra spoznala, da je industrijsko družbo pravzaprav že zamenjala postindustrijska družba, ki je Pasolini v svojem delu še ne omenja (Volponi je roman *Le mosche del capitale* pisal med letoma 1975 in 1988, kar je pravzaprav čas med izidom Pasolinijeve zbirke *Scritti corsari* in njegovega romana /Raffaelli 2010: VIII/). Postindustrijska družba je v razviti zahodni svet prinesla prevlado računalniško vodenih procesov in umetne inteligence, ki so postopoma izpodrinili človeško vodenno proizvodnjo in prodajo, pri čemer se je intelektualni svet tega obrata začel zavedati šele potem, ko se je ta že zgodil, tako da je Volponijevo pričevanje še toliko bolj srhljivo in resnično.

Kot postindustrijsko sicer pojmuje družbo, v kateri je v ekonomskem smislu vrednost storitvenega sektorja preseгла vrednost proizvodnega sektorja, težko mehanizacijo in prevlado strojev v proizvodnem procesu, ki sta zaznamovali družbo po obeh industrijskih revolucijah, pa je zamenjala lahka mehanizacija oziroma računalniško vodeni procesi, ki naj bi postopoma zamenjali tudi človeka, ki bi s tem postal redundanten. Pri postindustrijski družbi gre torej za prehod iz težke v lahko, softversko vodeno industrijo, v kateri prevladujejo dejavnosti elektronike, lahke mehanike, letalstva, visoke tehnologije, računalništva in financ. Toda v družbi, kot jo v Italiji konec sedemdesetih let doživlja Volponi, gre še za nekaj, kar ni neposredno povezano z mehanizacijo same proizvodnje, pač pa sega na področje sociologije. V družbi, v kateri so se znašli Volponijevi protagonisti, je vlogo produkta prevzel kar klient sam: »novo podjetje ne razlikuje več med proizvodnjo in prodajo; produkt in klient postajata ena in ista stvar, in vse to se pospešeno dogaja pod vplivom velikega tehnološkega napredka, ki nas docela zajema, vse od Amerike in Severne Evrope do Japonske« (Volponi 2010: 50).

Prišlo je torej do kupčeve, potrošnikove identifikacije s samim proizvodom, ki naj bi ga ta odjemal. Takšno identifikacijo lahko interpretiramo na več načinov. Lahko gre za simbolno gesto s sporočilom, da je pač klient, ki je hkrati kupec (določenih storitev, storitvenih proizvodov, produktov, blaga), sam postal blago, saj ga lahko (post)industrija obravnava kot svoj lastni produkt (oglaševanja, marketinga ...). Lahko pa to identifikacijo razumemo tudi dobesedno, saj dejansko ni več meje med tem, kar proizvodnja ponuja, in tem, po čemer se povprašuje. S tem prešitjem smo prišli do konca poti, ki jo je nekoč, v času Zolaja in veleblagovnic, začel obrat, po katerem potrebe niso več določale proizvodnje, ampak je proizvodnja začela določati potrebe: v postindustrijski družbi so potrebe, potrošnja, preprosto enake tistemu, kar ponuja proizvodnja. V praksi si to lahko predstavljamo kot fluiden trg, ki regulira ponudbo in povpraševanje, pri čemer je povpraševanje vedno v korist proizvodnje oziroma ponudnika storitev, ki povpraševanje uravnava po svoji projekciji rasti. Prišlo je tako rekoč do popolnega nadzora proizvodnje nad porabo.

S tem je Volponi predstavil model liberalne ekonomije, v kateri uravnoteževanje družbe ne zahteva več nikakršne državne regulacije, saj meje med potrošnikom (željo) in proizvodom (željenim) ni več. Posredujoče je postalo produkt, torej posredovano, medtem ko posredovanega v smislu klasičnega

produkta ni več. Družba je tako v celoti komodificirana: komodificirani so ne le želja, njena potešitev in sam denar, pač pa tudi želeči si človek, ki je postal eno z izpolnitvijo lastne želje, kar pomeni, da izpolnitve pravzaprav ni več oziroma je identična s samo željo, ki že z aktom svojega nastanka rodi svojo lastno izpolnitev.

V takšni družbi se ne moremo več ravnati po Perecovih protagonistih, ki sta želela stvari, kakor da sta rojena zanje, se pravi, za udobje, ki ga ponujajo *les choses*, blagovne znamke, pohištvo, plošče in knjige; ta želja po materialnem se izbriše, ko človek postane produkt. Želja se izpolni (a s tem tudi izniči), ko jo (v koži klienta kot potrošnika) samodejno zadovolji proizvodnja. Lahko rečemo, da proizvod tako rekoč avtomatično proizvede klienta, ki tako sam postane proizvod (se z njim izenači), kar predstavlja Galbraithovo revidirano gospodarsko sekvenco *in extremis*:

Z ekonomsko blaginjo se zviša družbeni dohodek, rezultati dela postanejo vidni in sčasoma si videz podredi realnost do te mere, da jo začne kar sam proizvajati. Kapital ni nič več nevidni center, ki usmerja svet produkcije. Akumulacija kapitala se kaže v obliki vidnih objektov in se razprostira do skrajnih robov periferije. Ves družbeni prostor je natančna odslikava kapitala. (Debord 1999: 47)

Takšna družbena komercializacija nedvomno pogojuje družbenopolitični sistem, v katerem kapital v celoti prevladuje nad družbo, tako da sta kapital in potrošništvo pravzaprav surogata demokracije. V Volponijevem romanu se to kaže v personificirani vlogi kapitala, ki postane nekakšen avktorialni pripovedovalec, ki se sicer ne pojavlja nujno eksplicitno, vendar je vseskozi prisoten, pričemer mu zaneseni generalni direktor podjetja MFM Nasàpeti pripisuje celo vrline poštenosti: »Jojmene, kaj pa vrli in pošteni kapital! Ki daje kruha vsem ... ki nikomur ničesar ne odreče ... ki je sposoben vsega!« (Volponi 2010: 61)

To je torej pasolinijevski svet, ki se v celoti realizira, ko pride do preskoka, ki iz družbene enačbe izloči človeka, obenem pa ga prisili v to, da v imenu liberalnodemokratičnega napredka služi idealom liberalnoekonomskega razvoja: »Volponi, prijatelj in sopotnik Pier Paola Pasolinija, je moral priznati, da se je vsak potencialni napredek prelevil v čisto dinamiko razvoja, kot če bi diktat trošenja nadomestil demokracijo.« (Raffaelli 2010: VI) Medtem ko je v kapitalistični družbi po prvi svetovni vojni, ki je bila plod meščanske logike, kakršno je kritiziral Nizan, prevladoval *homo economicus*, v postindustrijski družbo

*homo* odpade in ostaja le še *economicus*. Človekova ključna vloga izgine zaradi redundantnosti njegove posredniške vloge, ki je nekoč producirala željo. V postindustrijski družbi ekonomija stopi onkraj družbe in se preseli v diskurz ekonomije, ki se je vzpela nad politiko in etiko. Medtem ko so v Nizanovem času častili kapital kot novega mamona, ki v svoji avtonomnosti poskrbi tudi za lastno reprodukcijo, ko v svoj sistem dividend posrka malomeščanstvo in celo del delavstva (s participacijo, četudi minimalno, pri lastništvu), ta samoreprodukcija sčasoma ni več dovolj (npr. za Ottierijeve *divini modani*), tako da se kapital dvigne onkraj dobrega in zlega in zavlada kot transcendenca. Medtem ko je pri Nietzscheju človek prevzel vlogo lastnega demiurga, tako da je bil istočasno ustvarjalec, izvajalec in gledalec, bog pa je bil mrtev, v postindustrijski družbi umre še človek, ki bi te attribute sploh lahko imel.

Kapital v postindustrijski družbi ni več gonilo družbenega sistema, pač pa sistem sam. Tiho brenčanje kapitala, ki bdi nad Torinom in s svojim monotonim brnenjem skrbi za samooplajanje, je postalo vseobsežno in se ne meni več za boje protagonista Saraccinija, ki skuša rešiti še tisto malo dostojanstva, kar ga je ostalo v razčlovečeni družbi. Sogovorniki, ki jih srečuje v sobanah vodilnih kadrov vsemogočne industrije, njegova prizadevanja opazujejo s hudomušnim, a včasih tudi odkrito sovražnim očesom. Vladavine kapitala in avtomatizacije, ki bo izpodrinila človeka, sicer še ne obravnavajo kot postindustrijo, pač pa še vedno govorijo o industriji, kar samo še poudari njeno vseprisotnost: pojem industrije zajame italijanska Confindustria, gospodarska zbornica, ki vse od ustanovitve v letu 1910 kroji usodo italijanskega gospodarstva in ki je v času *boom economico* popolnoma prevladala nad družbo ter prevzela vlogo *summus arbiter* politike in celo morale. Prevlada italijanske industrije se kaže tako v parlamentu kot v medijih in Saraccinijevi naivni pogledi, ki bi radi prisluhnili še zadnjim zdihljajem sindikatov in delavskih pravic, se razblinijo najprej v koncernu MFM, ki spominja na družbo Olivetti, naposled pa še v Bovinu, kjer sedi zloglasna *domna* Fulgenzia, lastnica fiktivnega *pendanta* Fiata, ki Saracciniju dahne, da so vse italijanske krize – najsi bodo politične, kulturne, moralne, gospodarske – pravzaprav ena sama priložnost, da se ponovno vzpostavijo vrednote vsemogočne industrije: »V vseh teh krizah se odpira prostor za energično obnovo vrednot industrije. Ekonomskih, znanstvenih, socialnih, individualnih, zgodovinskih in psiholoških vrednot, celo vrednot revolucije kot oblike konservativnega in distributivnega priznanja.« (Volponi 2010: 219) S tem je kapitanka velike italijanske

industrije, ki pravzaprav zastopa ideale Giovannija Agnellija, industriji priznala vsemogočnost, saj poleg neizogibnih ekonomskih vrednot zajema tako družbeni kolektivism kot individualizem, znanstvenost in zgodovinskost ter celo revolucijo in konservativnost hkrati, s čimer postindustrijski tehnicizem povzdiguje nad obe prevladujoči politični ideologiji v tedanji Italiji, se pravi, nad krščansko demokracijo in komunizem.

## Reifikacija človeka kot predhodnica generativne umetne inteligence

Družba v Volponijevem romanu *Le mosche del capitale* je pravzaprav karikatura človeške skupnosti, ki jo obvladujejo stroji. Muhe brencijo okrog kapitala brez sleherne vidne vloge: »Vsi uspešni upravitelji in industrijski menedžerji ... pretkane, barvite in požrešne muhe kapitala, ja, muhe ... ki letajo in brencijo povsod, v lepi angleščini, da bi sesale in onesnaževale[.]« (Volponi 2010: 181) Človek je postal redundanten tudi v nekdanji bistveni vlogi agenta kot posrednika: odkar se svet regulira sam, posredovanje, ki je svojčas reguliralo odnose med posredovanim in posredujočim, med proizvajalcem in odjemalcem, ni več potrebno. Če je bil nekoč za to, da je blago prišlo do potrošnika, potreben človek, zdaj blago zaradi identifikacije klienta in produkta pride do njega samo, se tako rekoč poenoti z njim, kar se bo v skrajni pojavnosti naposled zgodilo v digitalni družbi. Temu pritrjuje tudi teza (ki sicer zadeva literarno produkcijo, vendar jo je mogoče aplicirati tudi na druge dejavnosti in produkte), da je reprodukcija literarnih del v digitalni družbi pravzaprav izenačena z recepcijo, saj že sam dostop (*access, streaming*, spletna konsumpcija) pomeni reprodukcijo (Marković 2016). Če je bilo nekoč, v dobi tiska, a tudi poznejše tehnične reprodukcije, literarno delo treba fizično kopirati, razmnožiti, da bi ga lahko percipirali, v digitalnem svetu to ni več potrebno, saj že s samim branjem besedilo na spletu reproduciramo, presnamemo na trdi disk ali vsaj v delovni spomin. Tehnična reproductibilnost je, kot je pokazal Benjamin, umetnini odvzela avro; digitalizacija umetnino preprosto izprazni, izvotli njeno fizično nosilnost in jo prestavi v virtualni svet, v kateri vsak potrošnikov klik pomeni proizvod in obratno, vsak proizvod avtomatično pomeni tudi potrošnika, četudi enega samega (kar se kaže tudi v pojavu t. i. dolgega repa, ki je začel v založništvu prevladovati v devetdesetih letih).<sup>127</sup> Medmrežje je tako postalo idealni trg, na

---

<sup>127</sup> Izraz *long tail* označuje založniško produkcijo, pri kateri pri glavi založniške panoge prevladuje nekaj uspešnic, medtem ko je »rep« panoge vedno daljši, saj so zahteve

katerem se povpraševanje in potrošnja avtomatsko (samo)regulirata. Država je tako kot človek, ki jo je vodil, postala odveč, zato ne čudi, da največje spletne platforme poskušajo svet prenesti na virtualno raven, kjer bi ga lahko obvladovale same.

Družbo, ki jo opisuje Volponi, v tem smislu že označuje avtomatizacija proizvodnih procesov, ki je izvrгла velik del človeških virov (predvsem delavstva, saj vodilni kadri, katerih vloga je uvedba avtomatizacije, še ostajajo, četudi nad njimi kapital izvaja strogo selekcijo) in poskrbela za samoregulacijo trga:

Industrijska noč deluje v vlogi kadrovske službe, polna predmetov in števil, norm in jezikov, že močno mehanska in avtomatizirana, prav zato, ker prihaja iz mračnega zla [...]. Tudi mnogi vodilni kadri so avtomatizirani [...], avtomatično je spanje, prebujanje, pozdrav, potovanje, avtomatičen je časopis [...], pa kariera, tudi avtomatična, in tako naprej vse do nevhvaležne in nič manj avtomatične upokojitve. (Volponi 2010: 210)

Proizvodnja je tako postala malone v celoti domena računalnikov in računalniško vodenih procesov, torej umetne inteligence, ki jo eden od številnih pripovedovalcev romana *Le mosche del capitale* označi za zlobno. To je očitno tudi v sami romanescni pripovedi, ki je prešla s človeka na stvari. Vse od začetka namreč ni jasno, kdo je pravzaprav pripovedovalec, ki opisuje mesto, kako se zbuja v brnenje računalnikov. Ti beležijo borzne in valutne tečaje, komajda slišno gibanje kapitala, nevidno in brez vonja, kot je brez vonja tudi denar:

Kopičenje, ki je nekoč izražalo strast do resničnega, se zdaj prelevi v goli konstatacijski zapis vsemogočnega kapitala. Pisanje le še popisuje kopičenje blaga, drugega za drugim imenuje podložnike velikega kapitala ter beleži njihovo izravnavanje in uniformnost. Na ta način se oblikuje zemljevid raztezajoče se moči, prostora, prežetega s homogenizirajočo silo kapitala, ki razporeja svoje podložnike. (Dal Bon 2009: 183)

Sčasoma se zazdi, da je pripovedovalec kapital sam, ki govori v imenu vseh nastopajočih, pri čemer se je psihologizacija prenesla s človeka na stvari, kar povzroči tako reifikacijo človeka kakor personifikacijo stvari. Najprej je pri D'Annunzиеm Sperelliju reifikacija nastopila kot projekcija človekove psihe na objekte, torej kot objektivizacija psihe, naposled pa se je pri Volponiju zgodila še kot personifikacija objektov, ki kot pripovedovalci ali liki nastopajo

---

in potrebe kupcev vedno bolj raznolike in specifične, kar pritrjuje tezi, da za vsakega potrošnika obstaja proizvod oziroma da ima vsak proizvod svojega potrošnika.

v obliki fikusa, aktovke, stola ali računalnika. Pripovedovanje stvari, ki kot kompetentne omogočevalke kapitala izražajo stališča in mnenja, daje romanu še posebej absurden pridih: »Jaz sem instrument odločitev kapitala,« izjavi računalnik (Volponi 2010: 109). Levičarsko in socialno usmerjene ideje so v takšni konstelaciji le še šminka, s katero bi se rada olepšala nekatera podjetja (npr. s prenovo renesančne palače), četudi v resnici ne mislijo resno (v palačo se naposled naseli banka), saj v postindustrijski družbi ni več prostora niti za kozmetično samaritanstvo, kaj šele za resen premislek o človeški usodi znotraj industrijskega stroja: »'Eh, kajpak, veliko bolje,' si je kasneje rekel sam pri sebi, 'da mi ta načitani knjižni molj Saraccini ne hodi v zelje [...]. Bolje, bolje. Brez kakršnihkoli kulturnih in psiholoških zapletov in brez potrebe po tem, da bi moral dajati ali celo pisati kakšna pojasnila ali utemeljitve.'« (Volponi 2010: 243) Saraccinijevih socialno obarvanih idej zasmehujejo ne samo ljudje, temveč tudi stroji in fikusi, ki si jemljejo zasluge za ekspanzijo postindustrijske družbe.

Italijanska družba, kakor jo prikazuje Volponi, je vsaj na videz predana nekakšnemu vseobsegajočemu optimizmu, utemeljenem na nevtralnosti kapitala, ki se plodi brez predznaka in obljublja široko avtocesto v prihodnost, v kateri kapital ne prinaša več užitka, pač pa je postal sam sebi namen.<sup>128</sup> Hkrati pa ni dvoma, da je posledica te nevtralnosti – natančneje, brezbriznosti, amoralnosti – kapitala tudi prikrit pesimizem, ki peha ljudi v obup, saj so izgubili nadzor nad lastno skupnostjo in se znašli v nekakšni futuristični distopiji: v družbi so prevladali stroji, ki jih upravlja agresivnost vladajočih elit. Te so z vojaško hierarhijo industrije strle civilno družbo in jo podvrgle mašineriji, kakršne si Marinetti niti v najbolj divjih vizijah ni mogel predstavljati, njen protagonist pa je bil prav Olivetti z razvojem velikih računalniških sistemov. Tako se v postindustrijski družbi soočamo s srhljivo uresničitvijo futurizma, saj so v njej prisotni tako rekoč vsi Marinettijevi postulati: glorifikacija tehnike in neomejenega napredka, prezir do *passatismo*, akademikov in nasploh vsakršne etike, ukinjanje človeka kot nosilca čustev in njegova zamenjava s stroji, premik iz lepote ljubezni in čustvovanja v lepoto luksuza, ki ga ponujajo bankirji, agresiven optimizem in opevanje hitrosti, ki je s pomočjo digitalizacije postala tako rekoč svetlobna (optična) in neskončna. Vprašanje človeka se tako v postindustrijski družbi ne postavlja več: postavlja se vprašanje stroja.

---

<sup>128</sup> To se v določeni meri ujema z Webrovo tezo o kopičenju kapitala brez razloga.

Medtem ko je modernizem s svojo fragmentarnostjo, eksperimentalnostjo, igrivostjo in avtomatističnim pisanjem predstavljal ali kritiziral razvito potrošniško družbo prve polovice 20. stoletja, je postindustrijsko družbo v literaturi zastopal postmodernizem. Ta je s postopki, kot so kolaž, pastiš in parodija, predvsem pa citat in montaža, začel upodabljati družbo, ki je iz fragmentiranega in dekomponiranega modernističnega subjekta prešla v harmonizirani in avtorefleksivni objekt. Postmodernizem, ki temelji na načelu, da je mogoče iz fragmentov zgodovine umetnosti sestaviti celosten objekt oziroma umetniško delo, tako nemoteno uporablja (kopira) umetniške postopke iz zgodovine, da bi iz njih ustvaril dela prihodnosti, pri tem pa ne razlikuje med visokimi in nizkimi postopki. Tako se družba, iz katere nastaja tudi Volponijeva literatura, dobesedno sestavlja iz različnih ekscerptov realnosti, ki se nato prepletajo, prekrivajo in občasno dopolnjujejo:

Sila ambiciozna upodobitev globalnosti krize, degenerativnega procesa zahodnega sveta, kliče po večplastni montaži, večperspektivni, kosovni montaži, ki v svojem zaporedju združuje epsko-burleskno pripoved, filozofski dialog, reflektivni monolog, puščico, dnevniški monolog, moralno opereto ter komične in ironične žanre. Pri tem prepleta različne izrazne kode, ki vključujejo tudi mitsko-pravljичne kadence ter poteze realizma in alegorije. (Dal Bon 2009: 178)

To je očitno tudi na področju žanrov, ki se v romanu zlivajo in prepletajo: opravlja imamo z utopičnim romanom, pa s parodijo in naposled z dnevnikom nesrečnega Saraccinija, ki se kot nekakšen poslednji človek giblje skozi pripovedno tkivo. V tem smislu poteka tudi pripoved, ki pod avktorialnim očesom kapitala preskakuje z enega vidika na drugega, pri čemer besedo nemalokrat prevzame kar direktorjeva aktovka, stol predsednika uprave ali katera druga stvar. V tem lahko prepoznamo še en značilen postopek postmodernistične literature, namreč igrivo poigravanje z bralcem, ki ga avtor namenoma zavaja. Tako postindustrijska družba preko postmodernističnih postopkov vstopa v Volponijev roman. Ta se naposled pretvori v karikirano in obenem srhljivo gmoto, ki jo uteleša njegova forma (*la sociologie des œuvres*), ta pa povratno vpliva na družbo, med drugim kot roman pisatelja, ki je kar dvakrat prejel strego (*la sociologie de la réception*). Volponi se mestoma (2010: 17, 195) navezuje tudi na Pasolinija, ki je, kot smo videli, v zbirki *Scritti corsari* odločno napovedal postindustrijsko družbo kot družbo razčlovečenja, prevlade umetne inteligence, marketinga in virtualnosti, ki je svoj vrhunec naposled doživela v informacijski družbi spletnega medmreženja.



---

# Bibliografija

## Primarni viri

- BALZAC, HONORÉ DE, 1977: *La Comédie humaine*. 5. zv. Pariz: Gallimard.
- BALZAC, HONORÉ DE, 1989: *La Maison Nucingen*. Pariz: Gallimard.
- BALZAC, HONORÉ DE, 2006: *Illusions perdues*. Pariz: Librairie générale française.
- CALVINO, ITALO, 2016: *La speculazione edilizia*. Milano: Mondadori.
- CAMUS, ALBERT, 1965A: Kuga. V: Albert Camus: *Tujec; Kuga*. Prev. Jože Javoršek. Ljubljana: Cankarjeva založba. Str. 119–352.
- CAMUS, ALBERT, 1965B: Tujec. V: Albert Camus: *Tujec; Kuga*. Prev. Jože Javoršek. Ljubljana: Cankarjeva založba. Str. 39–117.
- CAMUS, ALBERT, 2006: *Œuvres complètes*. 2. zv. Ur. Jacqueline Lévi-Valensi idr. Pariz: Gallimard
- CAMUS, ALBERT, 2020: *L'homme révolté*. Pariz: Gallimard.
- D'ANNUNZIO, GABRIELE, 1988: *Il piacere*. Milano: Mondadori.
- FLAUBERT, GUSTAVE, 1969A: *Vzgoja srca*. 1. zv. Prev. Karel Dobida. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- FLAUBERT, GUSTAVE, 1969b: *Vzgoja srca*. 2. zv. Prev. Karel Dobida. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- FLAUBERT, GUSTAVE, 2021: *Œuvres complètes*. 4. zv. Ur. Gisèle Séginger. Pariz: Gallimard.
- GARY, ROMAIN, 1975: *Au-delà de cette limite votre ticket n'est plus valable*. Pariz: Gallimard.
- GONCOURT, EDMOND, in JULES GONCOURT, 1990: *Charles Demailly*. Pariz: Christian Bourgois.
- HUGO, VICTOR, 2017: *Les Misérables*. Pariz: Gallimard.
- HUYSMANS, JORIS-KARL, 1977: *À rebours*. Pariz: Gallimard.
- HUYSMANS, JORIS-KARL, 1987: *À Vau-l'eau*. Pariz: Christian Bourgois.
- HUYSMANS, JORIS-KARL, 2019: *Romans et nouvelles*. Pariz: Gallimard.
- MARINETTI, FILIPPO TOMMASO, 2017: Manifesti. Scritti vari. Interventi, documenti e polemiche. Testi creativi. V: Luciano De Maria (ur.): *Marinetti e il futurismo*. Milano: Mondadori. Str. 3–239.
- NIZAN, PAUL, 1932: *Les chiens de garde*. Pariz: Rieder.
- NIZAN, PAUL, 2021: *Aden, Arabija*. Prev. Marko Crnkovič. Ljubljana: Totaliteta.

- OTTIERI, OTTIERO, 2006: *I divini mondani*. Milano: Bompiani.
- PASOLINI, PIER PAOLO, 1975: *Scritti corsari*. Milano: Garzanti.
- PASOLINI, PIER PAOLO, 1988: *Ragazzi di vita*. Milano: Garzanti.
- PASOLINI, PIER PAOLO, 2009: *Ragazzi di vita*. Milano: Garzanti.
- PEREC, GEORGES, 1996: *Stvari*. Prev. Suzana Koncut. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- SARTRE, JEAN-PAUL, 1938: *La Nausée*. Pariz: Gallimard.
- VOLPONI, PAOLO, 2010: *Le Mosche del capitale*. Torino: Einaudi.
- ZOLA, ÉMILE, 1881: *Le roman expérimental*. Pariz: Charpentier.
- ZOLA, ÉMILE, 1882: *Œuvres : manuscrits et dossiers préparatoires. Les Rougon-Macquart. Au Bonheur des Dames. Ébauche*. Pariz: BNF.
- ZOLA, ÉMILE, 1964: *Les Rougon-Macquart : histoire naturelle et sociale d'une famille sous le second Empire III*. Ur. Armand Lanoux. Pariz: Gallimard.
- ZOLA, ÉMILE, 1980: *Au Bonheur des Dames*. Pariz: Gallimard.

## Sekundarni viri

- AUERBACH, ERICH, 1998: *Mimesis*. Prev. Vid Snoj. Ljubljana: LUD Literatura.
- BARDÈCHE, MAURICE, 1972: Introduction. V: Gustave Flaubert: *L'Éducation sentimentale*. Pariz: Librairie générale française. Str. VII–XXIV.
- BAUDRILLARD, JEAN, 1970: *La Société de consommation*. Pariz: Denoël.
- BENJAMIN, WALTER, 1983: *Gesammelte Schriften*. Zv. V/1–II. Ur. Rolf Tiedemann. Frankfurt na Majni: Suhrkamp.
- BENJAMIN, WALTER, 1998: Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati. Prev. Janez Vrečko. V: Walter Benjamin: *Izbrani spisi*. Ur. Jaka Žuraj, prev. Frane Jerman idr. Ljubljana: Studia humanitatis. Str. 145–176.
- BERARDINELLI, ALFONSO, 1975: Prefazione. V: Pier Paolo Pasolini: *Scritti corsari*. Milano: Garzanti. Str. VII–XII.
- BLONDEAU, MARIE-THÉRÈSE, 2006: La Peste : notice. V: Albert Camus: *Œuvres complètes*. 2. zv. Ur. Jacqueline Lévi-Valensi idr. Pariz: Gallimard. Str. 1133–1169.
- BOURDIEU, PIERRE, 1979: *La Distinction : critique sociale du jugement*. Pariz: Minuit.
- BOURDIEU, PIERRE, 1992: *Les Règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire*. Pariz: Seuil.
- BOWLBY, RACHEL, 1985: *Just Looking: Consumer Culture in Dreiser, Gissing and Zola*. New York: Methuen.
- BRAUDEL, FERNAND, 2010: *Dinamika kapitalizma*. Prev. Gregor Moder. Ljubljana: Sophia.
- CERAMI, VINCENZO, 2009: Prefazione. V: Pier Paolo Pasolini: *Ragazzi di vita*. Milano: Garzanti. Str. 5–11.

- CHALONGE, FLORENCE DE, 2017: Notices et notes. V: Georges Perec: *Œuvres*. 1. zv. Pariz: Gallimard. Str. 901–932.
- CHOLLET, ROLAND, 1977a: Histoires des textes, documents, variantes, notes, indications bibliographiques. V: Honoré de Balzac: *La Comédie humaine*. 5. zv. Pariz: Gallimard. Str. 1115–1409.
- CHOLLET, ROLAND, 1977b: Introduction. V: Honoré de Balzac: *La Comédie humaine*. 5. zv. Pariz: Gallimard. Str. 3–121.
- COLLI, GIORGIO, 1988: Nachwort. V: Friedrich Nietzsche: *Kritische Studienausgabe*. 1. zv. Ur. Giorgio Colli in Mazzino Montinari. München: Deutscher Taschenbuch Verlag; Berlin: Walter de Gruyter. Str. 899–919.
- COLLI, GIORGIO, in MAZZINO MONTINARI, 1988: Chronik zu Niezsches Leben. V: Friedrich Nietzsche: *Kritische Studienausgabe*. 15. zv. Ur. Giorgio Colli in Mazzino Montinari. München: Deutscher Taschenbuch Verlag; Berlin: Walter de Gruyter. Str. 7–212.
- CURTIUS, ERNST ROBERT, 1985: *Balzac*. Frankfurt na Majni: Fischer.
- DAL BON, PIERO, 2009: *Le mosche del capitale*: la palinodia del finale. *Quaderns d'Italia*, št. 14, str. 177–186.
- DEBORD, GUY, 1999: Družba spektakla. Prev. Meta Štular. V: Guy Debord: *Družba spektakla; Komentarji k družbi spektakla; Panegirik: prvi del*. Prev. Meta Štular in Tanja Lesničar Pučko. Ljubljana: ŠOU, Študentska založba.
- DE LAUDE, SILVIA, 2018: *I due Pasolini*: Ragazzi di vita *prima della censura*. Rim: Carocci.
- DE MARIA, LUCIANO, 2017: Introduzione. V: Luciano De Maria (ur.): *Marinetti e il futurismo*. Milano: Mondadori. Str. XIII–XLI.
- DENEKEN, MICHEL, 2012: Meurt le personnalisme, revient la personne : la voix d'Emmanuel Mounier. *Les Cahiers philosophiques de Strasbourg*, št. 31, str. 349–383.
- FERRATA, GIANSIRO, 1988: Caratteri e fortuna de Il Piacere. V: Gabriele D'Annunzio: *Il Piacere*. Milano: Mondadori. Str. 11–51.
- FUMAROLI, MARC, 1977: Préface. V: Joris-Karl Huysmans: *À rebours*. Pariz: Gallimard. Str. 7–51.
- GAILLARD, JEANNE, 1980: Préface. V: Émile Zola: *Au Bonheur des Dames*. Pariz: Gallimard. Str. 7–26.
- GALBRAITH, JOHN KENNETH, 1967: *The New Industrial State*. Boston: Houghton Mifflin.
- GALLOIS, WILLIAM, 2000: *Zola: The History of Capitalism*. Bern: Peter Lang.
- GOLDMANN, LUCIEN, 1964: *Pour une sociologie du roman*. Pariz: Gallimard.
- JAMESON, FREDRIC, 1981: *The Political Unconscious: Narrative as a Socially Symbolic Act*. London: Methuen.

- JOURDE, PIERRE, 2019: Notice, notes. V: Joris-Karl Huysmans: *Romans et nouvelles*. Ur. André Guyaux in Pierre Jourde. Pariz: Gallimard. Str. 1530–1632.
- KHAN, SALAH J., 2013: Sexual Commodification and Memory in »L'Éducation sentimentale«. *Studi francesi*, št. 170, str. 278–290.
- KOPPEN, ERWIN, 1973: *Dekadenter Wagnerismus. Studien zur europäischen Literatur des Fin de siècle*. Berlin: Walter de Gruyter.
- KOS, JANKO, 2016: *Sociologija slovenske literature*. Ljubljana: Slovenska matica.
- KOS, MATEVŽ, 2003: *Poskusi z Nietzschejem: Nietzsche in ničejanstvo v slovenski literaturi*. Ljubljana: Slovenska matica.
- KÖNIG, GUDRUN M., 2011: Die Fabrikation der Sichtbarkeit. Konsum und Kultur um 1900. V: Heinz Drügh, Christian Metz in Björn Weyand (ur.): *Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst*. Berlin: Suhrkamp. Str. 158–174.
- LECLERC, ANNIE, 1965: *Les Choses : un combat malheureux. Cahiers de l'Herne*, št. 116, str. 249–251.
- LIPOVETSKY, GILLES, 1983: *L'ère du vide*. Pariz: Gallimard.
- MARCUSE, HERBERT, 1969: *Versuch über die Befreiung*. Frankfurt na Majni: Suhrkamp.
- MARKOVIĆ, SLOBODAN, 2016: *Pravo intelektualne svojine i informaciono društvo*. Beograd: Službeni glasnik.
- MARX, KARL, 1967: Osemnajsti brumaire Ludvika Bonaparta. Prev. Mirko Košir. V: Karl Marx in Friedrich Engels: *Izbrana dela v petih zvezkih*. 3. zv. Ur. Boris Zihlerl, prev. Dušan Kermavner idr. Ljubljana: Cankarjeva založba. Str. 452–574.
- MAURI, PAOLO, 2006: Introduzione. V: Ottiero Ottieri: *I divini mondani*. Milano: Bompiani. Str. 7–13.
- MEININGER, ANNE-MARIE, 1989: Préface. V: Honoré de Balzac: *La Maison Nucingen*. Pariz: Gallimard. Str. 7–64.
- MILAN, SERGE, 2007: Le Futurisme et la question des valeurs. *Noesis*, št. 11, str. 13–30.
- MILLER, MICHAEL B., 1981: *The Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store, 1869–1920*. Princeton: Princeton University Press.
- MITTERAND, HENRI, 1964: Études, notes et variantes. V: Émile Zola: *Les Rougon-Macquart : histoire naturelle et sociale d'une famille sous le second Empire III*. Ur. Armand Lanoux. Pariz: Gallimard. Str. 1595–1735.
- MITTERAND, HENRI, 1980: Dossier. V: Émile Zola: *Au Bonheur des Dames*. Pariz: Gallimard. Str. 531–568.
- NIETZSCHE, FRIEDRICH, 1995: *Rojstvo tragedije iz buda glasbe*. Prev. Janko Moder. Ljubljana: Karantanija.

- NOVAK, LUKA, 2017: *Le Métro, inconscient urbain*. Pariz: Léo Scheer.
- NOVAK, LUKA, 2018: *Phénoménologie de la mayonnaise*. Pariz: Léo Scheer.
- OLIVA, GIANNI, 2017a: Introduzione. V: Gabriele D'Annunzio: *Il piacere*. Rim: Newton Compton. Str. V–XVIII.
- OLIVA, GIANNI, 2017b: Invito alla lettura de *Il piacere*. V: Gabriele D'Annunzio: *Il piacere*. Rim: Newton Compton. Str. 1–8.
- OTTO, MARCUS, 2009: Der Wille zum Stil – Die ästhetische 'Umwertung der Werte' im Fin de Siècle. V: Jens Elberfeld in Marcus Otto (ur.): *Das schöne Selbst. Zur Genealogie des modernen Subjekts zwischen Ethik und Ästhetik*. Berlin: De Gruyter. Str. 83–105.
- PAINE, JONATHAN, 2019: *Selling the Story: Transaction and Narrative Value in Balzac, Dostoevsky, and Zola*. Cambridge (MA): Harvard University Press.
- PIRJEVEC, DUŠAN, 1979: *Evropski roman*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- PAZ, MARIO, 1930: *La carne, la morte e il diavolo nella letteratura romantica*. Milano: Soc. editrice La Cultura.
- RAFFAELI, MASSIMO, 2010: Prefazione. V: Paolo Volponi: *Le Mosche del capitale*. Torino: Einaudi. Str. V–XII.
- SAPIRO, GISÈLE, 2014: *La sociologie de la littérature*. Pariz: La Découverte.
- SCARPELLINI, EMANUELA, 2008: *L'Italia dei consumi: dalla Belle époque al nuovo millennio*. Roma: Laterza.
- SCHOPENHAUER, ARTHUR, 1880: *Aphorismes sur la sagesse dans la vie*. Prev. Jean Alexandre Cantacuzène. Pariz: PUF.
- SCHOPENHAUER, ARTHUR, 1978: *Urville und Welterlösung*. Gütersloh: Sigbert Mohn Verlag.
- SCHUSTER, MARC, 2008: *Don DeLillo, Jean Baudrillard, and the Consumer Conundrum*. New York: Cambria Press.
- SPANDRI, FRANCESCO, 2020: De la 'vérité pécuniaire' à la vérité littéraire : l'usurier et le banquier chez Balzac. *Revue italienne d'études françaises*, št. 10, str. 1–10.
- SPENGLER, OSWALD, 2010: *Zaton zaboda*. 2. zv. Prev. Alfred Leskovec. Ljubljana: Slovenska matica.
- STEARNS, PETER N., 2001: *Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire*. London: Routledge.
- TIEDEMANN, ROLF, 1983: Einleitung des Herausgebers. V: Walter Benjamin: *Gesammelte Schriften*. Zv. V/1–II. Ur. Rolf Tiedemann. Frankfurt na Majni: Suhrkamp. Str. 11–41.
- VEBLEN, THORSTEIN, 2007: *The Theory of the Leisure Class*. Oxford: Oxford University Press.
- VIGNY, ALFRED DE, 1988: *Servitude et grandeur militaires*. Pariz: Livre de poche.

- WALKER, DAVID H., 2011: *Consumer Chronicles: Cultures of Consumption in Modern French Literature*. Liverpool: Liverpool University Press.
- WEBER, MAX, 1988: *Protestantska etika in dub kapitalizma*. Prev. Pavel Gantar in Štefan Vevar. Ljubljana: ŠKUC in Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
- WEYAND, BJÖRN, 2013: *Poetik der Marke: Konsumkultur und literarische Verfahren 1900–2000*. Berlin: De Gruyter.
- WILLIAMS, ROSALIND H., 1982: *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*. Berkeley: University of California Press.
- WINOCK, MICHEL, 1997: *Le siècle des intellectuels*. Pariz: Seuil.

---

## Imensko kazalo

- Adorno, Theodor W. 225  
Agnelli, Giovanni 216, 232  
Ajshil 137  
Antelme, Robert 214  
Auerbach, Erich 61  
Augier, Émile 40
- Baldessari, Roberto Marcello 153  
Balla, Giacomo 148  
Balzac, Honoré de 11–12, 19–20, 24, 33, 37–38, 41–67, 75, 78, 80, 89, 91, 93, 96, 106, 108, 117, 119, 148, 148, 202, 212  
Barrès, Maurice 162, 164  
Barthes, Roland 183, 185, 186, 206, 214  
Baudelaire, Charles 34, 38, 39, 45, 49, 88–91, 118, 121–124, 135, 141, 143, 145  
Baudrillard, Jean 18, 24, 32, 51, 105, 110, 112, 116, 123, 135–136, 204, 207, 208, 216, 220, 221  
Beigbeder, Frédéric 11  
Benjamin, Walter 21, 23, 49, 87–92, 95, 102, 108, 124, 151–157, 162, 163, 179, 192, 232  
Berardinelli, Alfonso 225  
Bergson, Henri 164, 165  
Bernard, Claude 80  
Bernini, Gian Lorenzo 133, 135  
Boccioni, Umberto 148, 153, 156  
Borromini, Francesco 133, 135
- Bossuet, Jacques-Bénigne 180  
Boucicaut, Aristide 97  
Bourdeau, Jean 82  
Bourdieu, Pierre 10, 17, 21–23, 26, 36–40, 44, 45, 50, 53, 62, 67, 68, 71–73, 122, 213, 221, 222  
Bowlby, Rachel 23  
Brahms, Johannes 135  
Braudel, Fernand 10, 31–32, 36, 57–59, 109, 181, 208, 216  
Brunetière, Ferdinand 162  
Brunschvicg, Léon 164  
Burdeau, Auguste 82
- Calvino, Italo 19, 195–202, 205, 214, 215, 217  
Camus, Albert 19, 125, 168, 177–187, 190–192, 195, 201, 205, 215, 220, 227, 228  
Cantacuzène, Jean Alexandre 82  
Castiglione, Baldassarre 38  
Cerami, Vincenzo 193  
Cherubini, Luigi 135  
Citti, Sergio 193  
Comte, Auguste 37, 180  
Condorcet, Nicolas de 180  
Corona, Vittorio 153  
Correggio 132  
Cranach, Lucas 210  
Curtius, Ernst Robert 46–47, 49

- Daguerre, Louis 49  
 D'Annunzio, Gabriele 19, 21–22, 34, 40, 127–141, 144, 150, 155, 157, 162, 163, 196, 206, 214, 233  
 De Gasperi, Alcide 202  
 De Laude, Silvia 189  
 De Maria, Luciano 146  
 Debord, Guy 18, 24, 226  
 Degas, Edgar 124  
 Descartes, René 164  
 Desnoyers, Louis 55  
 Dickens, Charles 47  
 Domenach, Jean-Marie 205  
 Dreiser, Theodor 64  
 Dreyfus, Alfred 22, 44–45, 51, 94, 116, 148, 160, 161, 213, 225  
 Dumas, Alexandre 55  
 Durkheim, Émile 162  
 Duvignaud, Jean 204
- Fantin-Latour, Henri 89  
 Fenoglio, Beppe 195  
 Feuillet, Octave 40  
 Flaubert, Gustave 10, 19–21, 24, 33, 36–39, 45, 50, 61–73, 78, 80, 85, 89, 103, 109, 117, 136, 148, 149, 163, 184, 197, 200, 203, 213–216  
 Fourier, Charles 88  
 Friedman, Milton 166  
 Fumaroli, Marc 23–24
- Gaillard, Jeanne 23, 101  
 Galbraith, John Kenneth 22, 104, 105, 111, 166, 230  
 Gallois, William 23  
 Gary, Romain 19–20, 211, 215–218, 221–222  
 Gautier, Théophile 33, 38, 39
- Girard, René 27–28  
 Giscard d'Estaing, Valéry 220–221  
 Goldmann, Lucien 20, 26–30, 33–34, 46, 52–53, 65, 72, 114, 197  
 Goncourt, Edmond 38, 42, 61, 89, 131  
 Goncourt, Jules 38, 42, 61, 89, 131
- Hausmann, Georges Eugène 12–13, 48, 75, 77, 84, 88, 92, 93, 98–102  
 Hesse, Hermann 76  
 Hitler, Adolf 175, 178  
 Hugo, Victor 35–36, 45–46, 55, 64  
 Horkheimer, Max 225  
 Houellebecq, Michel 11  
 Hölderlin, Friedrich 33  
 Husserl, Edmund 129  
 Huysmans, Joris-Karl 13, 19, 21–24, 40, 66, 72–85, 91–96, 113–114, 117–129, 143, 149, 150, 163, 184, 190, 205, 208, 224
- Jameson, Fredric 24, 55, 64, 65  
 Jaurès, Jean 161  
 Jean, Raymond 203  
 Jourdain, Frantz 97, 108
- Kant, Immanuel 164, 172  
 Kanters, Robert 214  
 Karel X. 48  
 Kock, Paul de 40  
 Kos, Janko 25  
 König, Gudrun M. 159
- Lamarck, Jean-Baptiste 37  
 Lamartine, Alphonse de 46  
 Lefebvre, Henri 205  
 Leibniz, Gottfried Wilhelm 164  
 Lipovetsky, Gilles 24

- Ludvik XVIII. 48  
 Ludvik Filip I. 31, 48, 57, 89, 108  
 Lukács, György 27
- Mallarmé, Stéphane 122  
 Mann, Thomas 208  
 Marcuse, Herbert 181, 225  
 Marinetti, Filippo Tommaso 19, 21–22, 143–157, 162–165, 168, 234  
 Marx, Karl 29, 48, 71, 90, 174, 180–181  
 Maupassant, Guy de 80  
 Maurras, Charles 162, 164  
 Michetti, Francesco Paolo 128  
 Mitterrand, François 220  
 Mitterrand, Henri 96  
 Moreau, Gustave 124, 143  
 Mounier, Emmanuel 166–168  
 Musset, Alfred de 46, 64  
 Mussolini, Benito 178, 226
- Nadeau, Maurice 203  
 Napoleon I. 48, 178  
 Napoleon III. 48, 63, 71, 92, 99, 108, 178  
 Nerval, Gérard de 33, 35, 46, 47  
 Nietzsche, Friedrich 40, 137–141, 144, 146, 155–156, 165, 178–179, 206, 231  
 Nizan, Paul 19, 41, 46, 163–177, 180, 183, 184, 191, 195, 200, 205, 214, 221, 230–231  
 Nodier, Charles 33, 35, 46  
 Novak, Luka 74  
 Novalis 33
- Ottieri, Ottiero 191, 202, 206, 215, 222–224, 231  
 Otto, Marcus 141
- Pasolini, Pier Paolo 19, 187–197, 200, 205, 218, 224–230, 235  
 Pavese, Cesare 195  
 Penna, Sandro 226  
 Perec, Georges 11, 20, 201–215, 218–219, 222, 224, 230  
 Petronij 122  
 Pirjevec, Dušan 66  
 Poe, Edgar Allan 122  
 Praz, Mario 34  
 Proust, Marcel 167, 172, 187
- Redon, Odilon 143  
 Rembrandt 122  
 Resnais, Alain 214  
 Rizzo, Pippo 153  
 Roosevelt, Theodore 166  
 Rops, Félicien 124  
 Russolo, Luigi 148
- Sapiro, Gisèle 25–26, 203  
 Sartre, Jean-Paul 66, 76, 163, 164, 168–169, 176, 177, 180  
 Scarpellini, Emanuela 24, 165  
 Schopenhauer, Arthur 19, 21, 80–84, 94, 118, 138, 143, 150–151  
 Schumann, Robert 135  
 Serao, Matilde 127  
 Severini, Gino 148  
 Spengler, Oswald 102, 160, 163, 173, 191  
 Spinoza, Baruch 164  
 Staël, Germaine de 34–35, 47  
 Stalin, Josif 178
- Šeligo, Rudi 206, 208  
 Švigelj, Brina 208
- Taine, Hippolyte 37, 73, 80–81

- Umberto I. 127
- Valera, Paolo 127
- Valéry, Paul 143
- Veblen, Thorstein 13, 17–18
- Verga, Giovanni 187, 192
- Vigny, Alfred de 34, 43, 56
- Viollet, Paul 161
- Volponi, Paolo 19–20, 191, 196, 202, 214, 222, 228–235
- Wagner, Richard 137, 144
- Walker, David H. 24, 85
- Warhol, Andy 154, 225
- Weber, Max 17–18, 31, 173, 234
- Weyand, Björn 24, 26, 208
- Williams, Rosalind H. 24, 121
- Winock, Michel 24
- Zola, Emile 12–14, 19, 22–26, 35, 37, 40, 42–46, 49, 55, 72–74, 77–84, 92–121, 128, 144, 146, 148, 154, 160–164, 167–168, 175, 180, 192, 202, 205, 219, 225, 229

---

# From Lost Illusions to Artificial Intelligence: Consumerism between Balzac and Pasolini

## Summary

The book *Od izgubljenih iluzij do umetne inteligence: potrošništvo med Balzacom in Pasolinijem* (From Lost Illusions to Artificial Intelligence: Consumerism between Balzac and Pasolini) is a study in literary sociology which offers an analysis of selected literary works in order to define literature's role in the development of consumer society between the early nineteenth and the late twentieth centuries. It applies the principles of literary sociology as outlined by Janko Kos (1988, 2016) and Gisèle Sapiro (2014), and draws on Pierre Bourdieu's (1992) concept of the literary field. The book's focus is on three kinds of mediation: that of society as the producer of literature (*la sociologie de la production*); that of society as it is reflected in literature (*la sociologie des œuvres*); and that of literature in its impact on society (*la sociologie de la réception*). Special attention is paid to authorial role, psyche, and moral principles that determine social determinants in literary works (*modalités de la production par les auteurs*). Additionally, the book employs Lucien Goldmann's (1964) sociological theory of the novel in order to read the novel as a bourgeois form against the backdrop of liberal consumer society.

According to Goldmann, the primary value of a literary work is its use value, reflected in aesthetic, cognitive, and ethical dimensions. This constitutes the quality of literary production which, according to Walter Benjamin, is rooted in the ritual function that gives literature and art their uniqueness and aura. Use value remained predominant through the pre-Romantic and Romantic periods, when authors, following German idealist philosophy, disregarded material aspects of literary works. However, Enlightenment principles of utilitarianism and rationalism had already begun laying the groundwork for a more pragmatic, liberal perception of literature, present in the principles of the French Revolution.

Thus, early realism eventually shifted from use value to exchange value – Goldmann’s *valeur dégradée* – in the spheres of literature and commodities. For example, in Honoré de Balzac’s *Lost Illusions* (1843), Lucien de Rubempré experiences the gradual supremacy of quantity over quality. The dominance of market value appears similarly in *The House of Nucingen* (1838), where Balzac details the impact of stock market speculations on Restoration-era French society; in Balzac’s works, *valeur médiatrice* gradually yields to *valeur médiatisée*. Goldmann identifies Balzac’s aspirations as exemplifying the author’s identification with the social moment, evidenced by his oeuvre’s optimistic stance toward an emerging consumer society.

Later realism reveals an initial resistance to market value and its social dominance. Gustave Flaubert introduces what Goldmann will call *individu problématique* – the individual who is problematic in terms of bourgeois values and sceptical toward market value. In *Sentimental Education* (1869), Frédéric Moreau recognizes the complete commodification of social life, including emotions and love, reflecting advanced consumer society’s commodification of desire. Frédéric embodies the *velléités*-driven anti-hero who fails to pursue opportunities despite their accessibility. Through his perception of symbolic value, he grows increasingly aware of status, symbolic capital, and habitus as defined by Bourdieu (1979, 1992). Joris-Karl Huysmans’ *À Vau l’eau* (1882) presents a similar development through Folantin, a tragicomic anti-hero crushed by consumer society just before its full development. Both approaches indicate consumer society’s generation of character pessimism, aligning with contemporary French enthusiasm for Schopenhauer’s philosophy.

Once the dominance of market value becomes evident, two trends emerge – one optimistic, the other increasingly critical and pessimistic – while exchange value gains spiritual legitimation through the concept of Parisian arcades. Walter Benjamin’s micro-historical exploration, evident in his fragmentary *Arcades Project* (1927–1940), detects the synthesis of commodity and intellect from the perspective of the flâneur. The flâneur’s material–spiritual relation to the realm of commodity legitimizes the market value of art, bestowing an aura manifested in the Baudelairean fusion of high and low culture as evident in Parisian passages. Passages thus provide an ideal space for a merger of *valeur médiatisée* and *valeur médiatrice*, enabling art’s reification and

quantification while simultaneously sanctifying the material and desacralizing the intellectual.

The material–spiritual fusion ensures the complete commodification of French society by the late nineteenth century, extending purchasability to emotions. Émile Zola's *The Ladies' Delight* (1883) explicitly demonstrates this synthesis of spirit and money, portraying the development of consumer society through the rise of the Parisian department store. While Huysmans' pessimistic anti-hero wanders Parisian stores with limited means, a decisive shift occurs as money prevails in the material–spiritual synthesis. Zola's department store embodies modern consumerism and business practices: the transition from the needs of consumers to the dictate of production (John Kenneth Galbraith's revised sequence [1967]), commercial investment structures, marketing, advertising, and human resource management, with Zola adding social commentary to his *société qui s'emballe*. Society enters Zola's novel virtually unfiltered through naturalistic technique, while simultaneously affecting society itself. His ideas penetrated French politics (the Dreyfus affair) as money legitimized intellectual autonomy – the *valeur médiatrice* enabling independence from state and patrons through reified intellectual labour. As demonstrated by William Gallois (2000), Zola's advocacy of universal principles helped fuel the increasing reach of consumerism and legitimize monopoly capitalism beyond petty commerce.

Resistance to ubiquitous commodification appears in both proletarian and aristocratic milieus. Alongside Folantin, Des Esseintes emerges, in Huysmans' *Against the Grain* (1884), as an *individu problématique*. Horrified by the brutality of bourgeois consumerism, Des Esseintes resists through bizarre purchases and perverse collecting. Rather than seeking *salut par la grâce* for traditional redemption where art objects regain their aura of uniqueness and ritual spirituality, he unsuccessfully pursues *salut par les objets*, emphasizing materiality – what Rosalind Williams (1982) describes as failed reification – as his denial of consumption repeatedly traps him without offering salvation.

Reification reaches new heights in aestheticism, exemplified by Gabriele D'Annunzio's *The Child of Pleasure* (1889), where the protagonist's fantasy projections enable art, commodities, and nature to transcend ethics. This transition builds on Friedrich Nietzsche's observation in *The Birth of Tragedy* (1872)

that the world exists only as an aesthetic phenomenon – the material reflecting psychic, fictive, and aesthetic elements. In D’Annunzio’s novel, objects, nature, landscapes, and urban art become psychic mirrors, with humanity simultaneously serving as author, performer, and spectator of its own drama.

The modern decomposition of the subject grants objects a psychic autonomy. Benjamin (1936) notes that technical reproducibility strips the spiritual of its aura, replacing artistic uniqueness with reproductive multiplicity and enabling autonomous societal movement. Eerging media such as photography and film thus align with mobility-driven economic growth. Futurism follows, conceptualized by Filippo Tommaso Marinetti as a holistic artistic movement harmonizing with social momentum. Literary works become identical with the society they reflect with the aim of creating their own market in it. Artistic propaganda is born.

The dominance of the mediating value over the mediated implies the autonomy of money itself, which reification transforms into a self-mediating product. This perception is intensified in the early twentieth century, as noted by Oswald Spengler (1918–1922) and criticized by Nizan (1932). Nizan’s *homo economicus* heralds aggressive left-wing resistance to absolute transactionality and the totalitarianism of the global market.

Later existentialism redefines the relation between society and literature. Jean-Paul Sartre and Albert Camus establish new value systems by synthesizing material and spiritual elements for collective benefit, distinct from the *bohème* and Baudelaire’s synthesis of the sacred and the profane. Through characters in *The Plague* (1947), Camus develops the theory of *la pensée de midi* in his attempt to balance communism’s consumer scepticism with an accelerating consumer society. In *The Rebel* (1951), he approaches the Scandinavian welfare-state model and its accommodation of both the consumerist and the social. His fiction’s social impact decisively establishes existentialism in post-war society.

Post-war economic expansion – Italy’s *boom economico* and France’s *trente glorieuses* – triggers varied levels of resistance to the dictates of the mediating value; interventions by Italo Calvino, Pier Paolo Pasolini, Georges Perec, and Romain Gary are crucial in this respect. Calvino’s Anfossi and Gary’s Rainier exemplify distinct *individus problématiques* driven by anti-heroism and Flaubertian

pessimism toward social critique. The dominance of consumerism is evident to Perec: operating between literature and sociology, Perec highlights the ultimate mediating function of advertising and the total reification of the human being. Pasolini's characters in *The Ragazzi* (1955) initially embody post-war optimism, later revealed as a high-society caricature in Ottiero Ottieri's *I divini mondani* (1968), a reflection on consumerist totalitarianism and its power to homogenize Italy beyond fascism itself. This disillusionment is evident in Pasolini's *Corsair Writings* (1975) and the literature of *romanzo industriale*, through which Paolo Volponi (2010) demonstrates post-industrial society's capital-driven dehumanization and its replacement of humanity with computer systems – a dark realization of futurist technological aggression that predicts the development and dominance of Artificial Intelligence.

Finally, post-industrial society finds its literary counterpart in postmodernism, reflecting consumerism through montage, pastiche, quotation, and parody. Here, consumer society becomes a show society governed by media appearance and information mediation (as defined by Debord in 1967); this culminates in virtuality as a realm in which access to works equals reproduction as the consumer merges with the product. Generative AI melts the mediating and the mediated into a homogeneous service as the most recent iteration of the Baudelairean identification of the sacred and the profane.



STUDIA  
Inštitut za slovensko literaturo in literarne vede ZRC SAZU  
LITTERARIA

Doslej izšlo:

2004

1. Drago Šega: Literarna kritika
2. Marijan Dovič: Sistemske in empirične obravnave literature

2005

3. Majda Stanovnik: Slovenski literarni prevod (1550–2000)
4. Matija Ogrin, ur.: Znanstvene izdaje in elektronski medij (zbornik)
5. Vid Snój: Nova zaveza in slovenska literatura

2007

6. Tone Smolej: Slovenska recepcija Émila Zolaja (1880–1945)
7. Peter Svetina: Kitične oblike v starejši slovenski posvetni poeziji
8. Marijan Dovič: Slovenski pisatelj: razvoj vloge literarnega proizvajalca v slovenskem literarnem sistemu
9. Tomo Virk: Primerjalna književnost na prelomu tisočletja: kritični pregled

2008

10. Marko Juvan, Darko Dolinar, ur.: Primerjalna književnost v 20. stoletju in Anton Ocvirk (zbornik)
11. Vita Žerjal Pavlin: Lirski cikel v slovenski poeziji 19. in 20. stoletja

2009

12. Jelka Kernev Štrajn: Renesansa alegorije: alegorija, simbol, fragment

2010

13. Ivan Verč: Razumevanje jezikov književnosti
14. Luka Vidmar: Zoisova literarna republika: vloga pisma v narodnih prerodih Slovencev in Slovanov

---

2011

15. Alenka Koron, Andrej Leben, ur.: Avtobiografski diskurz: teorija in praksa avtobiografije v literarni vedi, humanistiki in družboslovju (zbornik)
16. Andreja Perić Jezernik: Minimalizem in sodobna slovenska kratka proza

2012

17. Gregor Kocijan: Slovenska kratka proza 1919–1929
18. Marko Juvan, ur.: Svetovne književnosti in obrobja (zbornik)

2014

19. Alenka Koron: Sodobne teorije pripovedi

2016

20. Marko Juvan, ur.: Prostor slovenske književnosti (zbornik)
21. Andrej Zavrl: Christopher Marlowe, kanonični odpadnik
22. Marijan Dovič, ur.: Kulturni svetniki in kanonizacija (zbornik)
23. Andraž Jež: Stanko Vraz in nacionalizem: od narobe Katona do narobe Prešerna

2018

24. Darko Dolinar: Slovenska literarna veda od Trubarja do druge svetovne vojne

2019

25. Varja Balžalorsky Antić: Lirski subjekt: rekonceptualizacija

2020

26. Alenka Koron, Andrej Leben, ur.: Literarna večjezičnost v slovenskem in avstrijskem kontekstu (zbornik)

2021

27. Varja Balžalorsky Antić, ur.: Razprave o sodobni slovenski literaturi (zbornik)
28. Marko Juvan, ur.: Med majem '68 in novembrom '89: transformacije sveta, literature in teorije (zbornik)

2023

29. Marijan Dovič, ur.: Slovenski literati in cesarska cenzura v dolgem 19. stoletju (zbornik)

2025

30. Marko Juvan, ur.: Od intimizma do reizma: spremembe literarnega subjekta (zbornik)

2026

31. Luka Novak: Od izgubljenih iluzij do umetne inteligence

## O avtorju

Luka Novak (1963, Koper) je literarni zgodovinar, esejist, pisatelj, prevajalec, založnik in strokovnjak za intelektualno lastnino. Med sodobnimi romanopisci, ki jih je prevedel v slovenščino, so Julian Barnes, Frédéric Beigbeder, Benoît Duteurtre, Paolo Cognetti in Sandro Veronesi. Kot publicist je objavljaj v *Sodobnosti*, *Problemih*, *Teleksu*, *Mladini*, *Dnevniku* in *Delu*. Pri pariški založbi Léo Scheer je izdal knjigo o zgodovini metroja (*Le Métro, inconscient urbain*, 2017) in knjigo o zgodovini gastronomije (*Phénoménologie de la mayonnaise*, 2018). Leta 2003 je zasnoval in vodil predstavitev Slovenije na Knjižnem sejmu v Frankfurtu. Leta 2019 mu je Francoska republika podelila odlikovanje Chevalier des Arts et des Lettres, Italijanska republika pa odlikovanje Cavaliere dell'Ordine della Stella d'Italia. Istega leta je bila njegova knjiga *Polje gastronomije* nominirana za Rožančevo nagrado.

ISSN 1855-895-X



9 789610 511083

<http://zalozba.zrc-sazu.si> 26€