

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Petra Mavsar

**KAPITALISTIČNA ESTETIKA IN SODOBNA UMETNOST
»POP ART«**

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Petra Mavsar

Mentorica: asist. dr. Ksenija Šabec

**KAPITALISTIČNA ESTETIKA IN SODOBNA UMETNOST
»POP ART«**

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

KAPITALISTIČNA ESTETIKA IN SODOBNA UMETNOST »POP ART«

Umetnost je živa tvorba, ki se spreminja in razvija skupaj z družbo, zato v različnih obdobjih odseva drugačne vrednote, tegobe in hrepenenja. V pričujočem diplomskem delu se ukvarjam z umetnostjo pop arta, ki se oblikuje v času kapitalističnega družbenega reda in pripelje do povsem novega razumevanja estetike in umetnosti. Zanimala me je predvsem njegova prikrita in pogosto ironična sporočilnost, za katero se je izkazalo, da je opozarjala na protislovja ameriške družbe v šestdesetih letih in kritizirala njeno ideologijo. Pop-artisti so brez zadržkov sprejeli delovanje kapitalističnega tržnega sistema in s tem dokončno prekinili z moderno tradicijo. Umetnost so združili s kapitalom, kar je pripeljalo do dokončnega izbrisa razlike med tržnim blagom in umetniškim delom. Umetnina je tako postala del množične proizvodnje. Popartisti so popolnoma pristajali na družbeni sistem ne samo tako, da so cinično sprejeli blagovni fetišizem, ampak so v svojo umetnost vključili tudi njegove glavne mehanizme delovanja. Množične medije, potrošnjo, popularno kulturo in tehnološki napredek so izkoristili za ustvarjanje ironičnih del, v katerih so na eni strani razkrili moderno življenje, ki v želji po materialnem blagostanju, užitku in zabavi postaja vse bolj odtujeno in brezosebno, na drugi strani pa so prikazali odnos družbe do postopkov nastajanja umetnin in umetniških del.

Ključne besede: pop art, kapitalizem, potrošnja, množični mediji, popularna kultura

AESTHETICS IN CAPITALISM AND CONTEMPORARY »POP ART«

Art is a living formation which changes and develops within the society. Therefore different values, troubles and longings are reflected in different periods. In this diploma paper I am dealing with pop art that has been formed within the capitalistic social order and which brings a totally new understanding of aesthetics and art. I was particularly interested in its subtle and often ironic messages which proved to be kind of pointing out the contradictions towards the American society in the 1960s and the criticism for its ideology. The pop-artists had no obstacles in accepting the activities of the capitalistic market system and in this way they broke off with the modern tradition. Art was joined with capital which brought to final erasure of the difference between the market goods and the works of art. In this way art became part of mass production. The pop-artists have completely agreed with the social system not only by cynically accepting the goods' fetish, but also by inserting into their art the system's main acting instruments. Mass media, consumption, popular culture and technological progress have been used for creating ironic works. On one hand these works have exposed modern life, which in its desire for material well-being, pleasure and fun has become more distant and impersonal, and on the other hand they have showed the attitude of the society towards the procedures of creating works of art.

Key words: pop art, capitalism, consumption, mass media, popular culture

KAZALO:

1. UVOD	5
2. Umetnost	8
2.1 Umetnost v modernizmu	10
2.2 Umetnost v postmoderni	17
2.3 Kapitalistična estetika in sodobna umetnost	19
3. Estetizacija potrošnje, popularna kultura in pop art	22
3.1 Popularna kultura – pojem in nastanek	22
3.2 Množični mediji in pop art	24
3.3 Vpliv komercializacije in industrializacije na umetnost	28
4. Pop art kot nova estetska senzibilnost	31
4.1 Opredelitev in razlaga pojma pop art	31
4.2 Zgodovinsko in umetniško ozadje pop arta	35
4.3 Tehnike in stili pop arta kot odsev odtujenosti družbe	41
5. Odslikava sveta potrošništva kapitalistične družbe v umetnosti pop arta	44
5.1 Ideologija pop arta	44
5.2 Množična produkcija in potrošnja kot predmeta popartistične ironije	47
5.2.1 Pomen ponavljanja v umetnosti pop arta na primeru Andyja Warhola	50
5.2.2 Avra in pop art	53
5.2.3 Ikone pop arta	54
6. SKLEP	62
7. LITERATURA	65
8. VIRI	68

1. UVOD

»Vedno pravijo, da je čas tisti, ki spreminja stvari, v resnici pa jih moraš spremeniti sam.«

Andy Warhol

Življenje brez umetnosti si težko predstavljam, saj mi vedno znova pomaga, da vsaj za trenutek ustavim vsakdanji tempo, se umaknem v svoj svet in ustvarjam. Umetnost je zgodba, ki nastaja kot sproščen izraz in potreba človeštva po nenehni kreativnosti, obstaja pa v enakih obdobjih kakor zgodovina človeštva z vsemi boji in uspehi. Človek kot ustvarjalno bitje je od nekdaj stremel k lepoti, estetiki in izražanju ter s tem pomagal pri oblikovanju zgodovine umetnosti.

Umetnost pop arta, ki je osrednji del tega diplomskega dela, se je v zgodovino umetnosti zapisala s svojo pompoznostjo in barvitostjo. Osebnost me je pritegnila zaradi igrive sporočilnosti, za katero se na prvi pogled mogoče zdi, da niti ne obstaja, in širine, ki govori o njeni večni aktualnosti. Že beseda pop kaže na popularnost, množičnost kulture in blaginjo potrošništva, kar se je kazalo tudi v umetnosti, znotraj katere je pripeljalo do prave revolucije ter povsem novih estetskih meril.

Temeljna teza mojega diplomskega dela je naslednja: **Umetnost pop arta je primer kapitalistične estetike, ki jo ustvarja z upodabljanjem ikon popularne kulture in predmetov potrošniške družbe ter z zavestnim sprejemanjem blagovnega fetišizma in s tem integracije v krogotok trga, vendar pri tem ne ostaja vedno družbeno ravnodušna, ampak z ironijo zrcali duha časa, ideologijo kapitalističnega sistema pa nemalokrat izpostavlja kritični refleksiji.**

Da bi tezo potrdila, je struktura naloge usmerjena v natančnejšo razlago družbenih okoliščin in sprememb, ki so vplivale na razvoj umetniških praks, s poudarkom na estetiki 20. stoletja in postmoderne umetnosti. Ker je umetnost pop arta neizbežno povezana s pojavom kapitalističnega sistema, skušam tega predstaviti skozi segmente, ki najbolj prikazujejo njegovo delovanje, torej množične medije, popularno kulturo ter množično produkcijo in potrošnjo.

Menim, da je za razumevanje postmoderne umetnosti 20. stoletja nujno potreben širši pregled zgodovinskega razvoja umetnosti, zato se bom v prvem delu naloge ukvarjala z njeno definicijo (oziroma definicijami) ter odnosom med moderno in postmoderno umetnostjo, ki zahtevata natančnejšo razlago, s podobnostmi in razlikami pa nakazujeta družbene in politične razmere njunega nastanka.

Ker se umetnost pogosto povezuje s pojmom estetike, čeprav ju ne gre enačiti, me bo ta zanimala predvsem v kontekstu reprezentacije znotraj kapitalizma, v katerem so polja estetskega in umetniškega globoko usidrana v polje ekonomskega. Estetizacija potrošnje, predstavitev popularne kulture in njena povezava z množičnimi mediji bodo tako osrednja tema drugega dela, v katerem že nakažem glavne tendence umetnosti pop arta, hkrati pa ugotavljam, kaj o vse večji komercializaciji in industrializaciji umetnost 20. stoletja menijo nekateri izbrani avtorji.

Natančnejša predstavitev pop arta je v tretjem delu naloge, ki ga začnem z opredelitvijo in razlago pojma pop art, pri čemer me zanima, kaj beseda pravzaprav pomeni in zakaj se je tako uveljavila. Da bi lažje razumeli bistvo pop arta in njegovo revolucionarnost, ki jo je sprožil s popolnoma novim razumevanjem umetnosti, ga skušam umestiti v širši zgodovinsko-umetniški kontekst, kjer nakažem sorodnosti in razlike z drugimi umetniškimi smermi in omenim tudi predhodnike, od katerih je prevzel nekatere ideje in jih razvijal v povsem novo estetsko senzibilnost. Zato se pri zgodovinskem razvoju pop gibanja omejim na območji Velike Britanije in ZDA, za kateri menim, da z glavnimi predstavniki in umetniškimi deli najbolj izstopata in pop art naredita svetovno prepoznaven. Med avtorji pa večjo pozornost posvečam legendi ameriškega popa, Andyju Warholu, ki po mojem mnenju s svojo umetnostjo ponavljanja odlično prikaže delovanje družbe, razkrinka delovanje medijev in umesti idejo pop arta s spretnim reflektiranjem s sredstvi ironije in duhovitosti.

Umetnost pop arta je del ideologije kapitalističnega sistema, ki z različnimi vzvodi določa polja delovanja. Med glavnimi so množična sredstva javnega obveščanja, ki vse bolj vplivajo na naša življenja. Umetnost pop arta je tako del načina življenja v postmoderni družbi, saj izhaja iz njene vsakdanjosti, komercialnosti in čedalje večje anonimnosti. V četrtem, torej zadnjem delu diplomskega dela bom z umetnostjo Andyja Warhola skušala potrditi tezo o pop artu kot umetniški praksi, ki je bila zmožna ironično reflektirati in s tem nemara tudi kritizirati tedanji kapitalistični družbeni red, ki v tako imenovani postmoderni postaja vse bolj odvisen od potrošništva in zabavne industrije. Popularnost in ponavljanje kot glavni lastnosti

potrošniške družbe postaneta najpomembnejši prepoznavni lastnosti njegovih del, ki se zaradi svoje ikonografije zapišejo v zgodovino.

2. Umetnost

Ker živimo v bolj ali manj znanstveno usmerjeni družbi, smo navajeni, da ima vsaka stvar tudi svojo defincijo. In kakšna bi potem bila definicija umetnosti? Težko podamo eno samo, ki bi zajela njeno pravo bistvo. Najlažje je, če si zamislimo, kakšen bi bil svet brez nje. Brez petja, glasbe, brez plesa, brez iger, povesti, oper, kipov, stavb, slik, risb, oblikovanja, okrasja na predmetih, ki jih uporabljamo v vsakdanjem življenju. Verjetno bi bil pust in dolgočasen. Vse našteto je del umetnosti, del človeštva, torej del zgodovine. Njen začetek sega v prazgodovino, kjer je bila njena funkcija vezana na magijo in obred. »Magija in obred skupaj sta dala človeku pravo spodbudo za spopolnjevanje mojstrske uporabe glasu, telesa in roke, in temu mojstrstvu pravimo 'umetnost' (Kenneth 1967: 22).

Pa vendar estetski artefakti šele v modernih skupnostih dobijo status »umetnosti«. »To, kar moderni ljudje doživljamo kot umetnost, je bilo za arhaične ljudi uporabna obrt, religijski objekt ali kaj tretjega, vsekakor pa sestavni del njihove vsakdanje kulture,¹« je zapisal Tomc (2002: 122). Ljudje pa danes kakršno koli estetsko dejavnost samodejno povezujemo z umetnostjo.

Umetnost naj bo lepa, pravijo ljudje. A kaj je lépo? Je lepota v snovi, ki jo izbere umetnik: v lepi ženski, v sončnem zahodu, roži? Platon je bil prepričan, da je lepota v idealnem stanju čiste misli, ki je ne moremo docela doseči na zemlji. Sveti Avguštin je lepoto enačil z resnico. Po njegovem šele z jasnim razumevanjem resnice lahko doživimo lepoto (Platon in Avguštin v Kenneth 1967: 312). Po mnenju Herberta Reada, enega od številnih ideologov modernizma, »lepota ni rojena kot ideal človeškega, temveč kot mera, s katero je človek uredil kaos okoli

¹ Kultura je celovit način življenja, ki obsega tako vsakdanje vrednote in znanja kot ustvarjalna in inovativna odzivanja ljudi. »Kultura je ena od dveh ali treh najbolj zapletenih besed v angleškem jeziku,« je zapisal Raymond Williams (1988: 87), ko je skušal raziskati pomene, ki so jih kulturi pripisovali v različnih zgodovinskih obdobjih. Beseda kultura izvira iz latinščine in pomeni več stvari, naseljevanje (*colonus*), kultiviranje (*cultura animi* itd.) ali čaščenje (*cultus*). Šele od 18. stoletja dalje se pojem obravnava kot abstrakten samostalni, ki označuje splošne procese intelektualnega, duhovnega in estetskega razvoja, kot tudi poseben način življenja neke skupine ljudi. Čeprav sta umetnost in kultura danes tesno povezani, ni bilo vedno tako. Beseda kultura je imela med 17. in 20. stoletjem kompleksen odnos z besedo *umetnost*. Pojem umetnost je v širšem pomenu vključeval različne intelektualne in ustvarjalne discipline in se je postopoma oklestil podmen v smislu kulturnih izdelkov in praks, ki so bile povezane s specifičnimi skupinami posameznikov in so nastale kot posledica funkcionalne diferenciacije in delitve dela na obrtniško, industrijsko, znanstveno in umetniško proizvodnjo/ustvarjanje. Pomen umetnosti, kot jo razumemo danes, se je tako uveljavil šele v 19. stoletju (Williams v Bulc 2004: 17).

sebe in ga izrazil s preciznimi likovnimi simboli« (Read v Butina 1998: 160). Z razvojem umetnosti se je spreminjal tudi pojem lepote.

Na račun sodobne umetnosti pogosto slišimo očitke, da je grda, da lepote sploh ne pozna! Ali sploh še lahko govorimo o umetnosti? Po mnenju Butine naloga umetnosti ni ustvarjati lepoto, vsaj ne takšno, kakršno si navadno predstavljamo pod tem izrazom, temveč je »**naloga umetnosti spoznanje o nas, o našem svetu, o naši družbi in kulturi**, o vsem, kar se nas tiče. Naloga, na katero druge oblike človeškega spoznanja ne morejo ali ne znajo odgovoriti« (Butina 1998: 160). Če bo umetnost lahko pomagala, da bo v nas in okoli nas jasnejše, tako da bomo boljši mi in svet okoli nas, tedaj bo iz tega zrasla tudi lepota. K temu pa lahko pripomore tudi današnja umetnost, če jo znamo brati, predvsem pa, če jo hočemo brati brez predsodkov.

Umetnost je zame neko **ustvarjalno polje**, ki je danes tesno prepleteno z vsakdanjim življenjem. Za sodobno umetnost je značilno, da skoraj ni področja, predmeta in subjekta, ki ga tako ali drugače ne bi hotela umetniško kolonizirati. Še vedno ostaja **najkreativnejše orodje**, s katerim posameznik lahko **interpretira okolje**, v katerem živi, svet, družbo in kulturo. **Sodobni umetnik se sprašuje, opozarja, kritizira** in nazadnje **posmehuje** najpogosteje ravno »obstoječim pojmovanjem umetniške reprezentacije, predmeta, prostora in subjekta,« je zapisal Jeffs (2006: 96).

Torej se današnja umetnost ukvarja predvsem sama s seboj. Njen namen je transformacija percepcije umetnosti same. S stalnim širjenjem svojega predmeta na različna področja vsakdanjega življenja in polja reprezentacije ohranja dinamičnost in si hkrati bogati svoje bistvo,² ki se je skozi stoletja razvijalo, spreminjalo in privedlo do stanja, kot ga poznamo danes.

Umetnost je potemtakem pristen izraz svojega časa, **nosi pečat** svoje **družbe**, svojih **tegeb**, **veselja**, **filozofije**, **razvoja in znanosti**. In ker sodobna ali *postmodernistična*³ umetnost

² Bistvo v smislu kreativnosti, ustvarjalnosti, ustvarjanje umetnosti zaradi umetnosti (*l'art pour l'art*).

³ Postmodernizem lahko pomeni dvoje: prvič, obdobje v zgodovini umetnosti (v bistvu sedemdeseta in osemdeseta leta), ko resni in družbeno angažirani modernizem zamenja igriva umetnost neobremenjenih križanj različnih stilov in dob, in drugič, filozofsko in epistemološko smer teoretiziranja, ki se odmika od »velikih zgodb« klasične filozofije (resnice, napredka, emancipacije) (Stankovič 2002: 351).

odseva čas *postmoderne*⁴ kulture, je prav, da jo pojmuje širše; ob tem pa je nujno potreben natančnejši oris zgodovinskega razvoja umetnosti. Vse od srednjega veka, renesanse pa do 18. stoletja in preko romantične paradigme in historičnih avandgard. »Brez osvetlitve dialektike med moderno in postmoderno, brez refleksije njune kontinuitete in diskontinuitete, namreč ni mogoče dojeti postmoderne kulture,« trdi Debeljak (1989: 11). Tako lahko rečemo, da je vsako obdobje po svoje pustilo določen pečat v umetnosti, zaradi česar so se razvijali in spreminjali tudi njena forma, vsebina in status. Pa si najprej pogledajmo, kaj se je z umetnostjo in položajem umetnika dogajalo v moderni.

2.2 Umetnost v modernizmu

Beseda modernizem izvira iz pojma moderno, v katerem je Tomaž Brejc zapisal:

»Moderno je razumljeno kot modno in minljivo, kot sočasna prevzetnost in površna puhoglavost, kot sprenevedanje in spakovanje; kot artistično prikrivanje bistva in vsebine, kot stilna manira in izguba resničnega, resnega in usodnega območja snovi in predstav, ki pa naj bi jih umetnostna tradicija, stari mojstri, še obvladali. Biti modern je vedno pomenilo početi nekaj, kar ne le da ni udomačeno, temveč je že v načelu problematično, vprašljivo in dvomljivo« (Brejc 1991: 9).

Skratka, **moderno** je nekaj, kar je **ново** in je v veliki meri definirano v nasprotju s tradicionalnimi družbenimi ureditvami. In kaj je tisto, ki zaznamuje moderno dobo v nasprotju s preteklostjo? Gre za širok proces sprememb, ki nastanejo na treh različnih ravneh družbe. Vzpostavi se **kapitalistični način proizvodnje** in **delitve dela**; nastane **industrijska revolucija**, ki pripelje **nova proizvodna sredstva**; razpad absolutistične politične ureditve pa omogoči **vzpostavitev enakopravnosti, demokracije in racionalnosti**. Vsi ti procesi tudi pripomorejo k oblikovanju moderne institucije umetnosti, za katero so značilna avtonomija, javna dostopnost, posredniški kanali, strokovnjaki in svojevrsten estetski diskurz. V preteklosti je umetnost pomenila nekaj svetega, nedotakljivega, vrhunec estetike, moderna

⁴ Izraz postmodernost se v grobem nanaša na zgodovinsko epoko (v kateri živimo), ki sledi moderni dobi, od katere se razlikuje predvsem po razmahu potrošništva, pluralnih življenjskih stilih, informatizaciji proizvodnje in koncu velikih ideologij (Stankovič 2002: 351).

umetnost pa išče svojo alternativo v radikalni kritiki, utopični razsežnosti in negativnosti, na trenutke celo vulgarnosti (Debeljak 1999: 97).

Umetnost za vsako obdobje pomeni nekaj sodobnega, napoveduje in oblikuje moderni okus, in modernizem je bolj kot katerokoli drugo obdobje vpet v to novoveško pojmovanje sočasnosti, novosti in senzibilnosti. Moderno slikarstvo je bilo soočeno z industrijsko proizvodnjo stvari in s tem na neki način prisiljeno v ustvarjanje protipola serijsko proizvedenim izdelkom, kar je umetnike »gnalo« v promoviranje unikatnosti, subjektivnosti lastnega dela, lastne vizije (Brejc 1991: 10–34).

V srednjem veku umetnost ni poznala svobode in kreativnosti v takšni obliki, kot jo pojmuje danes. Slikarji so bili pri svojem delu odvisni od naročnikov in naročil, ki so v večini prihajala z dvorov, od cerkve in aristokracije. Po mnenju Debickija je bilo »slikarstvo tisti čas v službi vere in zgodovine, slavilo je dejanja in odločitve vladarjev« (Debicki in drugi 1998: 187). Slikar je bil tako neke vrste **rokodelec**, ki je **po naročilu** ustvarjal dela, vendar so morala popolnoma ustrezati natančno določenim vsebinskim in tehničnim pravilom. **Umetnost** je bila **posvečena** višjim silam (**bogu**) in oblasti (**dvor**), torej **ni** uživala nikakršne **avtonomnosti**.

Prve velike spremembe so nastale nekako med 14. in 15. stoletjem z **renesanso**,⁵ ki hkrati pomeni začetek moderne dobe. V evropskem prostoru vzniknejo številni procesi socialne stratifikacije, kulturne diverzifikacije in vse večjega samozavedanja človeka. Vzroke za te procese Tomc (2002: 126) išče v rasti prebivalstva in urbanizacije, v novih načinih strojne proizvodnje in rastoči delitvi dela ter sekularizacijskih procesih, in sicer v smislu zmanjševanja vpliva cerkve na vsakdanje življenje. Razvoj znanosti in tehnologije oblikuje prve zametke sodobnega načina življenja. Umetnost se nenadoma znajde v novi vlogi. Postopoma se začne **osvobajati** »spon« **aristokracije in cerkve** ter **stopi na kapitalistični trg**, kjer se umetniška dela ponujajo v potrošniške namene.

⁵ Renesansa je bila široko kulturno gibanje. Njen začetek sega v 14. stoletje v mesto Firenze (Italija), od koder se je razširila v Francijo in naprej na sever Evrope, kjer je v 16. stoletju povzročila protestantsko reformacijo in dokončno spremenila podobo Evrope. Ena njenih glavnih značilnosti je bila želja po oživitvi antične kulture in navduševanje nad znanostjo, znotraj katere postane človek temeljno merilo (Debicki in drugi 1998: 113).

Obdobje razsvetljenstva, ki ga na splošno uvrščamo v 18. stoletje, je prineslo **revolucionarne spremembe**. Razsvetljenski misleci so s svojimi idejami in zavzemanji⁶ postavili temelje sodobni družbi. Razpad absolutističnega družbenega in političnega reda je potem omogočil vzpon parlamentarne demokracije. Aristokracijo in fevdalni družbeni red sta zamenjala kapitalistični način proizvodnje in meščanstvo. Cerkev pa je začela vse bolj izgubljati moč in vpliv. Vse te spremembe so zelo vplivale na umetnost. Večji del srednjega veka je veljalo mišljenje, ki je bilo utemeljeno na krščanskih vrednotah. To pomeni, da je človek kot bitje narejen po božji podobi in je središče ter model umetniškega ustvarjanja (Debeljak 1999: 73–76).

Lahko bi rekli, da je z razvojem novih neodvisnih konceptov, tako cerkve kot države, znanosti in umetnosti in potem liberalnega mišljenja **umetnik naposled »zadihal« v svojem pravem poslanstvu**. Pri svojem delu je postal absolutno avtonomen, kar je med drugim pomenilo predvsem to, da je vendarle lahko izrazil svoja osebna občutja. Spremembam je botroval tudi pojav *posredniških institucij*,⁷ ki so spletle vezi med umetniki in občinstvom. Na eni strani so ponujale enakopraven in svoboden dostop do umetniških del, na drugi pa vse bolj brisale osebni odnos med umetnikom in uporabnikom in s tem pripomogle k pospeševanju razosebljenja in poblagovljenja.

Prav **romantični umetnik** v 19. stoletju pa je bil tisti, ki je zelo **kljuboval podreditvi** umetnosti **kapitalističnemu trgu**. Ker dela niso bila več diktirana od naročnikov, je moral umetnik delati zase, ustvarjati svoja dela, ki so bila plod njegove lastne domišljije. Dela, ki so nastajala, pa niso bila vedno vsem povšeči (Sproccati 1994: 107). Zato so nekatere umetniške zvrsti svojo strukturo prilagajale potrebam množičnega trga, kar je pomenilo trivializacijo umetniških vsebin, narejenih po okusu množic. Romantični umetniki pa so se takemu položaju zavestno upirali in odpovedali delovanju v skladu z zahtevami množičnega trga, ki deluje predvsem zaradi ustvarjanja ekonomskega dobička.

Tako je romantika v umetnost prinesla **glavne spremembe**, ki pomenijo popoln prelom z umetnostnimi nazori preteklosti. Po mnenju Gine Pischel je šlo za »novo uveljavitev posameznika, njegove neustaljene osebnosti, tankočutnosti, čustev in notranjih vrednosti«

⁶ Razsvetljenski misleci so se zavzemali za svobodo izražanja, kritizirali religijo, poudarjali pomen razuma in znanosti, se zavzemali za progresivno družbo in poudarjali vrednost človeškega življenja (Leksikon).

⁷ Posredniške institucije zamenjajo tradicionalne *pokrovitelje* v srednjem veku (cerkev, dvor). Stebre teh ustanov so pomenili: trgovci z umetninami, gledališki impresariji, založniki, knjigotržci in uredniki časopisov (Debeljak 1999: 83).

(Pischel 1969: 126). Upodabljanje plemiških družin, vladarjev in aristokratov so zamenjali preprosti in povsem običajni ljudje. Umetniki so vse bolj čutili **potrebo po izražanju** svoje **osebnosti**, in to je privedlo do spremembe njihovega statusa v družbi. Nova ideologija esteticizma je ustvarila možnosti za rojstvo **umetnosti zaradi umetnosti** (*I'art pour I'art*), zato je pojem lepote dobil povsem nove razsežnosti. Slikarstvo je tako našlo svoje bistvo v prefinjenem oblikovnem izrazu, **estetski perfekciji** in ezoteričnih vsebinah, to pa je umetnika vodilo v družbeno osamo. Romantika kot epohalni estetski odnos je bila najpomembnejša za celotno umetnost 19. in 20. stoletja. Romantični umetnik je v zameno za marginalni družbeni položaj ostajal zvest notranjim vrednotam umetnosti (lepota, svoboda, resnica) (Debeljak 1999: 53).

V tem slikarskem duhu so nadaljevali **naturalisti in impresionisti**, katerih dela že nakazujejo na »moderno življenje«. Človeška figura počasi izgublja pomembnost, zamenja jo **čarobna moč narave**. Impresionisti so skušali uloviti trenutek nenehno gibajoče se stvarnosti, saj se ob vsaki spremembi svetlobe spremenita njen videz in resnica. Slikarsko platno tako postane veliko več kot ravna ploskev, postane okno v svet umetniške svobode. Slikanje ni bilo več urejeno, temveč se je prepuščalo **trenutnim dražljajem iz okolice** in naključjem vsakdanjega življenja. Impresionisti so iz svojega zanimanja vrgli predmetnost, saj so dajali prednost odnosu med barvami predmetov, ki so jih slikali, in ne med samimi predmeti.

Tudi za postimpresioniste (Cezanne, van Gogh in Gauguin) je bila značilna uporaba močnih in gostih barv, ki so jih nanašali v debelih slojih, pogosto z dolgimi in razpotegnjenimi potezami čopiča. Tako so vse bolj svobodna uporaba barv, deformacije, novi načini upodabljanja prostora, abstrakcija pripeljali do novih razsežnosti v likovni umetnosti (Butina 1997: 175).

Te spremembe dosežejo svoj vrhunec v umetnosti 20. stoletja. Začetek obdobja moderne umetnosti zaznamujejo **avantgardna gibanja**, ki hočejo z destruktivnimi, anarhičnimi aspekti osvoboditi zavest od vsakdanje rutine in odtujenosti, ki jih prinaša kapitalizem. Tržno gospodarstvo je namreč pripeljalo do neke točke, na kateri so začela umetniška dela zaradi vse večje tehnične reprodukcije izgubljati avtentičnost. Walter Benjamin (1998: 151) je zapisal, da »v času tehnične reprodukcije umetnine krni njihova *avra*«. ⁸ Modernizem je ustvaril

⁸ Benjamin uporabi pojem avre za označevanje edinstvenosti umetnine v času in prostoru. Avra tako pomeni religiozno, kultno ali ritualno navdihnjen sij individualne avtentičnosti, ki začne izginjati s pojavom množične produkcije (Debeljak 2002: 345).

prepad med umetnostjo in vsakdanjim življenjem, zato je poslanstvo avantgarde pomenilo uničenje institucije umetnosti in s tem vnovično zlitje umetnosti z življenjem. Avantgardna gibanja so se trudila preseči ta prepad, ki je nastal med visoko umetnostjo in vsakdanjim življenjem. Umetnost so želela približati širši množici in ne samo eliti. Umetniško delo avantgarde naj bi **pretrgalo** vse povezave **s preteklostjo**. Bilo je nekakšno slovo od ideje o avtonomni umetnosti. S tem se je razbil tradicionalni koncept lepega, dobrega in človeškega. Estetika je dobila povsem **nove dimenzije**. **Umetnina je postala fragmentirana**, izkrivljena, sestavljena **iz množice neodvisnih delov**, skozi katere se zrcali prisposoba razdrobljene meščanske družbe in njene zavesti. A namen avantgarde ni bil v povzdigovanju sedanjosti nad preteklostjo, ampak jo je v skladu s svojim poslanstvom in cilji navduševala prihodnost, v imenu katere pa je treba sedanjost »estetsko in družbeno spremeniti« (Debeljak 1999: 156–162). Ta estetika se je kazala skozi ekspresijo, abstrakcijo in fantazijo, njene tri glavne smeri, za katere Janson (1991: 780) zapisal: »Ekspresionizem se ukvarja s človeško skupnostjo, abstraktna umetnost s strukturo realnosti in nazadnje fantazijsko umetnost zanima labirint človeškega uma.«

Prvo pomembno avantgardno gibanje je **fauvizem**,⁹ poln čustvene eksplozije barv, poenostavljenih oblik in deformacij. »Čustveni barvni naboji fauvistov in ekspresionistov so eksplodirali v delih kubistov, ki so hoteli videti stvari od zunaj in od znotraj, od desne in od leve, hkrati z vseh strani« (Butina 1997: 175). Picasso je bil tako začetnik kot tudi glavni predstavnik kubizma. S svojo antinaturalistično figuraliko je odpravil tradicionalno razliko med lepim in grdim in vzpostavil nova načela lepote. **Kubisti** so vpeljali tudi novo slikarsko tehniko in poseben postopek **lepljenke, kolaža**,¹⁰ s katerim so dosegli nekaj povsem novega: iz slike, ki je bila simbol sveta, so pregnali iluzijo in pokazali resničnost, ki odseva ekonomiko in trg. Slikar je na svojih platnih iz čistih likovnih elementov, točk, linij, ploskev, barv in oblik, sestavljal nove svetove. Po mnenju Milana Butine je »abstraktna likovna umetnost, ki je nastala v desetletju med 1909 in 1919, poskus umetnikov, da bi ustvarili idealno uravnotežen svet v kaosu kapitalističnih družbenih in ekonomskih odnosov, ki so našli svoj pravi obraz v peklu prve svetovne vojne« (ibid.: 181).

⁹ Ekspresioniste so zaradi živih in pogosto nenaravnih barv, nanesenih na samozavestno surov način, kritiki imenovali divje zveri, *fauves*. Ime se je prijelo, zato danes zgodovinarji navajajo fauvizem kot prvo veliko gibanje v moderni umetnosti (Lynton 1994:11).

¹⁰ Kolaž je slikarska tehnika, pri kateri se podoba oblikuje z lepljenjem koščkov papirja, krpic, lesa, lepljenka (SSKJ).

Ali kot je zapisal Kandinski, eden izmed predstavnikov geometrijske abstrakcije, »ustvarjanje umetnine je ustvarjanje sveta« (Kandinski v Butina 1997: 185). In tako tudi futuristi niso več hoteli slikati videza sveta, temveč so želeli izražati dinamično gibanje svojega časa. Pozdravljali so novi svet mehanske sile, hitrost, povečevali tehnologijo in vojno ter obsojali vsakršno navezovanje na preteklost. Idejni vodja futurizma je bil Fillippo Tomamaso Marinetti, ki je zapisal: »Umetnik naj upodablja vrtinčasto življenje našega časa, življenje iz jekla, ponosa in hitrosti« (Marinetti v Butina 1997: 187).

Čas prve svetovne vojne v umetnosti oblikuje dva nova tokova, *dadaizem*¹¹ in *nadrealizem*,¹² ki po mnenju Guyja Deborda označujeta **konec moderne umetnosti** (Debord v Jeffs 2006: 89). Čeprav sta bili obe smeri zgodovinsko povezani, sta imeli različna stališča,¹³ ob katerih jima je kljub nasprotovanjem uspelo ohraniti eno skupno lastnost. Usodo vojnega spopada sta izkoristili v prid ustvarjanja novih, vznemirljivih pomenov. »Če človek ni zadovoljen z resničnostjo, ne more uporabljati njenih pojavnih oblik, da bi izrazil svoje nezadovoljstvo z njo, če pa jih, tedaj naredi to tako, kot so delali dadaisti in surrealisti: z njenimi lastnimi formami jo razvrednoti« (Butina 1997: 156).

Moderna umetnost je torej neke vrste protest človeka proti razvoju, napredku in ponižanju. Zaradi vse večje odtujenosti, ki jo je prinesla mehanizacija, so se umetniki znašli v precepu, želeli so si miru, sožitja in povezanosti. Medtem ko je postajala zunanja družbena resničnost vedno temnejša in viharnejša, so umetniki skušali najti pot do spoznanja, v kateri so iskali elemente novega humanizma, ki bi jim pomagali premagati misel na smrt in beg iz stvarnosti. Totalitarne ideologije fašizma, nacizma in komunizma so umetnost izrabile v političnopropropagandne namene. Tako je **italijanski futurizem** postal uradna umetnost fašizma, nemški nacizem je ustvaril svojo arijsko različico **propagandnega realizma** in nazadnje ruski **konstruktivizem** kot umetnostni stil, ki se ne ogiba stiku s tehnološkimi materiali in

¹¹ Dadaizem je gibanje, ki je nastalo v jeku prve svetovne vojne, leta 1917. Njegov glavni namen je bilo zavračanje tradicije in vojne, za katero naj bi bila kriva buržoazija. Ta družbeni propad so skušali prikazati z izdelavo slik iz odpadkov, gnus zbujujočih stvari, izdelovali so absurdne stroje, katerih namen je bilo smešenje racionalnosti in smotrnosti pravih strojev. Njegov glavni predstavnik je bil Marcel Duchamp, ki je s svojimi *ready madei* (predmeti iz vsakdanjega življenja), s tem ko jih je razstavil, spremenil status, in sicer iz navadnih predmetov v umetniška dela (Butina 1997).

¹² Nadrealizem je umetnostna smer v prvi polovici 20. stoletja, ki teži k preseganju resničnega in logično razumskega z vizijami, halucinacijami in nehotenimi asociacijami, surrealizem (SSKJ).

¹³ Dadaizem je hotel ukiniti umetnost, ne da bi jo realiziral. Deloma jo je ukinil s tem, ko je odpravil avro umetniškega dejanja in umetnika samega, ni mu pa uspelo uresničiti tiste umetnosti, ki je skupna prav vsakemu posamezniku in temeljna celotni družbi. Nadrealizem pa je skušal uresničiti umetnost, ne da bi jo ukinil. Nadrealisti so umetnost še vedno dojemali kot neko posvečeno dejavnost, ki ima zmožnost poglobljanja v človekovo notranjost in družbeno (nad)realnost (Debord v Jeffs 2006: 89–91).

metodami industrijske proizvodnje. »Umetnost naj bo funkcionalna, naj »diha« z družbo, kar pomeni, da naj sprejema tehnološke novitete, hkrati pa naj ostane zvesta sama sebi, v smislu razreševanja nasprotij med estetiko in življenjem« (Sproccati 1994: 185).

Grozodejstva druge svetovne vojne so v umetnosti znova pustila močan pečat. Podoba človeka je nihala in še niha med idealno podobo humanizma in strahotno podobo človeške pokvarjenosti. Iz abstrakcij **abstraktnih ekspresionistov** je kričala napetost, nemoč in razdvojenost duše. »Kot da bežijo pred fizično agresivnostjo sveta v odmaknjeno abstraktnost svojih misli« (Butina 1997: 194). To tesnobno stanje je lepo opisal Jean Bazaine: »Slikarstvo je v teh časih način bivanja, poizkus dihanja v svetu, v katerem ni več mogoče dihati« (Bazaine v Butina 1997: 197). Ta notranja tesnoba se je sproščala v odločilnih in spontanah slikarskih kretnjah. Za Jacksona Pollocka je pomenilo slikanje »neposredno akcijo, /.../ odkrivanje samega sebe, orgijo oblikovanja brez konca in kraja« (Pollock v Butina 1997: 197). Vse bolj svobodna kompozicijska tehnika in spontana uporaba kretenj-potez pri slikanju je umetniku prinesla veliko, skoraj katarzično sprostitev od vedno večje mestne gneče, prometa in mehanizacije, hkrati pa je bila nekakšen boj proti čedalje večji poplavi industrijskih izdelkov naraščajoče industrijske proizvodnje.

Historična avantgarda je nazadnje deloma izpolnila svoj cilj s tem, ko je uspešno odvzela legitimnost sami instituciji umetnosti. Ni pa ji uspelo uresničiti drugega cilja, namreč družbene spremembe, in sicer v smislu *estetizacije*¹⁴ vsakdanjega življenja. Manjkala je torej popolna družbena preobrazba avtonomne umetnosti v vsakdanje življenje. Tako je zaradi prevlade blagovne estetike, ki oblikuje proizvode sodobne kulturne industrije, iz prvotno etičnega **postala estetično gibanje** (Debeljak 1999: 168–170).

Ideja o zlitju umetniškega ustvarjanja z vsakdanjim življenjem se tako uresniči v postmoderni umetnosti. O tem, kako umetnost in življenje postaneta eno, se med seboj prepletata in ustvarjata novo polje kreativnosti, v katerem je estetika glavna, pa v naslednjem poglavju.

¹⁴ Estetizacija je prenos estetskega, lastnega umetnosti, na zunajumetniško resničnost in dejavnost, s katero se nekaj neestetskega naredi estetsko. Npr.: estetizacija politike, blaga, okolja, telesa itd. (Strehovec 1995: 11).

2.3 Umetnost v postmoderni

Postmoderna umetnost se je začela v **razmerah korporativnega kapitalizma** sredi dvajsetega stoletja in je v področje umetnosti prinesla kar nekaj sprememb. Ena ključnih je sigurno uresničenje prizadevanj zgodovinske avantgarde o združitvi umetnosti in družbenega, čemur je moderna umetnost močno nasprotovala. Tako umetniška dela postanejo del sodobne družbe, v kateri je vse estetsko oblikovano. Življenje in umetnost ne pomenita več dveh ločenih sfer, ampak se **umetnost asimilira v družbeno življenje** (Debeljak 1999: 173). Dejstvo je, da se je modernost na vse sile upirala množični potrošnji ter prepletanju kapitala z estetskimi razsežnostmi, postmodernost pa je vse to sprejela in s tem pokazala na povsem **ново razumevanje** znotraj **umetnosti**. Po mnenju Lyotarda se postmoderna umetnost izogiba vsakemu konsenzu okusa, ki omogoča nastanek skupnega čutenja in ustvarja brez pravil oziroma pravila išče v samem procesu ustvarjanja. Po njegovem postmoderni umetnik napove vojno celoti, ustvarja neprikazljivo in aktivira razlike (Lyotard v Tomc 1994: 135). Tako umetnost postane del vsakdanjega življenja in se z njim prepleta celo v tolikšni meri, da je vse lahko umetnost. Ko pa enkrat vse lahko označimo kot umetnost, se zabrišejo meje med duhovnim in materialnim, med umetniškim in neumetniškim predmetom, zaradi česar se umetnosti pogosto očita, da je izgubila svojo vsebino, svoje bistvo. V preteklosti je to bistvo določala »estetska senzibilnost«, ki je pomenila kazalec kakovosti, v času postmoderne pa vrednost umetnosti narekujejo **trg in ekonomija**. Proizvodnja, distribucija in recepcija umetnosti postanejo del korporativnega kapitalističnega sistema. Ali kot zapiše Bulc (2004: 55): »Polja estetskega, umetniškega in kulturnega so se v vsej širini globoko usidrala v polje ekonomskega.« Muzeji, založniške hiše, galerije in druge umetniške ustanove pa postanejo orodja prefinjenega političnega nadzora kapitalističnega družbenega sistema.

Dandanes tradicijo vse bolj izpodrivajo nove umetniške prakse. Tako rekoč smo priča neomejeni umetniški svobodi v slogu **»vse je dovoljeno.«** Sodobno občinstvo je pravzaprav vajeno vsega, pravil estetike ni več, gledalec »se nima nad čim zgražati.« »Elementi šoka, izziva, škandala in čiste skrunitve /.../ so postali znani, predvidljivi in nekaj običajnega« (Wollin v Debeljak 1999: 184). **Umetnost ob koncu 20. stoletja** že dolgo ni več ena, temveč je **pluralna, svobodnejša** sestavljena iz **različnih umetniških praks**, znotraj katerih se vse bolj **brišejo meje** med visoko in popularno kulturo. Njeno sodobno jedro je *poesis*, ki pomeni **kreativnost**. Njen namen je oblikovanje konstruiranih svetov (*sui generis*) in že dolgo ne

temelji na teoriji o *mimesis*,¹⁵ ki je veljala v preteklosti. Po Strehovčevem mnenju (1995: 6) gre pri današnji umetnosti za **umetnost simulacij**, saj preigrava vse možnosti - od estetike, postestetike, protiestetike, čutne fascinacije do umetnosti odčaranja (antifikacije). Hkrati pa se povezuje z znanostjo in tehnologijo, zaradi česar se vse bolj uveljavljajo umetnine kot programi in estetske situacije.

Postmoderna umetnost je s tem, ko je sprejela **množično umetnost**, zavestno podredila mehanizmom kroženja blaga. Zgodilo se je ravno tisto, proti čemur se je umetnost na vse sile upirala vse od romantike dalje. In sicer **združitev s kapitalom** in s tem dokončen izbris razlike med tržnim blagom in umetniškim delom. Najboljši primer tovrstne zdžitve ponazarja pop art, glavno umetniško gibanje šestdesetih let v ZDA, ki se pozneje pojavi tudi v drugih razvitih državah. **Pop art** se namreč podredi korporativističnemu sistemu in cinično **sprejme blagovni fetišizem** kot družbeno danost. Namen popartistov »ni bil več protest, ampak popolni pristanek na vse, kar lahko našemu telesu da naš stehinizirani svet« (Butina 1997: 197). Pop art je torej **umetnost postmodernizma**, ki po Debeljaku (1999: 193) lepo oriše tri glavne značilnosti postmoderne institucije umetnosti. Prva je odklanjanje subjektivnosti in individualnosti del, ta postanejo del neskončnega reproduciranja, sprejema blagovni fetišizem, vzrok za to pa je popolna integracija v krogotok trga, tretja značilnost pa je politična ravnodušnost, skratka umetnost ne pomeni več alternative družbi.

Iz naštetih lastnosti izhajam tudi sama, izjema je zadnja, torej tretja lastnost. S trditvijo, da v umetnosti pop arta ni mogoče najti nikakršne sporočilnosti v smislu kritične refleksije družbenega sistema in popolne politične ravnodušnosti, se ne morem strinjati. Da bi potrdila svojo tezo o kritični refleksiji pop arta, bom svoje nestrinjanje v nadaljevanju¹⁶ argumentirala na primeru pop umetnosti Andyja Warhola, za katero menim, da s tehnikami ponavljanja, razkrinkanjem množičnih medijev in simboliko potrošniške družbe to najbolje izraža.

Dejstvo je, da se korporativni kapitalizem 20. stoletja razširi tudi v polje umetnosti, zaradi česar nekateri umetniki prstanejo znotraj »vratarskega sistema«, spet drugi, so se temu uprejo. V umetnosti pop arta je tako moč zaznati **odsev kapitalističnega sistema**, z vsemi vrednotami in lastnostmi, pri čemer se demokratični režim, ki naj bi umetnikom sicer

¹⁵ Mimesis je načelo posnemanja stvarnega sveta. Izhaja iz Aristotelove sintagme »*mimesis tes praxeos*« in se nanaša na prikazovalni in izrazni način umetnosti (tehne, ars) (Strehovec 1995: 26).

¹⁶ Natančnejša obravnava in analiza primera pop umetnosti Andyja Warhola sledi v podpoglavjih 4.3 (str. 40-43), 5.2.1 (str. 49-53).

omogočal svobodno izražanje in ustvarjanje, izkaže kot zgolj prikriti aparat, ki s svojo navidezno ideologijo vzdržuje kolesje kapitalističnega sistema. In ravno ta dvojnost je tista, ki na eni strani ponuja možnost popolne podreditve tržnemu sistemu, na drugi pa oblikovanje alternativnih umetniških skupin, ki se tržni logiki uprejo. Pop art se slednji ni upiral, prav tako ni izključeval možnosti zaslužka, temveč je sprejel družbene danosti kapitalističnega sistema in jih izkoristil v prid ustvarjanja družbenokritične umetnosti. Nemara kritičnosti ne opazimo ravno pri vseh popartistih, gotovo pa je pop art Andyja Warhola najboljši primer, ki na ironičen in prefinjen način kritizira ali pa vsaj opozarja na napake, prikrito zavajanje medijev, torej nestrinjanje z delovanjem kapitalističnega sistema.

Razcvet zahodne potrošniške družbe, ki jo narekuje **kapitalizem**, razlaga **ameriški način življenja**, **ameriške sanje**, pompoznost in s povsem novo ikonografijo riše iluzijo sveta. Pop umetniki so svoj navdih našli v popularni kulturi. Likovno govorico so ironično povzemali iz vsakdanjih predmetov, reklam, ilustriranih revij, stripov, grafitov, itd. Kričeče barve, nova simbolika, blišč, glamur, ironija so oznanjale novo estetiko. Estetiko kapitalizma.

2.3 Kapitalistična estetika in sodobna umetnost

Kadar govorimo o umetnosti, ne moremo mimo estetike. V naravi njunega odnosa je, da njuni poti tečeta druga ob drugi, je zapisal Butina (1998: 93), »a se nikdar prav ne srečata, čeprav se ves čas druga drugi nasmihata.« Lahko rečemo, da gre za dve različni duhovni drži, vsaka pa ima zgodovino. Sama se bom zgodovinskemu razvoju estetike izognila, ker za to tematiko ni pomembna, in se raje posvetila času sodobne umetnosti, ki ima popolnoma drugačen odnos do estetike, kot je bilo značilno za pretekla obdobja. Ali kot je zapisal Strehovec (1995: 25): »Estetika se je skozi zgodovino oblikovala kot teorija različnih področij čutnega in kot filozofska disciplina, katere predmet je filozofski pogled na umetniško delo, ki je opazovano na podlagi pojmov o lepem, resničnem, simbolnem in čutnem.«

Besedo estetika je prvi uporabil nemški filozof in ustanovitelj študij estetike A. G. Baumgartner (1717, 1762) v 18. stoletju. V svojem delu *Aestetica acromatica* je zapisal, da je estetika znanstvena disciplina, ki se ukvarja s čutno spoznavno zmožnostjo. Kot že rečeno, **med estetiko in umetnostjo** obstaja **tesna zveza**, čeprav gre za dva različna pojma. »Druga rabi prvo za svojega razlagalca, prva pa drugo za dokaz za to« (ibid.: 1995: 29).

Pa vendar je bil včasih odnos med eno in drugo močnejši kot danes, saj je bilo polje umetnosti bolj enotno. Ta enotnost postane vprašljiva v 20. stoletju s pojavom pluralnih umetniških oblik, ki prinesejo velike spremembe. Nastane prehod iz umetniškega v neestetskost oziroma protiestetskost, to pa zamaje tradicionalni koncept estetike. Zato je **danes področje estetike širših razsežnosti**. Njeno raziskovanje se, poleg različnih umetniških del, preseli tudi na različne politične in gospodarske ustanove, ki ne sodijo v krog umetnosti. Te estetiko izrabljajo v želji po večji politični in tržni učinkovitosti (Strehovec 1995: 32–33).

Kot že rečeno, se je estetika kot teorija estetske dejavnosti v večjem delu zgodovine ukvarjala s teorijo predmeta – umetnosti. Z razvojem umetnosti pa se je spreminjala tudi vloga estetike. Glavni preobrat v okviru razvoja obeh je povezan s spremembami v znanosti, tehnologiji, produkciji in reprodukciji umetniških del. Kot sem omenila že v prejšnjem poglavju, temelji sodobna umetnost na konceptu *poesis* (kreativnost), namreč: »Vsako umetniško delo ima v neločljivi enoti dvojen značaj: je izraz stvarnosti, toda hkrati ustvarja stvarnost, takšno, ki je ni zunaj dela ali pred delom, temveč prav samo v delu« (Kosik v Strehovec 1995: 27).

Koncepti sodobne estetike imajo svoje korenine v modernistični in avantgardni umetnosti 20. stoletja, v kateri prihaja do opuščanja mimetičnosti in čutnega. Instalacije, simulacije, video, torej novi mediji in tehnologija, oblikujejo novo senzibilnost in s tem povezano novo medijsko modelirano čutnost. S pojavom t. i. protiestetske umetnosti postane funkcija estetike sekundarnega pomena ali pa je že kar odsotna. Zato lahko rečemo, da je ime estetika le še konvencija.

Pomen estetike se je skozi zgodovino spreminjal, pojasnjuje Erjavec (1995: 112). Kar pomeni, da si določeni predmeti, izdelki, dejanja v določenem obdobju pridobijo neko estetsko funkcijo, spet drugi jo izgubijo. Na primer, Warholove škatle Brillo, za katere lahko rečemo, da same po sebi nimajo nikakršne estetske vrednosti, pa vselej postanejo del umetnosti pop arta. Danto je zapisal: »Kot delo umetnosti Brillo škatla počne več kot to, da le vztraja pri tem, da je le Brillo škatla. Počne to, kar so umetniška dela vedno počela – pozunanji način gledanja sveta, izražanja notranjosti kulturne dobe, ponudi se kot ogledalo« (Danto v Erjavec 1995: 114).

Umetnost je vedno **odsevala čas**, v katerem je nastajala. Bila je in ostaja **ogledalo družbe**, miselnosti in načina življenja. Tako Brillo škatle v primeru pop arta »slikajo« kapitalistični

način življenja, in če govorimo o estetiki, ustvarjajo t. i. estetiko kapitalizma. Ta se oblikuje skozi potrošništvo, zabavo, prosti čas, dogodke, popularno kulturo, torej skozi svet, v katerem se potrošnik nenadoma znajde v poplavi najrazličnejših izdelkov, ki jih ponuja trg. Warhol tako s svojimi jušnimi konzervami, steklenicami kokakole, Brillo škatlami pravzaprav pomeni začetke vdora kapitalistične estetike v vsakdanje življenje.

Nič kaj drugače ni z **današnjo umetnostjo** t. i. poznega kapitalizma. V njej se še vedno zrcali duh časa, v katerem živimo. Znanost in tehnologija se nemoteno razvijata naprej. Sodobna robotika, virtualna resničnost in multimedia nam ponujajo nove estetske oblike. Z **estetizacijo različnih družbenih področij** (politike, znanosti, blaga, okolij ...) se oblikuje posebna estetika, ki jo Strehovec poimenuje kar **tehnoestetika**. Ta pozdravlja do okolja in človeka prijazno tehniko in stroje, ki s svojimi robotskimi in računalniškimi varijantami stimulirajo, bogatijo in pospešujejo naše čutne zaznave (Strehovec 1995: 12–13).

Značilnost nove, sodobne in aktualne estetike je torej njen **novi način reprezentacije**. Pod sodobna umetniška dela Strehovec navaja inštalacije, dogodke (happeninge), procese, programske kode, spletne strani ipd. Porod t. i. sodobne umetnosti ima velik vpliv tudi na umetnost bolj klasičnih oblik, kot so knjige, filmi, slike, kipi, odrske plesne in dramske predstave, ki danes v svoje reprezentacije vedno bolj vpletajo navedene umetniške prakse. To pa v bitni strukturi umetniškega dela pomeni glavni prelom, in sicer v njegovi relaciji z realnostjo, v kateri je. Nov je torej način umeščenosti umetniškega dela v neki prostor, njegovo mesto materializacije kot tudi estetske vrednosti (Strehovec v Leben 2006).

Kot sem že večkrat zapisala, je umetnost pravzaprav vedno pričala o realnosti, o svetu v katerem se je porajala, in to še vedno počne. Tista najpomembnejša razlika, ki je nastala v sodobni umetnosti, o čemer sem pisala v poglavju o umetnosti, je, da govori tudi o lastni umeščenosti v ta svet, torej realnost. To lastno umeščenost Strehovec (ibid.: 2006) opiše z besedami »avtopoezis« in »samo-nanašanje«, kar pomeni, da bistvo umetnosti ni več njen goli zunanji videz, njena materialna podoba; estetika, tisto lepo v umetnosti, ni več v njenih čutno zaznavnih komponentah, temveč v razkrivanju načina, kako v realnosti je.

Procesi estetizacije blagovnega sveta, prepletanja visoke in popularne kulture ter prevladovanja medijsko posredovanega dožemanja realnosti so bili tisti, ki so, po mnenju Bulca (2004: 53), pripomogli k dobri spremenjenim razmeram v sodobnih družbah, v

katerih je zdaj pod vprašaj postavljena realnost sama, za razliko od modernih družb, za katere je bilo značilno problematiziranje njenih reprezentacij. V globalnem potrošniškem kapitalizmu se polja umetnost in ekonomije prepletajo, estetika kapitalizma pa vidna na vsakem koraku. V nadaljevanju bom najprej skušala pokazati, kako popularna kultura in mediji vplivajo na vsakdanje življenje ter kakšen vpliv imajo na umetnost.

3. Estetizacija potrošnje, popularna kultura in pop art

3.1 Popularna kultura – pojem in nastanek

Na kaj pomislimo ob besedi popularna kultura? Včasih je *popularno*¹⁷ izviralo iz ljudstva. Popularna kultura je bila torej kultura nekega ljudstva in je nastajala kot produkt življenj ljudi, njihovih izkustev, vsakdanjih problemov in zadovoljstev. V primerjavi z visoko kulturo oz. kulturo vladujočih je imela status manjvrednosti (Stankovič 2002: 16).

Danes s tem ni več povsem tako, saj je popularna kultura dobila povsem nove razsežnosti. Popularno pomeni nekaj, kar je zabavno in sprejeto pri širših množicah. V sebi zaobjema vso banalnost vsakdanjega življenja in ima za **vzor okus množice**. Zato je popularna kultura pogosto imenovana z besedo *množična kultura*,¹⁸ saj je zaradi svoje množične produkcije, industrijske proizvodnje namenjena širokemu krogu potrošnikov. Je torej **kultura množičnega trga**, kjer se ustvarja **dobiček** kot proizvod *kulturne industrije*.¹⁹ Zato lahko rečemo, da poseblja tisto, **kar ima množica rada**. Kar rada kupuje, gleda in posluša. Je del nas, del našega vsakdanjika, prostega časa in življenja nasploh. Dandanes se ji težko izognemo, saj **nas spremlja na vsakem koraku**. Verjetno drži, da skoraj ne mine dan, ne da bi si ogledali kakšen film, mogoče najljubšo nadaljevanko, poslušali glasbo, se morda udeležili gledališke predstave ali umetniške razstave, koncerta najljubše skupine itd. Čeprav

¹⁷ Popularno izvira iz angleške besede *popular* in pomeni ljudski, naroden (Stankovič 2002: 16).

¹⁸ Termin »množična kultura« (mass culture) se pogosto prekriva s terminom »popularna kultura«. Množična kultura (mass culture) je delana po okusu množice, je industrijsko proizvedena, množično reproducirana, v primerjavi z ljudsko kulturo, ki naj bi bila diktirana od »spodaj« (prakse in izdelki nižjih družbenih razredov). Kot plod zadovoljevanja lastnih potreb naj bi bila množična kultura vsiljena od zgoraj (podjetja, korporacije, poslovneži) z namenom ustvarjanja dobička (Stankovič 2002 14–16).

¹⁹ Pojem kulturna industrija oblikujeta T. Adorno in M. Horkheimer (člana Frankfurtske šole kritične teorije). Gre pa za pojasnitev usode kulture v poznem kapitalizmu, ko zaradi množične proizvodnje in poblagovljenja predmeti izgubljajo uporabno vrednost, pri čemer se ta absorbira v proces produkcije. Kulturna industrija tako z množičnimi mediji in oglaševanjem njenih kulturnih produktov uveljavlja kapitalistični način življenja (Adorno in Horkheimer 1972).

znotraj naštetega še vedno lahko izbiramo med komercialnimi²⁰ in bolj alternativnimi²¹ vsebinami, se meje med enimi in drugimi vse bolj prepletajo. Popularna kultura je **danes del globalne sfere**, ki s svojimi množično proizvedenimi vsebinami ponuja užitek in zabavo ter povezuje ljudi z vseh koncev sveta.

Po mnenju Bettsa (2004: 1) je »sodobna popularna kultura pravzaprav brez definicije, tako vse obsegajoči so njeni subjekti, tako daleč segajo njeni učinki.« Njen tematski krog obsega vse od filma, televizije, glasbe, gledališča, mode do literature in upodabljalne umetnosti. Vsako zgodovinsko obdobje ima svojo popularno kulturo, nekateri teoretiki njene zametke postavljajo daleč nazaj v preteklo zgodovino jamskih slikarij, grških tragedij, rimskih grafitov in gladiatorskih iger.

Prve velike spremembe v popularni kulturi so nastale v dvajsetih in tridesetih letih 20. stoletja, in sicer s pojavom radia, kinematografov, transporta in množične produkcije. Vodilno vlogo so prevzele ZDA, ki so po 2. svetovni vojni doživele pravi industrijski, tehnološki in produkcijski razcvet. Medtem ko se je Evropa, utrujena od vojnih grozot in uničenja, družbeno in ekonomsko »sestavljala k sebi«, se je na drugi strani Atlantika na veliko ustvarjalo. Gospodarstvo je »cvetelo« in ponujalo čedalje več izdelkov, ki so se na policah trgovin ponujali ljudem. »Ameriške sanje« so tako pomenile svobodo v svetu potrošništva in izobilja, v katerem so se ljudje sproščali ob kupovanju popularnih revij, kot sta bila *Life* in *Time*, (v kinematografih in pred televizijo, ob pop in rock'n'roll glasbi, v avtomobilih in v vedno večjem številu domačih gospodinjskih aparatov) (McCarthy 2000: 28).

Pa vendar je v družbi vladala dvojna stvarnost, ki jo je mogoče opaziti tudi v umetnosti pop arta. Na eni strani torej lepota in iluzija, ki se je kazala v filmih in reklamah, na drugi strani strah in nezaupanje pred novo katastrofo. To obdobje je bilo odločilnega pomena, ne samo zaradi tehnološkega in industrijskega napredka, v tem času so nastale spremembe na vseh

²⁰ Komercialna umetnost je umetnost, ki nastaja v okviru trga in je v najboljšem primeru sposobna ponuditi sprejemljive dosežke, nikakor pa ne inovativnih ali eksperimentalnih. Kar pomeni, da ponuja dela z razpoznavnim stilom in dejavnostmi, ki se podrejajo okusu množic (Frey in Pommerehne 2001: 29).

²¹ Alternativna umetnost se najlažje definira kot nasprotje komercialni umetnosti, katere glavni namen je ustvarjanje dobička. Izraz alternativen je navadno povezan s pojmi, kakršni so neumetnost, anti-umetnost, kontrakultura, se pravi s tem, kar je oblikovno in vsebinsko drugačno, progresivno, radikalno itd. Pa vendar je meja danes težko določljiva, saj se vsebine med eno in drugo vse bolj prepletajo. Skupina, ki izvaja alternativno glasbo, se lahko zelo dobro prodaja. Je to potem še alternativna umetnost? Alternativne umetnosti zato ne moremo opredeliti zgolj skozi razliko med komercialnim in nekomercialnim, ampak raje kot nekaj, ki z obliko in vsebino krši ustaljene norme.

področjih družbe. Rast prebivalstva, ekonomska stabilnost, konec vojne so oblikovali potrošniško družbo, ta pa je za mnoge pomenila nov začetek. ZDA so tako postale nekakšna »tovarna sanj«, kjer so nastajali ideali, produkti in zapovedi popularne kulture (od Hollywooda, šaljivih stripov, kokakole do avtomobilov), vse pa je vrhunec doseglo v šestdesetih letih 20. stoletja. Malce porogljiv, a vseeno povsod prepoznaven proces so poimenovali kar kokakolonizacija (Betts 2004: 2–3).

To je bil tudi čas, ko so pregrade med umetnostjo in življenjem padle in odprle vrata novi, za tisti čas popolnoma sveži umetnosti, t. i. pop umetnosti. Na omenjene spremembe so vplivali številni dejavniki, ki sem jih obravnavala že v prejšnjih poglavjih, pa vendar ne moremo mimo medijev in njihovega vpliva na posameznika, njegovo obnašanje in medsebojne odnose.

3.2 Množični mediji in pop art

Množični mediji (televizija, radio, internet ...) in nanje vezana popularna kultura že celo stoletje počasi in vztrajno vstopajo v naša življenja. Njihove vsebine v večji meri zapolnjujejo naš prosti čas in narekujejo, kako naj živimo. Produkcija popularne kulture preko sodobnih medijev predstavlja izdelke, ki jih množica bolj ali manj konzumira v prostem času in s katerimi si oblikuje pogled na svet (Stankovič 1997: 90). Koncept množičnih medijev je torej tesno povezan z **zabavno industrijo, potrošniškimi izdelki in informacijami**. Mediji ne samo da **prenašajo sporočila** in sestavljajo komunikacijski krog v družbi, ampak bi lahko rekli, da »poganjajo motor« celotne kulture, ki bi se brez njih kar ustavil.

Po mnenju Osterwolda (2003: 41) je uspeh množičnih medijev, zgodovinsko in ekonomsko gledano, predvsem v njihovem tehnološkem razvoju kot tudi v strategiji psihološkega vplivanja na množice. Pravi, da so mediji ljudi naredili odvisne od dobro premišljenih in vznemirljivih informacij. Njihova zgodovinska misija je bila univerzalna, prevzgojna,²² oblikovana tako, da je s svojim programom prodrla kar se da globoko v človeška življenja in si tako pridobila največjo možno distribucijo.

²² Prevzgoja ali preizobraževanje je pri medijih potekalo v obliki skrbno načrtovanih programov in oglaševalskih strategij, s katerimi so hoteli množice pridobiti na svojo stran.

Mediji so s svojimi daljnosežnimi komunikacijskimi kanali kmalu postali **del življenja vsakega posameznika**. S širjenjem informacij in sporočil so **vplivali tudi na položaj umetnosti**. Umetnost je tako postopoma postala del medijske industrije in oglaševalskega sveta. Mediji so jo uporabili za svoje sporočilne namene in jo s tem približali množicam. Ugotovili so, da z vizualno privlačnim izdelkom in dobro oglaševalsko kampanjo lahko **oblikujejo okus množice**. Tako ljudje in stvari, ki postanejo priljubljeni pri množici, postanejo popularni tudi v družbi. In ravno to popularnost že od samega začetka s pridoma izkoriščajo ekonomisti in politiki, ki s pomočjo sociologov in psihologov poizvedujejo in raziskujejo navade in obnašanje potrošnikov. Če proizvajalci (giganti, korporacije) želijo, da bi bil njihov izdelek na trgu čim bolj prodajan, se morajo prilagoditi potrebam in okusu množic (Osterwold 2003: 7). Na tem mestu moramo omeniti skrbno načrtovane oglaševalske²³ prijeme, s katerimi apelirajo na kupce – porabnike. Z oglasnimi slogani, stilsko oblikovanimi izdelki, s pravilno kombinacijo barve, oblike in besed naj bi potrošnika prepričali o nakupu. Kot vemo, je cilj vsakega oglaševalca v tem, da nam vizualno dodelan izdelek, storitev ali idejo čim bolj približa in nas prepriča, da bomo potem lepši in bolj zadovoljni, torej ga je treba kupiti. Po mojem mnenju je najpomembnejša prav estetska podoba, preko katere se je umetnost vpela v množične medije, k čemur sodi izbira palete barv, privlačna oblika in embalaža. Šele potem namen in končen rezultat. Zato mora biti oglas kar se da vizualno izstopajoč, da v poplavi vedno večje konkurence pritegne naš pogled.

In tako so v šestdesetih vsi pili kokakolo, brali stripe, jedli hitro hrano, častili zabavo in ikone zabavne industrije. Pa je danes kaj drugače? V današnjem hitrem tempu življenja se nam skoraj na vsakem koraku ponuja nekaj od zgoraj omenjenega. Razlika je le v količini, ki ji ni videti konca. Kokakola je danes skupaj s korporacijo McDonald's prodrla v vse družbe sveta in je pogosto simbol ameriške globalizacije.²⁴ Betts (2004: 2) meni, da živimo v nekakšni »lesketajoči« se družbi, polni najrazličnejših izdelkov in hitrih storitev, v duhu slogana: »Več vsega, hitreje in bolj bleščavo.« In ravno to »navidezno« bleščavost je pop art spretno prenesel na platna, od tam pa naravnost v muzeje. Povezava med oglaševanjem in pop umetnostjo je v tem primeru zelo primerna, saj je bila večina popartistov, preden so vstopili v svet umetnosti, zaposlena v oglaševanju ali grafičnem oblikovanju. O tem priča pogosta

²³ Oglaševanje je kreativna množična komunikacija, je plačana in neosebna oblika sporočanja in spodbujanja procesov menjave izdelkov, storitev, idej, organizacij, ki jo izvaja identificirani oglaševalec (Jančič 1995: 25).

²⁴ Obstaja veliko število definicij globalizacije, zato je težko reči, katera je prava. Brezovšek na primer trdi, da je »globalizacija proces, ki se širi v različnih smereh preko nacionalnih meja in je sposobna doseči vse skupnosti ne glede na geografski prostor, nastaja pa v trenutku, ko poskušajo različni ljudje uresničiti svoje vsakdanje cilje, interese in običaje preko ustaljenih meja« (Brezovšek 2003: 12).

uporaba oglaševalskih strategij v proizvodnji pop arta, kar pomeni postopno odpravljanje razlike med umetnostjo in oglaševanjem (Debeljak 1999: 190).

Pop art je **inspiracijo** za svoja dela **našel v podobah potrošniške družbe**, na televiziji, radiu in v tisku ter na ta način oblikoval ikonografijo sodobnega sveta. Pri tem je treba opozoriti, da so si množični mediji pri oglaševalski komunikaciji večinoma izbirali tradicionalne in zastarele norme čustvovanja. Ideale o lepoti, uspehu in moralnosti so predstavljali na izrazito romantičen način, s katerim so lahko uspešno uresničevali svoj ideološki cilj o napredku. Torej drugačen kot pop art, ki je ideale oglaševalske industrije razkril na bolj »agresiven« način (Osterwold 2003: 41–44).

Pop art je »velikopoteznost« medijev izkoristil za ustvarjanje enostavne in prefinjene umetnosti, ki je bila zaradi bližine podob razumljiva širši množici, hkrati pa je kritizirala pop kulturo in njeno delovanje. Tekmovalnost umetnosti z mediji je umetnike naučila, kako delovati v svetu potrošništva. Tako se je počasi začel spreminjati odnos ne samo med družbo in mediji, ampak tudi med ljudmi in umetnostjo. Popartisti so se poigrali z direktnostjo in hitrostjo, s katero gledalec »požira« oglasne podobe, ki ga obkrožajo. Hoteli so **opozoriti** in **dražiti potrošnike**, ki se navdušujejo nad blagovnim fetišizmom, ter jih opozoriti na njihovo voljnost za efekte potrošnje. Popartisti so razkrili nasprotja med izdelki, ki jih je ponujal trg, ter dejansko stvarnostjo. **Pokazali** so tudi tisto drugo **naravo množičnih medijev**, ki v želji po dobičku pogosto manipulirajo z množico, če jim to le dopušča. Ne trdim, da je množica zgolj pasivna, seveda obstaja tudi drugi pol, ki z aktivnostjo vedno znova opozarja na spremembe v okolici. In ravno to so počeli popartisti, za katere je kvaliteta medijskega poročanja postala pomemben objekt raziskovanj, pri čemer je bila vsebina sekundarnega pomena, zanimal jih je jezik kot glavno sporočilo medija (Osterwold 2003: 42–44).

Umetniki pop arta izhajajo iz medijev (oblikovanje oglasov), ki so zanje glavni vir snovi, in jih povežejo s tehnološkim napredkom. V svojih delih uporabijo vsakdanje predmete in podobe potrošniške družbe, jih postavijo v nov kontekst, zato dobijo povsem nov pomen in dimenzijo. Spominjajo na oglas, čeprav postanejo del umetnine, kar daje dvoumen učinek. Tako lahko na primer upodobljena *konzerva juhe* (glej sliko 3.2.1) postane še bolj vsakdanja ali pa še bolj privlačna. Na drugi strani pa fotografije *avtomobilskih nesreč*, *usmrtitve - električni stol* (glej sliko 3.2.2), slike najbolj iskanih morilcev itd., ki polnijo časopise in druge medije, povečane in upodobljene na platnu, delujejo še bolj strašljivo.

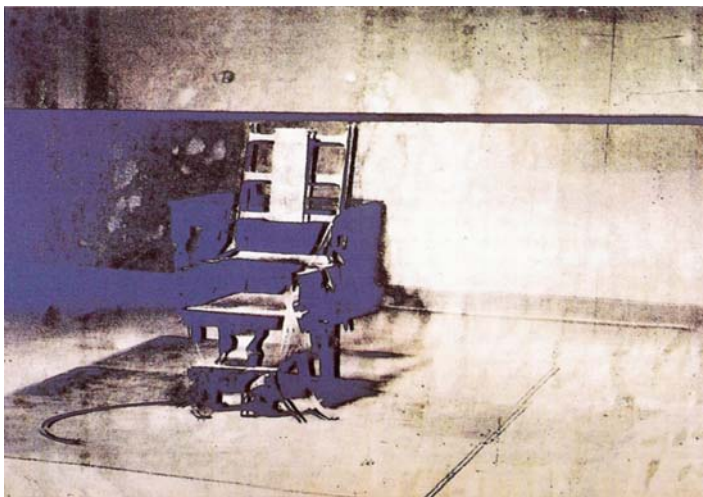
Slika 3.2.1 Andy Warhol Campbell's Soup, 1962



Vir: Honnef 2000: 31

In ravno v tem je čar **umetnosti pop arta**, ki domiselno **razkrinka potrošniško družbo**. Ko umetnik poseže v oglas, podre prvotno harmonijo med obliko in vsebino. S tem ko izpostavi manipulativne elemente oglaševanja, pa spreobrne prvotno formo oglasa, zaradi česar izgubi pravi pomen. Prvotna vsiljivost oglasa je tako premagana, ker izgubi moč. Prav tako pa postane dvoumna narava podobe, vzete iz medijskega sveta, ki na eni strani lahko pomeni popoln pristanek in pozdravljanje potrošniške kulture, na drugi pa ravno narobe, grajanje in razočaranje (Osterwold 2003: 15–17).

Slika 3.2.2 Andy Warhol Electric Chair, 1967



Vir: Honnef 2000: 60

Eno ali drugo, pop art in njegov odnos z mediji lahko razumemo kot opozorilo, kritiko ali provokacijo zaradi večje moči medijev v družbi in njihov vpliv na način življenja in vrednote ljudi. Čeprav bo o medijih tekla beseda še v naslednjih poglavjih, lahko zapišem, da se je s

pop artom najbolj izrazito v zgodovini umetnosti zgodilo, da so popularne podobe in medijski artikli, ki so v obliki plakatov, oglasnih panojev, letakov itd. prvotno polnili ulice svetovnih mest, dobili svoj prostor tudi v muzejih. S tem je pop art zabrisal mejo med oglaševanjem in umetnostjo in pokazal, da je umetnost pravzaprav gibljiva forma, ki diha z družbo in nastaja na vsakem koraku. Zato si bomo v nadaljevanju pogledali, kaj se zgodi z umetnostjo, ko prestopi zidove umetniških institucij, kako sta na njen obstoj vplivali industrializacija in popularna kultura ter kaj so o tem menili nekateri kritiki.

3.3 Vpliv komercializacije in industrializacije na umetnost

Popularna kultura je z možnostmi tehnične reprodukcije začela zavzemati prostor javnega in zasebnega ter je tako preoblikovala vsakdanja življenja posameznikov. »Sodobni proizvodi kulture so za razliko od šika in šokantnosti zgodovinske avangarde ostali samo še šik,« je zapisal Debeljak (1999: 183). In če je »šik«, v smislu elegance in čednosti, lastnost »visoke« kulture, kič pa lastnost »nizke,« se razlike v popularni kulturi med eno in drugo počasi zabrišejo. Jameson ravno v tej zabrisani meji med visoko (elitno) in popularno (množično/komercialno) kulturo vidi eno temeljnih lastnosti postmodernizma (Jameson v Bulc, 2004: 67).

Trivialnost vsakdanjega življenja je postala stvar skupnih interesov družbe, kar je pripeljalo do temeljnega preobrata tako v umetnosti kot kulturi. S prihodom množičnih medijev je nastala internacionalizacija stilov in drugih oblik izražanja. Umetniška dela in produkti množične proizvodnje so postali dostopni vsakomur. Muzeji, ki so večji del umetniške zgodovine veljali za nedotakljive institucije, ki skrbno »čuvajo« in razstavljajo zaklade umetnosti, niso več taki kot so bili. Potrošniški predmeti, kot so kič, spominki, plakati, stripi, reklame ... niso postali le del umetniške tematike in raziskav, marveč so »romali« naravnost na stene muzejev, galerij in drugih umetniških ustanov ter krasili domove množic. Tako je vse več ljudi dobilo željo po soustvarjanju umetniških del, k čemur so nagovarjali slogani, kot sta: »Umetnost je življenje« (Beuys) in »Vsak je umetnik« (Warhol). Umetnost in življenje sta postala eno in nista pomenila več dveh popolnoma ločenih sfer (Osterwold, 2003: 7–8).

Proti takim razmeram so prav gotovo najostreje protestirali pripadniki Frankfurtske šole. Adorno in Horkheimer sta že zgodaj »kritizirala sprevržen meščanski um, ki je podlegel

tehnični racionalnosti in vodi ljudi, kulturo in naravo v totalno poblagovljenje« (v Pušnik 2003: 217). Kapitalistična menjava je namreč prepojila ne samo delo in produkcijo, ampak potrošnjo in druga področja, ki so bila nekdanj izvzeta iz menjave in poblagovljenosti, kamor sodi tudi umetnost (Debeljak 2002: 104). Opozorita, da med materialnimi proizvodi množične kulture in umetnostjo ni več prave razlike, saj je industrijski način proizvodnje prešel tudi na umetniške prakse, kar pomeni, da umetniška dela tako kot kulturni izdelki nastajajo po ustaljenih, racionaliziranih, organizacijskih procedurah zgolj zaradi želje po dobičku. Kapitalistične korporacije »nadzirajo« tako potrošnike kot ustvarjalce kulturnih izdelkov, slednje si zaradi svoje predanosti kulturna industrija kar prisvoji (Adorno in Horkheimer v Bulc 2004: 38).

Tako je posameznikova kreativnost že vnaprej ujeta v njene mehanizme, kar pa po njenem mnenju ni prav. Da umetnosti na tak način ne moremo proizvajati, je povsem jasno, saj je Frankfurtska šola visoko (elitno) umetnost obravnavala precej snobovsko in vztrajala pri povzdigovanju njenega revolucionarnega potenciala, ki je povsem ločen od vsakdanjega življenja. Po mnenju Adorna le visoka umetnost lahko, če seveda zavrne ekonomsko uporabnost, ponuja edino področje umika za kreativno, neodtujeno človeško delo (Adorno v Debeljak 2002: 112).

Drugače je razmišljal Walter Benjamin, ki je podal pomemben prispevek k razmišljanju o umetnosti v času kapitalistične produkcije. V svojem eseju *Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati* (1936) je izpeljal zanimive teze o pozitivni vlogi medijev pri širjenju kulturnih vsebin, spremenjenem odnosu in razumevanju umetnosti ter o spremenjeni naravi umetnosti. Benjamin na eni strani opozarja, da je umetniško delo zaradi svoje tehnične reprodukcije, s pojavom filma, fotografije, radia in nosilcev zvoka, izgubilo enkratnost, ritualnost, po njegovem pristnost v času in prostoru. Kot je zapisal: »Pristnost neke stvari je zbir vsega, kar ji je od začetka dodala tradicija, od njenega materialnega trajanja vse do zgodovinskega pričevanja. Ker je to drugo zasnovano na prvem, v reprodukciji pa se je prvo človeku izmaknilo, izgubi zadnje, se pravi zgodovinsko pričevanje, svojo trdnost. V resnici se zamaje avtoriteta stvari« (Benjamin 1998: 151). In ta manko je po njegovem *avratičnost* kot značilnost tradicionalne umetnosti. Če še enkrat spomnim, je tradicionalna umetnost zaradi svoje kultnosti in ritualnosti bila nekaj svetega in s tem nedotakljivega, zato posameznik do njene božanske narave ni imel neposrednega dostopa. Po Benjamovem mnenju pa so ravno

tehnični postopki tisti, ki umetnosti vzamejo t. i. avratični sij in jo z mediji (radio, kino, tisk itd.) prenesejo v domove množic.

V vsem tem pa je Benjamin videl tudi nekaj pozitivnega, in sicer je v imenu večje javne dostopnosti umetniških del pravzaprav pozdravljal ukinitvev ritualne značilnosti in avre, ki si jo je razlagal kot prevlado *razstavne vrednosti* umetniškega dela nad njegovo poprej privilegirano *kultno vrednostjo* (Benjamin v Debeljak 2002: 107). Ta sprememba v naravi umetniških del je bila zanj ključna za vzpostavitev, do tedaj odsotne komunikacije, ki se sedaj vzpostavi med umetniškim delom in javnim občinstvom ter spremeni naravo umetnosti kot tudi odnos do nje. Po njegovem pomeni nov način človekove udeležbe v umetnosti, saj »množica vnaša v umetniško delo samo sebe« (Benjamin v Bulc 2004: 36).

Tako naj bi umetniška dela zaradi modernih tehnoloških sredstev reproduciranja izgubila pristno individualnost. Z uporabo tehnik ustvarjalne montaže in kolaža postanejo fragmentirana, torej sestavljena iz večih različnih fragmentov (delcev), to pa je tisto, zaradi česar izgubijo edinskost, celostnost in pravzaprav originalnost. Tanja Mastnak (1998: 30) pravi: »Ideološka moč originala je skrita v njegovi zgodovini, v njegovi avtentičnosti in avtoriteti, vsi ti elementi skupaj pa tvorijo kultno vrednost, ki ustvarja auro umetniškega dela.« Za umetniška dela preteklosti je namreč veljalo načelo neponovljive originalnosti, ki pa v umetnosti 20. stoletja postane vprašljiva. Nove tehnike reprodukcije pripeljejo do tega, da se original izgubi v seriji lastnih kopij, to pa pomeni tudi neskončno zamenljivost umetniških del. Benjamin v tem ni videl nič slabega, saj s tem ko umetnost postane javno dostopna in se »razprodaja« na trgu, na drugi strani pridobi na prepoznavnosti, ponovljivosti, cenovni dostopnosti in dokumentirani pristnosti (Benjamin v Debeljak 1998: 146).

Zato lahko rečemo, da komercializacija in industrializacija na umetnost vplivata ambivalentno. To, da postane umetnost javno dostopna, da se v muzejih in galerijah razstavljajo predmeti iz vsakdanjega življenja in obratno, da je umetniška dela mogoče videti tudi zunaj zidov umetniških institucij, je po mojem mnenju velik napredek. Hkrati pa naj bi ravno javna dostopnost umetniških del, komercializacija, tehnike reproduciranja in množični mediji vplivali na to, da umetnost izgublja svojo pristnost, svetovljanskost. Pa je res tako? Če se vrnem k Benjaminu, tudi njegovo razumevanje avre lahko razumemo na dva načina. Izguba avre lahko po eni strani naznanja uničenje avtonomnega subjekta, po drugi strani pa oznanja

prihod nove, osvobodjene oblike umetnosti, namenjene množičnemu užitku (ibid.: 1997: 146–150).

Vse naštetu najdemo v umetnosti pop arta, ki jo bom natančneje obravnavala v naslednjem poglavju. Pop art je primer osvobodjene umetnosti, ki črpa iz popularne kulture, predmetov množičnega užitka in ustvarja prav posebno estetiko. Kot prelomno gibanje poseblja vse lastnosti postmodernizma in odpravlja pravila, ki so do tedaj veljala v umetnosti. Pomeni pravo kulturno gibanje, drugačen samosvoj stil, ki obnori svet, in v primeru umetnosti Andyja Warhola najizraziteje spodbija tezo o koncu avre in pristne originalnosti umetnin. Lahko rečem, da pop art tako navkljub tehnikam reproduciranja in ponavljanja ostaja sam svoj original. Oziroma, kot bomo ugotovili v nadaljevanju, so ravno ponavljajoče podobe pop kulture, tehnike reproduciranja in zvezdniške ikone tiste, ki ustvarijo to originalnost, zaradi katere Warholova dela, na umetniškem trgu, še danes dosegajo neprecenljive vrednosti.

4. Pop art kot nova estetska senzibilnost

4.1 Opredelitev in razlaga pojma pop art

»Vse je čudovito, pop je vse.«

Andy Warhol

Ali gre za igro besed, način življenja, določeno generacijo, povsem novo razumevanje v umetnosti? Lahko bi rekli, da pop art opisuje prav vse od naštetega. Pop art je termin, ki ga je prvič zapisal angleški kritik Lawrence Alloway leta 1985 v članku z naslovom *The Arts and the Mass Media*, v publikaciji *Architectural Design* označuje pa kulturno gibanje v poznih petdesetih in šestdesetih letih 20. stoletja. Prav tako ga lahko razumemo kot **stilsko označbo** ali kot **kulturni dogodek**, Osterwold (2003: 6) pa ga na primer označi s terminom **»umetniški fenomen«**, ki odseva čas in prostor, v katerem najde svoj izraz.

Ko okrasni pridevek »pop« priložimo k besedi »art« (umetnost), ga povežemo zgolj z enim od mnogoterih in raznovrstnih področij družbe. Dobimo besedo pop art, ki že sama po sebi kaže na dva različna pola, med katerima skuša najti ravnotežje: med popularno in t. i. visoko umetnostjo, med kritičnim in navdušujočim odnosom do napredka, javnim in zasebnim

vsakdanjikom množice, evforijo in pesimizmom, ki navdajata družbo. Umetnikom se na ta način odpre povsem **nova realnost**, ki jih na eni strani fascinira, na drugi navdaja z gnusom in tesnobo. Vsa ta občutja so popartisti znali odlično povzeti, in nastala so zanimiva dela, ki so v umetnosti postavila **nova estetska merila**. Premik v estetiki so sporožili s tem, ko so slikanje s čopičem kombinirali s tehnološkim napredkom (film, fotografija) in postopki reprodukcije ter pokazali, da tudi povsem vsakdanji predmeti, ki sami po sebi nimajo nikakršne estetske vrednosti, lahko postanejo del umetnosti.

Beseda pop je kratka, zato se lahko hitro odziva na slogane množičnih medijev, hkrati pa je tudi vedra, ironična in kritična. Sčasoma je zaobjela »širok razpon najrazličnejših umetniških dejavnosti, katerih skupna poteza je bilo opiranje na podobe in včasih tudi postopke množičnih občil« (Lynton, 1994: 289). Beseda je pravzaprav nastala pri kritikih, ki so na začetku gibanja zanjo uporabljali celo vrsto likovnih izrazov: *neodada, coca cola art, novo vulgarijanstvo, novi realizem, popular image art, american dream painting, cool art*. Navsezadnje se je uveljavil enostaven, prijazen in kratek termin *pop art*, ki je zaradi privlačnosti in ostrine tudi najbolje zvenel. »Izraz pop je posredno namigoval tudi na **sorodnost s popularno glasbo**, zlasti z vzhajajočim svetom pop pevcev in skupin, katerih izjemna privlačna moč in uspeh po vsem svetu sta bila tako presenetljiv in značilen pojav v šestdesetih letih« (ibid.: 290). Beseda pop se zato navezuje še na dve glavni besedi, in sicer: **populacija in popularnost**, ki zaznamujeta duha šestdesetih let. To je bil čas rojstva dveh legendarnih bendov, *The Beatles* in *Velvet Underground*, čas ekonomskega in političnega razcveta, množične produkcije in tudi prebivalstva. Čas, v katerem kultura, umetnost in družba doživijo pravo revolucijo (Osterwold, 2003: 7–8).

Pop kultura in način življenja v šestdesetih postaneta tesno prepletena. Tako umetnost pop arta poseblja **vibracije nove dobe**, ki postanejo del javnega in zasebnega dela družbe. Nikoli prej v zgodovini umetnosti se ni zgodilo to, da sta umetnost in življenje postala eno (ibid.: 6). Da pa bi do kraja razumeli pop art, sprejeli njegove tehnike, dojeli vsebine, moramo najprej upoštevati, da gre za gibanje, ki ga je ujela lastna sodobnost in ga zaznamovala z neko posebno energijo in dinamiko, neločljivo povezanima z **ritmi modernih mest**. Torej gre za novo umetnost, ki ruši pravila in odklanja vsakršne omejitve in pogoje, hoče razširiti svoj prostor ustvarjanja s platna v svet, vsrkati prostore in dogodke in se enačiti z njimi. Navdih išče v tistih včasih tudi manj lepih in hkrati najizzivalnejših plateh sodobne družbe, kot so **filmi, risani stripi, časopisi, plakati, embalaže, popularna glasba, podobe iz**

oglaševalskega sveta, ki imajo neverjeten vpliv na ljudi. »Za pop art je značilna predvsem uporaba tistega, kar zaničuje,« je rekel Roy Lichtenstein (Lichtenstein v Sproccati 1994: 234). Debeljak pa: »Zanimala in privlačila ga je predvsem zunanja podoba množične kulture v vsakdanjem življenju potrošniške družbe« (Debeljak, 1999:188).

Lahko rečemo, da gre za **veliki trenutek šestdesetih let**, katerega žarišče umetniškega ustvarjanja so v glavnem predstavljale ZDA in Velika Britanija. **Kapitalistična ureditev družbe** je prinesla novi svet industrije, potrošnje, množičnih medijev in tehnološkega razvoja. Umetniki so se hipoma znašli v povsem novem okolju, ki jim je dopuščal zelo veliko svobode. Z uporabo **kričečih barv, kiča,²⁵ barvitih motivov, ikon vzetih iz sveta zvezdnitva**, so skušali prikazati svet, v katerem so se znašli. Kot rezultat tega so nastajala **odštekana, ironična** in pogosto **šaljiva dela**, ki so kazala na vse večjo komercializacijo zahodne družbe.

In kako ga pravzaprav prepoznamo? Pop art kot umetniški stil je v šestdesetih letih v umetniški prostor prinesel povsem novo svežino, ki je prisotna še danes. Zaradi skrivnostne privlačnosti, popularnosti in komunikacijskih spretnosti je znal množice vedno znova očarati. Njegove lingvistične tehnike, ki se zgledujejo po plakatu, fotografiji, sitotisku, pršilu, stripu in risbah iz oglasov, uporabljajo žive, skorajda kričeče barve, ki v seriji enakih podob nemudoma pritegnejo gledalčevo pozornost. Še danes je najbolj prepoznaven po upodabljanju ikon, vzetih iz filmskega in političnega sveta (legendarni Marilyn Monroe, Elvis Presley in Jacky Kennedy).

Pop art kot umetniški **stil postmodernizma** »slika« pisano podobo družbe, ki pa jo v bistvu največkrat zaničuje. In kaj je tisto, kar ga loči od drugih stilov? V primerjavi z zgodovinsko avangardo pop art ni imel namena šokirati, spreminjati ali ogrozati obstoječi družbeni red, temveč je s pridihom ironije in kančkom humorja reproduciral tisto, kar je že samo po sebi množično reproducirana resničnost. »Umetnost je postala reprodukcija reprodukcije. /.../ Umetniško delo je preprosto, neomejeno ponavljanje podobe, vzete iz medijev, umetnik pa se odpove sleherni individualnosti in zdrsne v anonimnost množične proizvodnje« (Compagnon v Debeljak 1999: 189).

²⁵ Beseda kič izvira iz nemške besede *kitsch* in bi jo lahko prevedli z izrazi, kot so »neokusen izdelek« ali »zmazek«. V jeziku sodobne kritike se izraz običajno uporablja v negativnem pomenu, vendar ne vedno, saj včasih označuje tudi zavestno odločitev, stil, modo, s čimer postane dvoumen ali celo pozitiven (Sproccati 1994: 281).

Za abstraktno umetnost je značilno popačenje predmeta, deformacija oblik in izkrivljanje podob, popartisti pa so izbrani predmet zreducirali na njegovo abstraktno vrednost. A ne abstraktnost v smislu oblikovne deformacije, temveč načinu predstavitve. Tanja Mastnak (1998: 50) je zapisala: »Umetniška gesta razstavljanja konzerve juhe je dejanje reduciranja pomena objekta vse do njegovega abstraktnega smisla. Postal je znak med drugimi znaki: ne predstavlja več juhe, temveč vizualni znak, objekt našega vizualnega ugodja.« David McCarthy (2003: 25) tako govori o novi estetski senzibilnosti, ki je pomenila velik poudarek na obliki, vsebini in postopku nastajanja. Za obliko so bile značilne čiste, močne barve, pomanjkanje potez, narejenih s čopičem, enostavne oblike, dvodimenzionalnost, izrazit obris ter zadušitev globine prostora.

In še ena velika razlika je, ki popartistično umetnost naredi posebno in drugačno. V primerjavi z moderno tradicijo, za katero je bilo značilno neskončno tolmačenje umetniških del, dvoumnost podob in pomensko zavajanje, se pop art temu skuša izogniti. Ravno ta neskončna redukcija objekta do njegove abstrakcije pripelje do tega, da opazovalec izgubi veselje za kritično vrednotenje umetniškega dela. Takšno občinstvo se bistveno razlikuje od tistega iz prejšnjih obdobj, za katera je bilo značilno nekakšno »dešifriranje umetniških ugank.« Pop art s svojo neposrednostjo, enostavnostjo in jasnostjo doseže ravno nasprotno. Podobe in življenjsko okolje prikazuje na šaljiv in ironičen način ter s tem umetnost približa širši množici.

Lahko rečemo, da je pop art nastal kot reakcija na sodobno kulturo, v kateri je bila realnost zelo podrejena tržnim interesom. Umetniki so se tako znašli v družbenem aparatu, ki, kot trdi Debeljak (1999: 187), »ideološko in ekonomsko spodbuja prilagoditev prevladujočim družbenim vrednotam.« Nadalje pravi, da umetnik s tem, ko postane del korporativnega kapitalizma, le še zadovoljno sprejema družbeno stanje in se iz vloge kritika spremeni v vlogo, zgolj pasivnega očitca. Ali potemtakem za sodobno umetnost,²⁶ ki se vse pogostje odvija znotraj kulturnih ustanov, lahko rečemo, da je družbeno popolnoma nekritična in da je izgubila pridih protesta? Temu težko pritrdim. Umetnost pop arta je tako potrebno razumeti znotraj časa, v katerem je nastal, saj so individualizacija, mehanskost in anonimna originalnost v umetnosti na eni strani odsevale množično industrijsko družbo, tehnološki napredek, širjenje mehanično reproduciranih medijev in njihove komercializacije popularne

²⁶ V mislih imam konceptualno umetnost (performanse, body art, idejna ali informacijska umetnost, narativna umetnost), sodobni ples itd.

kulture, na drugi strani pa so pomenile končni rezultat dolgega razvojnega procesa zgodovine umetnosti. Zato je za razumevanje umetnosti pop arta nujen natančnejši zgodovinski oris tako v geografskem kot tudi umetniškem smislu, z zadnjim imam v mislih umetniške smeri, ki so tako ali drugače vplivale na njegov nastanek in razvoj.

4.2 Zgodovinsko in umetniško ozadje pop arta

Pop art je kot vsa druga gibanja v šestdesetih nastal iz nekakšnega umetniškega vrenja petdesetih let, iz katerih je prevzel nekatere ideje in jih razvijal v novo estetsko občutljivost. Zato je popolnoma zmotno verjeti, da je povsem nerazdružljiv in drugačen v primerjavi s poprejšnjo moderno umetnostjo. Po mnenju McCarthyja (2003: 15) je šlo za temeljito naštudirano gibanje, ki se je močno zavedalo svojih zgodovinskih prednikov. Ti predniki so izhajali predvsem iz gibanj historične avantgarde, eno glavnih in najpomembnejših je zagotovo bila umetnost dadaizma, več o njuni povezavi pa v nadaljevanju.

Čeprav je vera v umetnost, v trepetajoči krik, ki ga proizvaja atmosfera dušečih velemest, do njegovega nastanka navdihovala *akcijsko slikarstvo*, razočarani popartisti ne verjamejo v njeno moč odrešitve. Posameznik po njihovem mnenju ni več sposoben delovati samostojno in svobodno, kar se kaže v njihovih upodobitvah, iz katerih je človek skorajda izključen, če pa se že pojavi, je največkrat v obliki robota. In prav zato je treba videti v pop artu prej naslednika abstraktne kot figurativne tradicije (Sprocatti 1994: 233).

Kot sem omenila, je bila umetnost dadaizma s svojimi deli velik navdih za pop gibanje v ZDA in tudi v Veliki Britaniji. Njen glavni predstavnik, Francoz Marcel Duchamp,²⁷ se je kasneje iz Evrope preselil v New York, kjer je skupaj s pariškim slikarjem Francisom Picabio in Američanom Manom Rayem »krojil« newyorški dadaizem. Od leta 1915 naprej si je gibanje dada prizadevalo omajati tradicionalne norme v umetnosti ter kot glavno idejo svoje umetnosti vzelo to, kako šokirati in izzivati publiko in kritike in to je bilo bistvo tudi kasnejšega pop arta. Dada v umetnost vnese oglasne podobe in slogane, revolucionarne letake, ljudsko umetnost in popularno kulturo v kolaže, asemblaže,²⁸ film, teater in

²⁷ Duchampovo najbolj odmevno delo je »*Fontana*«, ki ga je predstavil leta 1917. Gre za industrijski izdelek (pisoar), ki je dobil svoje mesto v likovni umetnosti (Ostewold 2003: 132).

²⁸ Asemblaž je stvaritev, v kateri je združenih več elementov različnega izvora ali disparatnih (popolnoma nerazdružljivih) materialov (Debicki in drugi 1998: 302).

performanse. Z ready madei, predhodnikom pop arta, dokaže, da tudi povsem banalni vsakdanji predmet lahko postane umetniško delo (Osterwold 2003: 132).

Pop art vse od nastanka ostaja svetovno aktualen, pa vendar možnosti za razvoj ni našel pri vseh narodih (Sproccati 1994: 233). In ker sta ZDA in Velika Britanija vseeno pustili v svetovnem merilu najprepoznavnejša dela ter hkrati najboljše posebljata in izražata samo idejo gibanja, se bom v tem poglavju omejila na njuno predstavitev s krajšim orisom faz, skozi katere se je pop art razvijal, ter njihovih glavnih predstavnikov. Iz obravnave pa bom izvzela območja sveta, kjer se je gibanje prav tako »prijelo«, vendar manj izrazito in odmevno.

Popartistično gibanje se je sočasno pojavilo v ZDA in Veliki Britaniji, a se je na obeh celinah razvijalo povsem samostojno in ločeno. Zato si bomo natančneje pogledali tudi podobnosti in razlike, ki so ju zaznamovale.

Raziskovanje množičnih občil, ki je potekalo v Londonu, je v intelektualnem smislu pripravljalo teren pop artu vrsto let, preden je nastal in dobil ime. Poglavitni vir te ikonografije so bile ZDA, kjer so bili umetniki dediči velike tradicije opisnega slikarstva 19. stoletja, zato je njihov razvoj potekal malo drugače kot razvoj evropskih umetnikov, ki jim je že avantgarda utrla pot k novemu pojmovanju umetnosti (Lynton 1994: 289). Umetnost, ki se je razvila v petdesetih letih v ZDA, je temeljila na novostih, ki so bile plod ameriškega osamosvajanja izpod vplivov evropske tradicije. Zrasla je na ideji amerikanizma, katerega del so bile teme o napredku, medijska industrija, kult zvezdnitva, ki je nastajal v kulturnih središčih, kot sta Hollywood in New York (Osterwold 2003: 83).

V Veliki Britaniji so ideje in ikonografijo prav tako črpali iz zvezdniškega sveta filma, televizije in glasbe, znotraj katerega so zvezdniki ter drugi popularni junaki množicam mladostnikov predstavljali svoje ideale. V Veliki Britaniji so novo gibanje tako sprejeli s pravim navdušenjem. Občinstvo je pozdravljalo razumljivost sporočil in prepoznavnost ter živahnost motivov iz popularnega sveta. To je bil tudi čas, ko sta ves zahodni svet obnoreli popularna britanska moda in pop glasba (Lynton 1994: 252–254).

Tako se je oblikovala povsem nova realnost. Umetniki in intelektualci so postali pozorni na vse večji vpliv množičnih medijev, na tehnološki napredek, na socialne spremembe in čedalje večjo amerikanizacijo. Leta 1952 se je tako pri londonskem Inštitutu moderne umetnosti

(Institute of Contemporary Art) oblikovala skupina posameznih umetnikov, ki so ustanovili Neodvisno skupino ali **Skupino neodvisnih (Independent Group)**,²⁹ katere glavno vodilo je bilo: »Živi s kulturo, v kateri si rojen« (Lippard, 2001: 41). Sledilo je leto 1953, ki označuje začetek ali **prvo fazo gibanja londonskega pop arta**, katerega začetnika sta **Richard Hamilton**³⁰ in **Eduardo Paolozzi**.³¹ Prva faza se je ukvarjala predvsem s **tematiko tehnologije** in njeno povezanostjo s človekom. V času tehnološkega napredka so tako nastajali številni predmeti, ki so povsem spremenili način življenja in dožemanja resničnosti. Tako je leta 1955 Richard Hamilton organiziral in oblikoval razstavo z naslovom *Man, Machine and Motion (Človek, stroj in gibanje)*, katere tematika je bil odnos **človek-stroj** in vpliv tehnologije na človekovo domišljijo (Osterwold 2003: 70–71).

Richard Hamilton je med drugim poučeval tudi na Kraljevi kolidž (Royal College of Art) v Londonu, za svoja učenca pa imel umetnika **Petra Blakea** in **Richarda Smitha**, oba sta **predstavnik druge generacije** britanskih popartistov, ki je trajala v letih od 1957 do 1961. Prva faza je bila povezana s tematiko tehnologije in usmerjena bolj na predstavitev medijskih podob, druga faza pa se je še bolj **zanimala za okolje** v smislu sprememb v družbi in njenih vplivov na posameznika. Ali drugače, prva faza je bila figuralna, druga faza pa bolj abstraktno usmerjena, nanjo sta na primer zelo vplivala kino in znanstvena fantastika (ibid.: 2003: 74).

²⁹ Skupina neodvisnih (Independent Group) je združevala naslednje predstavnike: Richard Hamilton je poučeval industrijsko oblikovanje, o katerem je predaval tudi Eduardo Paolozzi, fotograf Nigel Henderson, kipar William Turnbull, arhitekt Theo Crosby, oblikovalec pohištva Nigel Walthers in kritik Reyner Banham, organizator skupine, in Tony de Renzio, tajnik skupine. Leta 1953 pa so se skupini pridružili še Magda in Frank Cordell, grafični oblikovalec John McHale in kritik Lawrence Alloway. Skupina se je dobivala na skupnih srečanjih, kjer so razglabljali o žgočih temah moderne družbe in znanosti. Skupina je prirejala večere, na katerih je bila razpisana vsakič druga tema in drug predavatelj, razpravljali pa so: o vdoru umetniških tehnik, ki presegajo tradicionalen izraz, akcijskem slikarstvu, odnosu avtomobil-telo, nuklearni biologiji, kibernetiki, ljudski kulturi, množičnih medijih, estetiki strojev, oglaševanju, kinu, stripih, znanstveni fantastiki itd. (Osterwold 2003: 63).

³⁰ Richard Hamilton je izdelal slavni plakat z naslovom *Just what is that makes today's homes so different, so appealing?* (Kaj je tisto, ki dela današnje domove tako drugačne, tako privlačne?) (glej sliko 4.2.1), ki je bil namenjen za razstavo Neodvisne skupine leta 1956 z naslovom *This is Tomorrow* (To je jutrišnji dan). Tematika multimedijaska umetnost, komunikacije, domača stvarnost, oblikovanje in tehnologija. Reklamni plakat je v stilu kolaža skušal prikazati življenje v zahodnem svetu. Hamilton je to dosegel z uporabo tipičnih motivov moderne družbe: filma in televizije, hrane v pločevinkah, gospodinjskih naprav, mišičastih moških, razgaljenih lepotič itd. (Osterwold 2003: 71).

³¹ Eduardo Paolozzi je bil prvi britanski umetnik, ki se je izrazil s svojimi kolaži in jih poimenoval *The Bunk in Scrapbook collages*. Material, ki ga je uporabil, so bile podobe iz ameriških modnih revij (Life, Look, Esquire), kot so kokakola, pin-up dekleta, vojaški elementi in logotipi, ter oglasni slogani, na podlagi katerih se ga je zlahka povežalo s pop artom (Osterwold 2003: 64).

Slika 4.2.1 Richard Hamilton, Just what is that makes today's homes so different, so appealing?, 1956



Vir: Livingstone 2003: 35

Vpliv pop arta se je hitro širil tako v geografskem smislu kot med mlado generacijo, ki ga je sprejela s pravim navdušenjem. Leta 1958 je prišel v London študirat Američan **R. B. Kitaj** in močno vplival na **tretjo fazo** britanskega pop arta, ki je bila že bolj **ameriška**. Poleg R. B. Kitaja so tretjo fazo, ki pomeni drugi val figurativnega pop arta, močno zaznamovali študentje Kraljevega kolidža, torej diplomantje leta 1961, generacija³² po Blakeu in Smithu (Osterwold 2003: 75–78). Ti so inspiracijo dobivali iz okolja, v katerem so živeli, in tako v svoja dela odlično vpletali **motive mesta, proizvode, predmete in grafite, množično kulturo in njene simbole** (Lippard 2001: 53).

Britanski umetniki so se na podobe iz množičnih medijev odzvali z večjim navdušenjem kot njihovi ameriški kolegi. Za povojno Evropo, ki krutosti vojne še ni pozabila, so značilne ameriške podobe pomenile poseben sijaj v primerjavi z Američani, katerim se je bleščeči svet zavajanja potrošnikov zdel precej manj očarljiv. Britanski pop art je tako manj vsiljiv, izzivalen, predvsem pa bolj globok in oseben v primerjavi z ameriško različico, ki je na umetniški trg prišla zelo pompozno, razvpito in se tudi hitreje asimilirala. In ravno zato se

³² Diplomanti generacije Royal College of Art so bili: Barrie Bats (Billy Apple), Derek Boshier, Patrick Caulfield, David Hockney, Allen Jones, R. B. Kitaj, Peter Philips in Norman Taynton. Javnosti so se prvič predstavili leta 1960 z razstavo *Young Contemporaries* (Mladi sodobniki). Šlo je za generacijo, ki je bila izredno nadarjena ter raziskovalno in figurativno usmerjena (Osterwold 2003: 78).

popartistično gibanje v Veliki Britaniji ni nadaljevalo, saj so se umetniki nagibali h globljim osebnim iskanjem in likovnim izražanjem (Lynton 1994: 292–293).

Obseg pop dejavnosti v ZDA je bil širši od tistega v Veliki Britaniji, pa si na hitro pogledimo, po čem smo si ga najbolje zapomnili. **Ameriški pop art** se je razvijal skozi štiri faze, omejila se bom le na prvi dve, ki se mi zdita glavni. Vsako posebej seveda zaznamujejo različni odzivi umetnikov na izzive dobe, v kateri so ustvarjali. **Prva faza** je tako imenovana **predpop faza (pre-pop)**, ki sta jo zaznamovala **Jasper Johns**³³ in **Robert Rauschenberg**.³⁴ Oba sta začela iz temeljev abstraktnih ekspresionistov in vendar izbrala vsak svojo umetniško pot. Johns je v svoje likovne umetnine rad vključeval povsem banalne vsakdanje predmete in pri tem uporabljal klasične slikarske tehnike, torej poteze s čopičem, ki so na trenutke delovale impresionistično. Rauschenberg pa je bil znan po tem, da je pri svojem delu kombiniral različne likovne tehnike. Izdeloval je kolaže in asemblaže iz vsakdanjih predmetov in materialov in jih kombiniral z abstraktnim slikanjem in risanjem. In ravno kombinacija upodabljanja vsakdanjih predmetov s slikarskimi tehnikami je pripeljala do povsem nove forme, znotraj katere so vsakdanji predmeti postali del kreativne likovne celote, ki je oblikovala nove estetske kvalitete. Oba sta nedvomno pripravila teren za prihajajoče generacije, nakazovala prihod nove umetnosti, ki je v svoj repertoar odlično vpletla vsakdanje predmete, podobe iz medijev in oglaševalskega oblikovanja, hkrati pa je pomenila povsem novo razumevanje v umetnosti (Osterwold 2003: 85–88).

Sledil je **pravi pop art (heyday of pop art)** z izrazitimi umetniki, nekateri izmed njih ostajajo nesmrtni: mednje nedvomno sodi **Andy Warhol**,³⁵ s katerim se bom podrobneje ukvarjala v

³³ Jasper Johns leta 1955 ustvari serijo slik ameriških zastav in tarč, ki so bile prvič razstavljene leta 1958 v galeriji Lea Castellija. Med ljudmi in kritiki so zbudile dvom in zgražanje, saj ni bilo popolnoma jasno, ali gre za norčevanje iz državnih simbolov ali slikarstva. Kritiki so takoj iskali paralele z umetnostjo Marcela Duchampa in njegovimi ready-madei, čeprav zanj ni bila toliko pomembna predstavitev banalne vsakdanjosti, kakor so bili pomembni izzivi tradicionalnih konceptov v umetnosti (Osterwold 2003: 85).

³⁴ Robert Rauschenberg je v letih 1951/53 večinoma slikal monokromna dela z industrijskimi vzorci, kasneje pa je z Johnom Cageom utiral pot, ki je vodila k pop artu. Leta 1955 je izdelal serijo slik, ki jo je poimenoval *combine paintings* (kombinirane slike). Serijske in odvržene predmete je kombiniral s fotografskimi podobami iz časopisov in revij ter s svojo slikarsko potezo. Njegove slike se tako upirajo hierarhičnemu razvrščanju umetniškega in zunajumetniškega materiala in pomenijo konkretno povezavo s sodobnostjo (Sproccati 1994: 236).

³⁵ Andy Warhol je med svoje grafične vire že zgodaj vpletel fotografijo, tako da je prenesel na platno po eno ali več ponavljajočih se podob znanih oseb, npr. filmskih zvezd (Marilyn Monroe, Elvisa Presleyja, Elizabeth Taylor), drugih javnih osebnosti (Jackie Kennedy, samega sebe) in zločincev, pa tudi srhljive motive, kot sta električni stol ali avtomobilsko trčenje, in neškodljive, kot so krave in rože (Lynton 1994: 294). Warhol je bil znan po tem, da je rad »dražil« svoje občinstvo s svojo protislovnostjo. Njegova dela so veljala za najbolj neosebna od vseh popartistov, saj v sebi nosijo sporočilo o ležernosti, neinteresu, neobčutenju, brezosebnosti, ki vlada v moderni potrošniški družbi. Ne komentira dogodkov, temveč je v istem položaju kot gledalci, ki so

naslednjih poglavjih. Potem **Roy Lichtenstein**,³⁶ Tom Wesselmann, James Rosenquist in Claes Oldenburg. Vsi so **delovali v New Yorku**, ki je tako postal svetovna prestolnica in središče umetniškega ustvarjanja. Najbolj vidno navezovanje na ikonografijo množic najdemo v delu Roya Lichtensteina in Andyja Warhola. Prvi je v svoja dela močno vpletal snov in tehnike stripa (glej sliko 4.2.2), drugi pa vsesplošno navzočnost in vsiljivo ponavljanje reklam. »Oba umetnika so imeli za suženjska posnemovalca vsakdanjosti« (Lynton 1994: 293). Lichtenstein je zapisal, da je *»umetnost vse od Cezanna naprej postala zelo romantična, neresnična in utopijska. Izgubila je vez s svetom in je obrnjena vase. Svet pa je zunaj, in pop art gleda v svet, pojavil se je, da sprejme ta svet, novo družbo in okolje, ki pa ni ne dobro ne slabo, temveč drugačno, izraža novo stanje duha«* (Lichtenstein v Lippard 2001: 85–86).

Slika 4.2.2 Roy Lichtenstein, Popey, 1961



Vir: Livingstone 2003: 72

Vsi ti avtorji so neodvisno drug od drugega spreminjali predmete in človeške podobe v posplošena sporočila. S sponzorstvom nekaterih eksperimentalnih galerij je pop art z jasnim protestom opozoril nase in tako dosegel uspeh ter priznanje kot novo umetniško gibanje. Razstave so spremljali happeningi, performansi, demonstracije in ulične akcije. Sredi šestdesetih je bil pop art že svetovno znan. Razvil je snov in tematiko, kompozicijo in stil,

zasvojeni s televizijo in drugimi mediji, katerih vsebine spremljajo z dobršno mero apatije (Lippard 1994: 97–98).

³⁶ Roy Lichtenstein je v ljudski jezik stripa prevajal tudi druge motive – slike Cezanna, Picassa, Mondriana in drugih junakov modernizma, razglednice grških templjev, sončnih zahodov in pokrajin, priredbe oblikovalskih motivov sloga art deco iz dvajsetih let itd. V letih 1965/ 66 je izdelal serijo slik, ki so prikazovale stripovsko različico enega ali več širokih ekspresionističnih zmahov s čopičem; na splošno so jih tolmačili kot posmehovanje retoriki abstraktnega ekspresionizma (Lynton 1994: 294).

tehnike, ki so bile na začetku bolj tradicionalne, kasneje pa so postale bolj tehnično in serijsko usmerjene³⁷ (Osterwold 2003: 85–92).

Pop art je tako tehnološko razvitost časa, v katerem je nastal, karseda dobro izkoristil. Bil je eden prvih, ki je opozoril na neposredno povezavo med uporabo novih tehnologij v umetnosti, multipliciranjem podobe z različnimi grafičnimi tehnikami³⁸ ter odnosom med visoko in t. i. nizko ali popularno kulturo. Vsi ti elementi so se v umetnosti pojavljali že prej, vendar nikoli povezani v takšno celoto. Po mnenju Tanje Mastnak (1998: 10) »je takšna umetnost lahko nastopila šele kot potreba in odraz sodobne potrošniške družbe.« Pa si pogledjmo, kakšne tehnike in stile je uporabljal pop art in kaj je s tem pravzaprav hotel povedati.

4.3 Tehnike in stili pop arta kot odsev odtujenosti družbe

Pop art je na fenomen brezosebne množične družbe reagiral z uporabo stilov, ki so bili prav tako brezosebni, ter slikami, ki so bile izrazito predmetne. Ker so mediji spremenili odnos med posameznikovo osebnostjo in zavestjo množice, je pop art hotel spremeniti vlogo posameznika v umetnosti in družbi.

Z uporabo različnih tehnik je skušal prikazati položaj umetnika v dobi, v kateri je živel. **Brezosebni stil** je tako najbolj izražen v avtoportretih umetnikov. Tu naj omenim Andyja Warhola, čeprav seveda ni edini, pa je vseeno v svojih delih odlično zaobjel tako podobo umetnika kot tudi posameznika 20. stoletja nasploh. Torej obdobje, v katerem so v družbi in umetnosti vladali **anonimnost**, **brezosebnost**, serializem ali **ponavljanje**,³⁹ **odtujenost**, kjer

³⁷ Prihod Johna Wesleyja iz Kalifornije v New York leta 1960 lahko štejemo za tretji val ameriškega pop arta. Zanj so značilne zbadljive, komične in bizarne podobe, s katerimi je skušal analizirati človeško obnašanje in družbena pravila. Hkrati pa se je kasneje umetnost New Yorka širila tudi v Kalifornijo, kjer so delovali: Billy Al Bengston, Edward Ruscha, Joe Goode, Wayne Thiebaud in Mel Ramos. Razvili so svojo različico pop arta, ki je pomenila mentaliteto Zahodne obale. Njihova dela so bila lahkotna, senzualna in svetlih barv, teme pa so se največkrat vrtele okrog motorjev, seksa, užitkov, hrane in glamurja. Delovali so v Los Angelesu, mestu z močno kulturo, ki se je kasneje izkazal za center hipijevstva in alternativnega življenja. Druga polovica šestdesetih let pomeni četrto fazo v umetnost ameriškega pop arta in tudi eksperimentiranje s tradicionalnimi tehnikami slikanja in risanja. »Novi realizem« (prikazati družbeno realnost), »hiperrealizem« (nagnjenje k naturalističnim oblikam), »fotorealizem« (kombiniranje s fotografijo in fotomehanskimi postopki) (Osterwold 2003: 105–110).

³⁸ Grafika je postopek v likovni umetnosti, pri katerem se na plošči izdelana risba odtiskuje. Poznamo več vrst grafik od lesoreza, bakroreza, jedkanice do litografije. Uporabna grafika in grafično oblikovanje danes izpolnjujeta obsežen program sodobnih vizualnih komunikacij (za oglas, tv, industrijo idr.) (Leksikon 1988: 339).

³⁹ Ponavljanje (ang. *repetition*) je ena najpomembnejših tem postmodernega razumevanja ustvarjalnega procesa. Modernistično zahtevo po enkratnosti, neponovljivosti in originalnosti umetnine po eni strani nadgrajuje, po drugi ji oporeka. Popartisti pa so bili tisti, s katerimi je ponavljanje v sodobni družbi dobilo nov pomen. Ne samo

se je postavljalo **vprašanje originala in kopije** itd. Na anonimnost je opozoril s svojim avtoportretom; namesto svojega obraza je za model uporabil svojo fotografijo, ki jo lahko razumemo kot sinonim za odtujenost (Osterwold, 2003: 53).

Lahko bi rekli, da je Warhol s svojimi akcijami, obnašanjem in umetniškim ustvarjanjem odlično predstavil čas, v katerem so pomembne vrednote le še blišč, slava, zunanji videz in nič globljega. Ali kot je nekoč dejal: »Če hočete vedeti kar koli o Andyju Warholu, si oglejte površino mojih slik in filmov in mene samega, in tukaj sem. Za tem ni ničesar« (Warhol v Lynton 1994: 249). Podobno kot življenje zvezde, katere vrednost je zgolj potrošniška, saj je brez publike ni. Zato je občinstvu treba ponuditi blišč in ne realnost. Tudi Warhol sam je želel, da bi njegovo življenje spremljali kot življenje zvezde. Anonimnost in brezosebnost sta pravzaprav prisotni pri vseh njegovih delih. Da bi popolnoma razosebil svojo človeško pojavnost, je opravljal številne poizkuse, katerih glavni namen je bil postati zvezda, stroj, pri vsem tem pa je najpomembnejšo vlogo igral zgolj zunanji videz. Zbral je skupino prijateljev in pridruženih sodelavcev, ki je domovala v prostoru imenovanem *The Factory* (Tovarna), in s tem prvič v zgodovini zanimal vlogo umetnika kot genija, ustvarjalca in izumitelja. Ideje in nasvete za ustvarjanje je pobiral kar od sodelavcev in svoje avtorstvo še bolj razosebil s tem, ko je na svojih slikah uporabljal lažne podpise. Številne je namreč podpisala kar njegova mama. In ne samo to. Tehnološko usmerjeno družbo, ki ji vedno bolj vladajo stroji in tehnika, je Warhol projiciral nase tako, da se je sam identificiral s strojem. Med njegovimi številnimi izjavami je bila tudi izjava iz leta 1968: »Razlog, da tako slikam, je v tem, da hočem biti stroj. Kar koli naredim, in naredim kot stroj, je zato, ker tako hočem« (ibid.:1994: 249).

Kot sem že večkrat omenila, umetnik, kljub temu da lahko izhaja iz samega sebe, svojih lastnih čustev, želja, tegob, ki so lahko čisto osebne narave, po mojem mnenju skorajda ne more mimo okolja, družbe, vibracij dobe, v kateri ustvarja in živi. Tako je bila reakcija popartistov na družbo, ki je živela od potrošništva, zabave, kupovala in se »zadovoljevala« z izdelki serijske proizvodnje, ki so nastajali kot produkti tekočega traku v tovarnah, povsem logična. Warhol to mehanskost prenese v umetnost z uporabo razosebljenih tehnoloških sredstev (serijsko produkcijo), s katero umetniška dela spremeni v blago s trga, ljubitelje umetnosti pa v zgolj navadne potrošnike (Mastnak 1998: 32–33).

da so odtiskovali isti motiv na enem listu (Andy Warhol), temveč tudi z neposrednim kopiranjem priljubljenega motiva (Warhol, Lichtenstein, Rosenquist itd.) kot vodilne ikonografske teme ter z uporabo fotomehanskih postopkov. S tem so umetniško delo do konca stehinizirali in razosebili (Mastnak 1998: 10–28).

Glavni cilj pop art umetnikov je bilo razkritje stvarnosti potrošniške družbe, kar je pomenilo slikanje predmetov iz potrošniškega sveta (konzerve, pločevinke, cigarete, avtomobili, pohištvo, oblačila itd.), in s tem ustvarjanje nove likovne izpovedi. Tako so oblikovali **predmetni stil**, ki skozi predmetno podaja in išče osebno, torej slika realnost.

V delih popartistov tako najdemo *različne stilne usmeritve*,⁴⁰ ki so se oblikovale z razvojem tehnike in izborom umetniških vsebin. Umetniki so z osebnim in individualnim umetniškim pristopom reagirali na zelo neosebno okolje, v katerem so ustvarjali. Ukvarjali so se z odnosi: umetnost-stvarnost, oseba-predmet in vsebina-forma ter lastnim medijem: umetnost o umetnosti, umetnina kot predmet, podoba, način slikanja, materiali, zgodovina umetnosti, parodija, abstrakcija, kompozicija itd. Pop art umetniki so svoje delo v primerjavi s tradicionalnim pojmovanjem umetnosti videli kot anti-umetnost. S tem ko so odklanjali subjektivnost in individualnost svojih del in se raje predali možnosti neskončnega reproduciranja, so zdrsnili v anonimnost množične proizvodnje (Osterwold 2003: 55–60).

Popartisti so z uporabo razosebljenih tehnik in stilov komentirali postmoderno družbo, nasičeno z informacijami, potrošništvom, zabavo, množičnimi mediji, elektroniko in visoko tehnologijo. To so storili s ploskovitim oziroma brezglobinskim upodabljanjem podob urbane kulture, pri čemer je pretirano poudarjanje brezhibne zunanosti, brez kakršnekoli globlje vsebine, moč razumeti kot brezosebno in odtujeno stanje, v katerem so se znašli umetniki in družba 20. stoletja, in to je tisto, kar bi rada dokazala. Popartisti s tem ko sprejmejo družbeni napredek, pokažejo tudi na njegove negativne posledice, njegove slabosti. Zato se bomo v naslednjem poglavju natančneje posvetili ideologiji pop arta, da bi tako skušali priti do bistva v uvodu zastavljene teze, torej kako umetnost pop arta kot primer kapitalistične estetike, in sicer kljub sprejetju družbenih danosti kapitalističnega sistema, nemalokrat izpostavlja nestrinjanje z njegovo ideologijo.

⁴⁰ Asemblaži (strukture in okolja, narejeni iz najdenih predmetov in materialov), kolaži (združujejo različne dvodimenzionalne podobe iz medijev, simbole, znake kot tudi različne materiale-les, papir, blago itd.), mehanske strukture (abstraktni vzorci, simboli in znaki), grafične (lesorez ali jedkanica, foto sitotisk, ročni sitotisk itd.) in mehanske (fotokopirni stroj) tehnike, novi realizem (figure iz urbanega okolja) (Osterwold 2003: 59–60).

5 Odslikava sveta potrošništva kapitalistične družbe v umetnosti pop arta

5.1 Ideologija pop arta

Čeprav je ideologija sama po sebi vredna širše razprave, se v tem poglavju v njeno natančnejšo analizo in teoretsko izhodišče ne bom poglobljala. Ideologija me zanima zgolj v povezavi z umetnostjo, in sicer na konkretnem primeru pop arta. Da sta umetnost in ideologija tesno prepletena pojma, je menil tudi Louis Althusser,⁴¹ ko je zapisal: »Umetnost ideologijo hkrati kaže in je njen sestavni del /.../, namreč sleherno umetniško delo je porojeno iz načrta, ki je hkrati estetski in ideološki« (Althusser v Erjavec 1988: 42).

Tako kot italijanski futurizem, vsaj v določenem obdobju, samodejno povezujemo s totalitarno ideologijo fašizma, umetnost pop arta povezujemo s kapitalizmom petdesetih in šestdesetih let 20. stoletja. Zato bi ideologijo, ki se kaže v umetnosti pop arta, najlažje povezala z *nevidno ideologijo kapitalizma*, terminom, ki ga je vpeljal Claude Lefort,⁴² in najbolje opisuje čas šestdesetih, v katerem se je rodila umetnost pop arta. Po mnenju Leforta ima kapitalistično usmerjena družba torej svojo ideologijo in politiko, utemeljeno na demokratičnem družbenem sistemu, ki stremi k homogenizaciji in poenotenju družbe. Množični mediji so tisti, ki prevzamejo tako rekoč glavno vlogo v državi in na »neviden« oziroma »prikrit« način izvajajo politiko vladajočih, katerih glavni cilj je homogena družba, ki sprejema temeljne vrednote kapitalističnega sistema (Lefort v Erjavec 1988: 37). Robbins (2005: 13) meni, da lahko govorimo o kulturi kapitalizma, ki z vso predanostjo vzpodbuja produkcijo in potrošnjo blaga in za kapitaliste pomeni kopičenje dobička (kapitala), delavcem omogoča plačano delo, potrošnike pa zadovoljuje z možnostjo nakupa najrazličnejših izdelkov.

⁴¹ Louis Althusser je predstavnik neomarksizma in je za proučevanje ideologije pomemben zato, ker je eden prvih, ki umetnost uvršča v koncept ideologije. Althusserjevo široko razmišljanje o ideologiji je dobro povzel Erjavec in zapisal: »Je večna, povsem tako kot nezavedno, je vedno prisotni sistem in materija in s tem predpogoj vsakršne znanosti. Ideologija je sistem predstav (slik, motivov, konceptov), ki so nujne za zgodovinsko življenje družbe.« Čeprav so ideološko vrednost umetnosti pripisovali že avtorji pred njim, je umetnost dojemal kot del ideologije in hkrati menil, da je umetnost sama po sebi ideologija (Erjavec 1988: 31).

⁴² Claude Lefort (Prigode demokracije: Izbrani spisi) je oblikoval delitev ideologije v tri razrede, in sicer: *buržoazna ideologija* (Vrhunec je doživela v 19. stoletju, zanjo pa je najbolj značilna težnja po univerzalnosti, skozi katero ideološki diskurz izraža večne in obče vrednote in stališča. Buržoazna ideologija se je tako izražala skozi več družbenih ravni: družino, šolo, podjetja, tovarne, sodišča itd.); *totalitarna ideologija* (Zajema tako fašizem kot »komunizem« oz. birokratsko družbo. Totalitarna ideologija skuša zabrisati mejo med zasebnim in javnim, med posameznikom in družbo, med posameznim in občim. Po Lefortu je totalitarna ideologija posebna oblika oz. nadaljevanje buržoazne, a s to razliko, da »implicitira namen nekega središča, iz katerega se organizira družbeno življenje.«); *nevidna ideologija* (Združuje temeljne poteze buržoazne in totalitarne ideologije ter naj bi prevladovala v zahodnih državah šestdesetih let. Tudi nevidna ideologija naj bi skušala doseči homogenizacijo in poenotenje družbenega. V tej družbi naj bi pglavitno vlogo prevzeli množični mediji) (Erjavec 1988: 36–37).

Kot že rečeno se v kolesje kapitalizma ujame tudi umetnosti, kar pomeni integracijo estetske produkcije v splošno produkcijo potrošnih dobrin, ki jo po mnenju Jamsona (1992: 9) narekuje »divja ekonomska nuja proizvodnje novih valov navidez vedno novega blaga ob vse hitrejšem obračanju kapitala.« Ker pa se je umetnost podredila uveljavljenemu družbenemu redu se, po mnenju Debeljaka (1999: 188), družbeni vlogi umetnika in poslovneža, ki sta se v obdobju modernosti izključevali, zdaj povsem zlijeta. Po njegovem mnenju je pop art dober primer umetniškega »biznisa«, saj je od reklamnega oglaševanja k umetnosti prešel s povsem neprikritim namenom. Njegov namen ni bil zgolj oglaševanje blaga, ampak je želel prav to blago in njegove grafične reprodukcije povzdigniti v nekaj, kar si zasluži posebni status v umetnosti. S pogosto uporabo oglaševalskih strategij in postopkov je nekako odpravljal razlike med umetnostjo in oglaševanjem (Debeljak 1999: 190). Tako je na primer Andy Warhol s tem, ko je govorico množičnih občil provokativno povzdignil v estetsko upodobitev, razkrinkal dvojino naravo množičnih medijev. Zato lahko rečemo, da njegova dela ne samo odsevajo, t. i. nevidno ideologijo kapitalističnega sistema, temveč jo hkrati tudi kritizirajo.

Popartisti so družbo, ki postaja vse bolj odvisna od užitkov, denarja in nakupovanja kičastih izdelkov, ki najpogosteje poneumljajo in so vse prej kot uporabni, upodabljali takšno, kakršna je po njihovem mnenju bila. S postopki, ki so jih pri tem uporabljali in s katerimi so najnavadnejše predmete povzdignili na stopnjo umetnine so pokazali, da je tehnološki napredek povsem dobrodošel, saj se z njim odpirajo nova polja ustvarjanja. Hkrati pa so s tehnikami reprodukcije kritizirali odnos sodobne družbe do nastajanja umetniških del. Sproccati (1994: 236) zapiše: »Umetniki pop arta stvarnosti ne izganjajo, ampak jo na videz sprejemajo in to celo zelo poudarjeno.« In ravno to je tisto, kar je pri vsem tem ironično, torej pretirano poudarjanje in sprejemanje stvarnosti, ki na drugi strani lahko pomeni tudi njeno kritiko. To je počel Andy Warhol, ki je v svoji umetnosti ironično poudarjal ameriški materializem in ga s tem, na eni strani krepil, na drugi pa s posmehom kritiziral.

Tudi če je slišati še tako kruto, se posameznik znajde v kolesju kapitalistične proizvodnje pravzaprav, če hoče ali ne. S tem ne trdim, da smo ljudje povsem pasivna bitja, temveč da se je moči množičnih medijev, ki nas z orodji prikritega prepričevanja vsak dan »bombardirajo« s stereotipnimi podobami in nam obljublajo sen o blaginji, vedno težje upreti. Umetniki pop arta so se popolnoma zavedali, da vodi poplava enakih podob posameznika v zbežnost in enakoumje ter da standardizacija obnašanja postaja splošna in samoumevna, ker proti njej

nihče ne ukrepa, ravno obratno, vsi pristajajo nanjo. Zato so vidno stvarnost prikazovali kar se da neosebno, kot je pravzaprav postajala.

Popoln pristanek na družbeno stvarnost pa pomeni tudi veliko spremembo v umetnosti. Po mnenju Tanje Mastnak (1998: 49) pop art prinese novo realnost, kot pravi, »je najbolj pomembna sprememba v ideologiji umetnosti, ki so jo povzročili popartisti, nov koncept realnosti.« Med drugim pravi, da je vseeno treba razumeti čas, v katerem je umetnost nastala. Čas, v katerem so predmeti potrošniške kulture zbudili zgražanje predvsem med intelektualci, saj je naklonjenost do takšnih predmetov med njimi veljala za znak slabega okusa in pomanjkljive izobrazbe. Dandanes ni več tako. Odnos do popularne kulture v novem stoletju je popolnoma drugačen od tistega v šestdesetih letih prejšnjega stoletja. »Takrat se je zdel odnos do subtilnega, nezemeljskega v povezavi z vsakdanjo uporabo predmetov v kuhinji, kopalnici ali spalnici povsem neprimeren« (Mastnak 1998: 49). Niso pa vsi tako razmišljali, med mladimi je na primer izzval pravo navdušenje, saj jim je pomenil sprostitev, optimizem in igrivost. Sprejeli so ga z odprtimi rokami.

Popartisti so se želeli sporazumevati s publiko in bili ponosni na svojo popularnost. Odklanjali so trpečega umetnika, ki za svoje ideale umira od lakote. Realizem je bil za popartiste poskus postati del družbe, čutiti, kar čuti večina ljudi, in to napraviti vredno umetniške reprezentacije. Izbrali so predmete, objekte, ki so bili priljubljeni med ljudmi, javno priznali, da jih imajo radi in jih z umetniškim jezikom preoblikovali v umetniška dela.

Tako je »bistvo koncepta poparta dojemati realnost okrog sebe na najbolj sprejemljiv način, kar pomeni, da je vse, kar nam je všeč in kar občudujemo, tudi umetniški objekt. Pa naj si bo to konzerva piva, stari čopič kolač, slika Mone Lize, avtomobilska nesreča, Elvis Presley, strip ... nobenih omejitev ni« (ibid.: 50).

Množična produkcija in potrošnja tako postaneta del umetnosti. Umetnost postane dobesedno posel, umetniško delo pa blago, ki tako kot drugi izdelki konkurira na trgu. Pa si pogledjmo bistvo kolesja kapitalizma, odnos produkcija – potrošnja, ki se z ironijo kaže tudi v pop umetnosti. Umetnost pop arta delovanje sveta potrošništva razkrinka z ironijo, s tem ko množično produkcijo in ponavljanje projicira v polje umetnosti. Kritičen odnos do družbe se tako kaže v dvojnosti, ki jo ves čas izpostavlja. Na eni strani navidezni blišč Hollywooda kot sinonima za slavo, denar in uspeh, ki ga ustvarjajo mediji, na drugi strani njegovo nasprotje,

prikaz bede. S slikanjem potrošniških predmetov, ki polnijo megalomanske trgovske centre, pa opozarja na nasičenost s podobnimi izdelki, ki ponujajo le »prikrite« užitke in zadovoljstva zgolj »navidezne« blaginje kapitalizma.

5.2 Množična produkcija in potrošnja kot predmeta popartistične ironije

Že ves čas govorimo o kapitalistično urejeni družbi, ki deluje skozi množično produkcijo in potrošnjo. V del te »mašinerije« se torej »ujame« tudi umetnost. Britanski umetnik pop arta Richard Hamilton je v svojem eseju *For the Finest Art Try Pop* (1961) zapisal: »Umetnik je v urbanem življenju dvajsetega stoletja neizogibno potrošnik množične proizvodnje in hkrati posledično tudi njen sodelavec« (Hamilton v McCarthy 2003: 26). Nekaj let kasneje Andy Warhol v knjigi z naslovom *The Philosophy of Andy Warhol* (1975) s posmehom prizna: »Biti dober v poslu je ena od najprivlačnejših umetnosti /.../, ustvarjanje denarja je umetnost, delo je umetnost, dober posel pa je najboljša umetnost« (Warhol v McCarthy 2003: 26). To strah zbujajoče priznanje je prišlo iz ust človeka, umetnika, ki je svoj ustvarjalni studio poimenoval Tovarna ter s tem nekako prikazal položaj, v katerem se je znašla umetnost 20. stoletja.

Večji del zgodovine je veljalo, da je umetnik družbeno in kulturno odtujen, Warhol in Hamilton pa sta bila del sodobne kulture kot katerikoli uspešen poslovnež. Njune izjave potrjujejo dejstvo, da sta svobodno in z zadovoljstvom delovala v potrošniškem in produkcijskem svetu, ga finančno izkoriščala, hkrati pa v njem našla navdih za svoja družbenokritična dela. Vsebina njune umetnosti je neposredno priznavala veliko širitev trgovskih produktov, ki so v petdesetih letih množično naraščali, in v svoj umetniški stil tako vključila oblikovno senzacionalnost oglaševalskega sveta ter s tem še bolj poudarila sporočilnost svojih del.

Umetnost pop arta je tako dobila status produkta in kot vsi drugi izdelki na trgu postala del potrošniške kulture. Pri vsem tem pa ga je treba razumeti v kontekstu povojnega časa, ko so ekonomisti, politiki, kritiki in umetniki veliko razpravljali, pojasnjevali in s pravim navdušenjem pozdravljali t. i. *novi svet blagovnega izobilja*. Ljudje, ki so preživeli grozote vojne, so hrepeneli po finančnem uspehu in psihološkem blagru v smislu udobja, svobode in mobilnosti. Velika izbira najrazličnejših predmetov je v ljudeh vzbudila željo po razkošju in popolnem užitku (McCarthy 2003: 26–30).

Mediji in oglaševalska industrija kot najpoglavitejša člana kapitalistične ideologije, o kateri sem govorila v prejšnjem poglavju, so dodobra izkoristili stereotipna pričakovanja ljudi, ki so hrepeneli po ljubezni, imeli neizpolnjene želje in skrite fantazije. Z velikimi raziskavami, ki so jih opravili med potrošniki, so dobili vpogled v njihove navade in želje in jih skušali uresničiti. Nič drugače ni danes, ko živimo v svetu, v katerem potrošnja pomeni že neke vrste dolžnost. Nakupovanje je postalo prvi dejavnik sodobne družbe, ki omogoča delovanje sveta ekonomije. V interesu velikih korporacij kot tudi malih trgovcev je, da bi ga ljudem predstavili kot povsem lagodno aktivnost in ne kot neko nujno opravilo. Zato nam sodobni *trgovski centri*⁴³ poleg trgovin ponujajo še druge aktivnosti, s katerimi nam hočejo omogočiti kar se da dobro počutje. S prijetnim ambientom, ki pogosto vključuje elemente iz narave (voda, rože, drevesa), nam skušajo pričarati neko navidezno realnost. Lahko rečemo, da kompleksi nakupovalnih centrov z vsem bliščem in bedo »odsevajo« postmoderno kulturo.

Produkcija in potrošnja pa sta že historično povezani tudi s socialnimi razlikami in neenakostmi. Treba se je zavedati, da je na svetu še vedno zelo veliko ljudi, ki si tovrstnih užitkov ne morejo privoščiti, razstavljeno blago pa je zanje zgolj predmet nedosegljivih želja. Susan Wills tako supermarket oziroma sodobni nakupovalni center primerja s postmodernim muzejem, v katerem so proizvodi razstavljeni kakor umetniška dela, ki s svojo avro pritegnejo naš pogled. Razlika je le v tem, da se v muzeju zgolj gleda, v supermarketu pa izdelek lahko kupiš, ga odneseš domov in uporabiš (Wills v Stallabrass 1996: 151–157).

Pop art se je na »nakupovalno mrzlico« odzval z dvema večjima razstavama. Najprej je leta 1961 Claes Oldenburg kot razstavo z naslovom *Trgovina* odprl prodajalno v New Yorku, ki jo je opremil s priborom in predmeti, tako da je z vsebino in videzom spominjala na povprečno newyorško trgovino z mešanim blagom (glej sliko 5.2.1). Druga pomembna razstava z naslovom *Ameriški supermarket*⁴⁴ pa je bila leta 1964. Šlo je pravzaprav za imitacijo supermarketa, v katerem so bila umetniška dela razstavljena skupaj z različno hrano. Tako so umetnine dobile status potrošniškega blaga in obratno. Umetniki so s to ironično gesto pokazali, kaj menijo o vse večji produkciji, potrošnji in ameriški identiteti (Sawyer 2003).

⁴³ Za sodobni trgovskonakupovalni center se v ang. uporablja izraz *shopping mall*.

⁴⁴ Na razstavi z naslovom *American Supermarket*, so sodelovala vsa večja imena pop arta: Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Robert Watts, Tom Wesselman in drugi. Plastično sadje in prava hrana so pomešani z umetniškimi izdelki, kot so Warholove jušne konzerve (Campbell Soup Cans) in Wattsonova plastična jabolka roza barve.

Slika 5.2.1 Claes Oldenburg, Pastry Case, 1961



Vir: Livingstone 2003: 67

Pomen podob potrošniške družbe v umetnosti pop arta je tako večji, kot se zdi na prvi pogled. Na videz enostavna in zabavna dela nosijo prikrita sporočila, ki nas silijo k razmišljanju o vrednotah družbe, v kateri živimo. Ne gre preprosto le za to, da bi pop art upodabljal priljubljene idole, kot je Warholova Marilyn Monroe, modne muhe enodnevnice, izseke iz stripov itd., temveč gre ta to, da so to podobe, ki so ljudem blizu, ker so znane in razumljive, saj so del njihovega vsakdanjega življenja. Te ikone so odsevale vrednote družbe bolj, kot je to uspelo katerikoli drugi umetnosti (Copplesone 1997: 6–7).

Torej lahko rečemo, da je pop art s svojimi deli zabavno, barvito in ironično ponudil ne le ogledalo, temveč tudi kritiko potrošniške družbe kot tudi položaja umetnosti šestdesetih let. Z upodabljanjem popularnih podob in vsakdanjih predmetov je podal kritično interpretacijo ideologije kapitalističnega sistema in opozoril na vse večjo materializacijo družbe. S tem, ko je tehnološke danosti apliciral v polje umetnosti je, na eni strani, pokazal, da se napredek ne razvija povsem neodvisno od umetnosti, na drugi strani pa z ironijo opozoril na položaj, v katerem se je znašel umetnik 20. stoletja. Zato bom v naslednjih dveh poglavjih skušala razjasniti pomen ponavljanja v umetnosti Andyja Warhola, ki po mojem mnenju odseva in hkrati kritizira družbeno stvarnost, ter se znova ukvarjala z vprašanjem o koncu avre, katero naj bi umetnina izgubila, ko je enkrat podvržena reprodukciji. In če potemtakem lahko trdimo, da pop art ni avratičen. Pri tem se bom znova navezala na avtorja Walterja Benjamina in njegov esej *Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati*, ki mi bo pri nadaljnji

obravnavi služil zgolj kot orodje,⁴⁵ saj je Benjaminov koncept razumevanja avre potrebno brati znotraj širšega družbenozgodovinskega konteksta, zaradi česar je danes verjetno že nekoliko za časom.

5.2.1 Pomen ponavljanja v umetnosti pop arta na primeru Andyja Warhola

Ko govorimo o ponavljanju ali serializmu v umetnosti, ne moremo mimo del Andyja Warhola. Čeprav velja za najbolj »brezosebnega« predstavnika pop umetnosti, je po mojem mnenju z uporabo razosebljenih tehnoloških sredstev najbolj nazorno prikazal čas, v katerem je živel in ustvarjal. »Širino njegovega vpliva lahko pojasnimo samo z njegovo sposobnostjo opozoriti na najbolj žareča vprašanja, ki zadevajo odnos med umetnostjo in družbo v drugi polovici 20. stoletja« (Honnef 2000: 32). Veljal je za pravega revolucionarja, ki je v umetnosti naredil velikanske spremembe. Po mnenju Honnefa (ibid.: 7) je bil povsem nov tip umetnika, ki je vznemiril, kritiziral, šokiral in spremenil svet umetnosti. Njegov glavni cilj je bil izpostaviti stvarnost potrošniškega sveta in pokazati, kako je nova družba spremenila odnos do postopkov nastajanja umetnin in samih umetniških del. V času svojega ustvarjanja je tako izdelal širok opus del, ki zaradi svoje aktualnosti še danes »živijo«. Po šestdesetih letih skoraj ni umetnostne smeri, ki ne bi bila na nek način povezana z njegovimi deli. V mislih imam predvsem minimalizem⁴⁶ in konceptualno umetnost.⁴⁷

Ponavljjanje ima dolgo tradicijo in izhaja iz številnih kultur. Na primer v judovski in krščanski religiozni tradiciji ima ponavljanje poseben pomen, saj je z njim mogoče doseči večjo stopnjo zbranosti za meditacijo in molitev. Najdemo ga tudi v glasbi in umetnosti, v slednji je grafika

⁴⁵ Benjaminovo odkrito pozdravljanje ukinitve kulture vrednosti, in sicer v imenu večje razstavne vrednosti umetniškega dela, je treba postaviti v socialno-zgodovinski kontekst, v katerem je bil tekst napisan. Vzpon nacizma, ki je z estetizacijo politike prikril politično in fizično nasilje prihoda totalitarističnega reda. To pa je Benjamina prisililo, da je gojil skoraj teološko upanje, da bo tehnična reprodukcija umetnosti demokratizirala moment svobode in ga odprla širokim množicam (Wolin v Debeljak 2002: 108).

⁴⁶ Minimalizem je smer v kiparstvu, ki se je razvijala v šestdesetih letih v ZDA. Privzemala je le najpreprostejše in najbolj okleščene oblike, posamično ali v ponavljanju, s katerimi je ustvarila presenetljive iluzije ali doslej nevidne vizualne pojave: vse od monumentalnih struktur, bodisi v zaprtih prostorih bodisi na prostem, do veliko diskretnjših likovnih ureditev. Minimalizem v svojih manj retoričnih primerih kaže hrepenenje po preglednosti in reduciranim izražanju (Lynton 1998: 269).

⁴⁷ Konceptualna umetnost nastane med letoma 1965 in 1972, ko se v ZDA in v Evropi začne uveljavljati novo pojmovanje umetniškega dela. Združuje sodobne umetniške prakse, kot so *performanse*, *body art*, *idejna ali informacijska umetnost*, *narativna umetnost* itd. Gre za umetnost, ki daje prednost ideji (konceptu, zamisli), ki postane bolj pomembna od fizične oz. vizualne podobe umetniškega dela. Potrebna je povsem nova pozornost gledalca, ki ne samo da gleda, ampak mora umetniško izražanje tudi intelektualno predelati. Pravzaprav gre za umetnost umskih vzorcev, ki bi po avtojevem mnenju lahko ustrezala prvotni ideji (Lucie-Smith 2001: 157).

tista tehnologija, ki ima najdaljšo tradicijo ponavljanja, je nekakšna zgodovina ponavljanja v likovni umetnosti. Popartisti pa so bili tisti, s katerimi je ponavljanje v sodobni družbi dobilo nov pomen.

Pomen ponavljanja v umetnosti Andyja Warhola je torej treba iskati v njegovem življenjskem slogu.⁴⁸ Lahko bi rekli, da je živel po glavnem načelu kapitalistične ideologije, saj je kot vsak drug potrošnik kupoval izdelke, ki so nastajali kot del množične proizvodnje. Sredstva ponavljanja⁴⁹ je uporabljal po načelu sodobnega potrošništva, v smislu več kot imaš (konzumiraš, kupiš), več si vreden. Edina vrednost, ki šteje, je torej potrošniška. Z idejo ponavljanja je prikazal željo po neskončni potrebi nakupovanja oziroma prakso sodobne mehanske produkcije in njenega produciranja neskončnega števila enakih predmetov. Inspiracijo za delo so mu tako priklicale podobe in predmeti iz popularne kulture, medijev, zabave in nakupovalnih centrov⁵⁰ (Mastnak 1998: 26–34).

O svojih delih je Warhol zapisal: *»Želim si, da so si med seboj enaka, ker bolj ko gledaš isto stvar, manj pomena ima, ti pa se ob tem počutiš vse bolj prazno in zato boljše«* (Warhol v Stallabrassu 1996: 159). Takšno razmišljanje bi lahko povezali z njegovo obsesijo kupovanja vedno istih izdelkov, ki peljejo v vse večjo praznino in pomanjkanje čustev. Warhol je večkrat poudarjal, da ima rad dolgočasne stvari. Menil je, da te ponavljanje stvari ali ritualov, ki jih imaš rad, pripelje do točke, kjer določena stvar izgubi kakršen koli globlji pomen in postane zgolj površina. *»In ta površina je za Warhola najčistejša substanca objekta,«* trdi Tanja Mastnak (1998: 33). Lahko je tudi dolgočasna, ampak to je tisto, kar je ljudem všeč. Načelo ponavljanja je tako zanj najbolj čista esenca življenja, saj je odsev resnične stvarnosti, družbe, v kateri je živel. Warholovo ponavljanje v umetnosti, navduševanje nad dolgočasnimi stvarmi in pretirano poudarjanje površinskega tako lahko razumemo kot ironičen posmeh in hkrati kritiko družbe, ki postaja vse bolj odtujena, dolgočasna, v kateri odnosi in ljudje postajajo površinski in brezosebni.

⁴⁸ Andy Warhol je na vprašanje Swensona, zakaj je začel slikati podobo jušne konzerve (Campbell Soup Cans), odgovoril: *»Dvajset let sem imel vsak dan isto kosilo, eno in isto stvar znova in znova. Nekdo je rekel, da me je prevladalo lastno življenje«* (Warhol v Medoff 1997: 104).

⁴⁹ Prvi korak k uporabi tehnike ponavljanja je bil v petdesetih letih, ko je začel tiskati s stampilkami iz radirk (najbolj primitivna grafična tehnika), v katere je vrezoval rožice, zvezde, srčke, metuljčke itd. Idejo serijskega ponavljanja je dokončno izoblikoval leta 1962 z uporabo mehanskih in psevdomehanskih sredstev, naslednji korak je bila uporaba ročno izdelanega sitotiska in za tem spontan prehod na fotositotisk. Ukvarjal se je tudi s filmsko tehniko (filmski trak), s katero je prav tako izražal neskončno ponavljanje, v sedemdesetih pa je začel eksperimentirati z različnimi tiskarskimi tehnikami (Mastnak 1998: 36–37).

⁵⁰ Med prehrabnimi izdelki, ki so polnili takratne nakupovalne centre, so najbolj znane njegove upodobitve konzerv juh, sadja, škatel za milo, Heinz ketchup, steklenic kokakole, Seven Up itd.

Ponavljanje v pop umetnosti pa je sprožilo še eno pomembno vprašanje. In sicer vprašanje o originalnosti umetniškega dela. Kaj torej v seriji neskončnih reprodukcij podob pomeni original in kaj kopija?

V času tehnične reprodukcije je pristna originalnost, kot so jo častili v modernizmu, postala del ideologije preteklosti in zato ne more biti uporabljena kot relevantna estetska vrednota. Kot že rečeno, je Benjamin med drugim koncept avre povezoval tudi s konceptom originalnosti in avtentičnosti umetniškega dela. Za Benjamina je original »pristnost v času in prostoru, njegovo edinstveno bivanje na mestu, kjer se dogaja /.../, pristnost originala je predpogoj za koncept avtentičnosti« (Benjamin 1998: 220). Nasprotje originalu je za Benjamina predstavljal reprodukcija. »Reprodukcija ne more biti istost z originalom, kopija je vedno nasprotje originala. Umetnost, ki za svoj izraz uporablja sredstva reprodukcije, ne more imeti enake vrednosti kot umetnost originala« (Benjamin v Mastnak 1998: 30). Čeprav je menil, da ponavljanje in reprodukcija ljudi zbližujeta in združujeta, pa je ravno ta »bližina« po njegovem kriva za zmanjševanje distance med umetniškim delom in gledalcem in zato avra izginja.

Če torej vzamemo Benjaminovo definicijo avre, ki jo zreducira na nekaj, kar obstaja samo v določenem času in prostoru, na umetnino »tukaj« in »zdaj«, njeno enkratno bivajočnost na mestu, kjer je (Benjamin 1998: 150), kot izhodišče za originalnost, potemtakem Warholov pop art kot primer umetnosti ponavljanja podob ni ne originalen ne avratičen? Temu bi težko pritrdila, ravno nasprotno. Je zelo originalen in še bolj avratičen ali, kot je zapisal Jean Baudrillard (1999: 273), »velja, da ne glede na to, s kakšno svetlobo obsijemo objekt Warhol, ostaja učinek Warhol nekaj dokončno enigmatičnega.«

Razmerje med originalom in kopijo, ki se stalno spreminja, se v postmodernem svetu vse bolj izničuje, še meni Baudrillard. Mehanska reprodukcija je omogočila, da razlika med realnostjo in posnetkom skorajda ne obstaja več oziroma da se je raz-različila. Po mnenju Tanje Mastnak (1998: 31) lahko vsaka kopija sočasno pomeni tudi original. V tem smislu Benjaminova teza, da umetniško delo, ko je zavezano reprodukciji, izgubi svojo pristno originalnost, ne vzdrži več. Torej jo lahko zavrnamo kar z umetnostjo Andyja Warhola, ki ostaja sama svoj original in govori o povsem novem konceptu avratičnosti. Zakaj pravzaprav gre?

5.2.2 Avra in pop art

Po mnenju Jeana Baudrillarda (1999: 273) je moderna umetnost segla zelo daleč v dekonstrukciji svojega objekta, a je šel Warhol najdlje v izničenju umetnika in ustvarjalnega dejanja. Njegova dela primerja s fetišem,⁵¹ ki ima le svojo absolutno vrednost, torej vrednost figure, ki živi od svoje ekstaze čaščenja. Pravi, da je bil Warhol prvi, ki je vpeljal moderni fetišizem, transestetski fetišizem, fetišizem podobe brez kvalitete, pristnosti brez želja.

Čeprav je slikal banalnost sveta in družbe, v kateri je živel, njegove slike niso banalne, temveč so plod odsotnosti subjekta, ki bi jih lahko interpretiral. So rezultat dviga podobe do čiste figuracije, kar pa samo še pospeši moč znaka, ki se blešči v svoji praznini. Pravzaprav banalnost pomeni merilo estetskega blagoslova, način, kako povečevati ustvarjalno subjektivnost umetnika. Podoba objektov, ki jih slika, je umetna, saj ni več v razmerju z estetsko zahtevo, temveč samo še z željo podobe. Po mnenju Baudrillarda Warhol vpelje *fetišistično avro*, ki izvira zgolj iz želje po določenem objektu, zadaj za tem pa ni ničesar, le praznina (Baudrillard 1999: 273–277).

Ne glede na to, ali je bila Warholova namera uničiti avro oziroma pokazati publiki, da je svet ne potrebuje več, je v njegovem delu in filozofiji več kot očitno izražena. Po mnenju Debeljaka (1998: 193) se avra, ki je v delih historične avantgarde izginila, v pop artu pojavi »v medijsko promoviranem zvezdniškem kultu umetnika, ki je sam postal množična ikona. Avro umetniškega dela je zdaj zamenjala »avratizacija« umetnika.« Kot tipičen primer navaja ravno Warhola, ki tako znotraj te izgube odkrije priložnost za vzpostavitev novih estetskih okvirov v umetnosti.

Tako Warholove tehnike ponavljanja slik in uporabo lažnih podpisov, s katerimi je želel izničiti umetnika in njegovo ustvarjalno dejanje, lahko razumemo tudi kot posmehovanje pretiranemu poudarjanju avtorstva v moderni, ko se je umetnika enačilo z genijem, ustvarjalcem in izumiteljem. Pa vendar o uničenju avtorstva ne moremo govoriti, saj je ravno Warhol še danes najbolj tipičen avtor pop arta. »Originalni Warhol je lahko samo kopija in to je pri njem najbolj originalno« (ibid.: 35). To pa mu ne bi uspelo brez uporabe izbranih tehnoloških sredstev, ki so bila osnova njegovega formalnega jezika, brez katerega ne bi mogel izraziti svojih idej tako prepričljivo, kot jih je. Tanja Mastnak (1998: 35) meni, da

⁵¹ Fetiš pri nekaterih ljudstvih pomeni predmet, ki ima nadnaravno moč in se časti po božje. V vsakdanjem življenju je to lahko predmet, ki je za posameznika ali skupino nedotakljiva, slepa, priznana stvar.

»celotni koncept zabrisovanja razlike med reprodukcijo in originalom ter konceptom serializma in ponavljanja ne bi bil izvedljiv brez tehnoloških možnosti.« Reprodukcijska v njegovih delih predstavlja realnost.

Njegov koncept realnosti je tako povzročil nekaj bistvenih sprememb tako med družbo in umetniškim delom kot med ustvarjalcem in publiko. In če se vrnem k Benjaminu, ki pravi, da je avra omejena na čas in prostor, v katerem umetniško delo nastane, ali potem lahko rečemo, da pop art ni avratičen? Da v Warholovih delih, ki krasijo stene svetovnih muzejev, ni avre? Po mojem mnenju avre ne moremo razumeti le enodimenzionalno, torej kot zgolj nečesa, kar je omejeno na določen čas in prostor, ampak kot nekaj brezmejnega in neomejenega. Razumemo jo lahko tudi kot nekakšno čustveno reakcijo, ki jo doživimo ob pogledu na umetniško delo. Energijo, ki se vzpostavi med nami in umetniškim delom, ki pa je seveda subjektivne narave. S tem mislim, da je treba Benjaminov koncept avre razširiti v smislu že omenjene prostorske brezmejnosti kot tudi priljubljenosti in prepoznavnosti podob, ki so ljudem blizu in jih zato lažje začutijo. Seveda pa to ni nujno pogoj.

Pop art s svojo popularnostjo doseže srca množic tudi zato, ker upodablja predmete in podobe iz njihovega vsakdanjega življenja. Zato bi, po mojem mnenju, avratičnost pop arta morali povezovati tudi z njegovo popularnostjo. Bližino in enostavnost podob, ki postanejo del te umetnosti, »začutimo« še danes. V mislih imam svetovne glasbene legende, filmske ikone, proizvode množične produkcije itd.

5.2.3 Ikone pop arta

Ikone pop arta, ki jih natančneje obravnavam v sledečem poglavju, po mojem mnenju najboljše orišejo šestdeseta leta, v katerem je pop art nastal, hkrati pa so bistvenega pomena za potrditev v uvodu zastavljene teze o pop artu kot umetniški praksi, ki je bila zmožna ironično reflektirati in s tem nemara tudi kritizirati kapitalistični družbeni red. Tako sem izbrala nekaj umetniških del, za katere mislim, da najboljše kažejo čas in vrednote ameriške družbe, po katerih pop art še zmeraj ostaja najbolj prepoznaven.

Ikone pop arta bi lahko razdelili v tri sklope, in sicer: **kult zvezde (idoli)**, **državni simboli** in **potrošniški predmeti**.

Miti vsakdanjega življenja, ki opisujejo potrošniško družbo, nastajajo s sredstvi množičnega obveščanja in na eni strani evforično pozdravljajo napredek v tehnologiji, na drugi pa vzbujajo strah pred njegovim uničenjem. Človeštvo je z vojno občutilo nočno moro svoje lastne ranljivosti in popolnega uničenja. Neskončna poraba in nasičenost trga s potrošniškim blagom sta pripeljala do problema onesnaževanja okolja in odvisnosti od nakupovanja. Oblikovala se je družba, v kateri so najpomembnejši predmeti, želje in usoda posameznika pa se izgubijo v množici ljudi. Avtomobilski blišč in avtomobilske razbitine so simbolizirale iluzijo in stvarnost potrošniške družbe, ki je trpela zasebno in se izgubljala v neimenovani statistiki (Osterwold 2003: 11).

V tej navidezni bleščečnosti potrošniške družbe, ki je evforično pozdravljala napredek in se navduševala nad plehkostjo podob, je Andy Warhol našel navdih. S svojimi deli je izražal povsem osebna videnja problemov družbe, politike in okolja. S prikazom avtomobilskih nesreč političnih (John F. Kennedy) in hollywoodskih zvezd (Marilyn Monroe), kriminala, umorov itd. je razkrinkal ozadje idealiziranega sveta. Ker se je tudi sam gibal v razmeroma visokih krogih in dobro poznal navidezno glamuroznost sveta slavnih, se je odločil, da svetu pokaže njegov pravi obraz.

Zvezdniške ikone (idoli množic) so tako v njegovih delih notranje duhovno zlomljene in melanholične, na zunaj pa bleščeče. Njihov zunanji sijaj je del predmetnega sveta in ne izvira iz notranjosti človeka. Šestdeseta so namreč pomenila pravi zvezdniški »bum« v filmu in glasbi. Rojstvo legend, kot so *The Beatles*, *The Rolling Stones*, *Velvet Underground*, *Elvis Presley*, *Marilyn Monroe*, *Marlon Brando* itn., je med množico izzvalo pravo navdušenje. Mnogi so se želeli poistovetiti z njihovim življenjem in popularnostjo, ki pa je bila večinoma medijsko skonstruirana. Mediji so v želji ustvarjali in prodajali lažno podobo zvezd, pri tem pa ustvarjali iluzorno stanje, ki začara množice. Namen popartistov pa je bil njihovo »razčaranje«, s katerim so hoteli razkriti pravo identiteto zvezdnikov brez kakršne koli maske in dokazati, da so tudi oni povsem navadni ljudje.

Legendarna upodobitev *Marilyn Monroe* ostaja eno najprepoznavnejših Warholovih del, tudi ikon umetnosti pop arta. Po mnenju Copplestonea (1997: 26) je bila njegova najbolj priljubljena filmska zvezda, ki ga je očarala z vzvišeno zapeljivostjo, zaradi katere nas še danes prevzema.

Leta 1962, po njeni tragični smrti, je tako nastala serija podob celotnega obraza (glej sliko 5.2.3.1) in posameznih delov (usta, nasmeh). Warhol je s tem, ko je podobe nizal v vrstah, njen medijsko narejeni obraz spremenil v mehanično formo, ki je vsebovala na videz nepomembne slike. S ponavljanjem je stereotipno podobo zvezde, ki se je primorana nenehno prodajati, spremenil v serijo identičnih podob in jo s tem popolnoma razosebil. Kričeče barve (glej sliko 5.2.3.2), ki jih je uporabil kot ličilo, delujejo kot umetna maska in simbolizirajo pretirano vsiljivost njene podobe, ki je bila rojena z mediji. Po mnenju Coppleshona (ibid.: 28) »pomnožene podobe vzbujajo misel na povsod navzoči vpliv množičnih medijev.« Prav Warhol je na primer barvne različice razumel kot simbol komercializacije njene priljubljenosti.

Slika 5.2.3.1 Andy Warhol, Gold Marilyn Monroe, 1962



Vir: McCarthy 2000: 41)

Slika 5.2.3.2 Andy Warhol, Marilyn, 1967



Vir: Livingstone 2003: 202

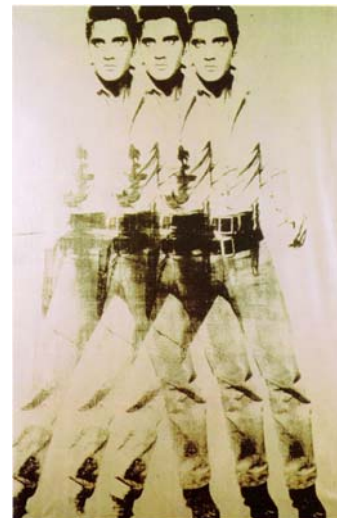
Pop art je z »razkrinkanjem« zvezdniških podob skušal prikazati dvoličnost družbe, ki na eni strani s pomočjo idolov prikazuje življenje kot lepo, srečno, polno izobilja in blišča, na drugi strani pa se izgublja v lastni anonimnosti brezosebnih odnosov. Tako so **Liz Taylor**, **Marilyn Monroe** in **Elvis Presley**, Warholove glavne tri ikone, za narejenimi obrazi skrivali krhkost in ranljivost stvarnega življenja. Na zunaj so posebljali ameriško zgodbo o uspehu, ki pa še zdaleč ni bila tako bleščeča, kot se je zdela na prvi pogled. Na primer: Liz Taylor (glej sliko 5.2.3.3) se je bojevala z depresijo, Marilyn Monroe je leta 1962 življenje končala s samomorom, Elvis Presley (glej sliko 5.2.3.4) pa je osamljenost utapljal v svetu drog in alkohola (Osterwold 2003: 11–12).

Slika 5.2.3.3 Andy Warhol, Liz, 1965



Vir: Osterwold 2003: 51

Slika 5.2.3.4 Andy Warhol, Triple Elvis, 1964



Vir: Honnef 2000: 13

Državni simboli

Obsedenost z denarjem je bila v šestdesetih letih več kot očitna. **Denar** je pomenil moč, uspeh in blaginjo. Ekonomski potencial zahoda v šestdesetih je pri ljudeh vzbudil željo po napredku in boljšem življenju. **Dolar** (\$) je postal simbol (glej sliko 5.2.3.6) ameriške superiornosti, svobode in ekonomske moči. Z njim lahko kupiš vse, kar ti poželi srce, z njim lahko izpolneš »ameriške sanje«. Pomenil je univerzalno zdravilo za frustracije in vsako novo razočaranje. Dolar je postal ikona pop arta, njegova podoba se je začela upodabljati podobno kot logotip kokakole na različnih stvareh, od majic, brisač do pepelnikov itd. (Osterwold 2003: 30).

Slika 5.2.3.5 Andy Warhol, One Dollar Bill with Washington Portrait, 1962



Vir: Coppelstone 1997: 18

Warhol je leta 1962 upodobil podobo denarja (glej sliko 5.2.3.7). Brezizrazna upodobitev dolarskih bankovcev, ki jih je spet nanizal enega zraven drugega, simbolizira ameriško materialistično usmerjeno družbo, ki je postala odvisna od potrošništva. Sprašuje se o vrednosti denarja. Denar je sam po sebi zgolj list papirja, ki mu je dodeljena vrednost. Ljudje pa ga cenijo ne zaradi njega samega, temveč zaradi tega, kar lahko z njim kupijo. Warhol se tako sprašuje o preneseni materialistični motivaciji, ki je povezana z denarjem in mislijo, kaj naj človek z njim počne, naj ga idealizira ali zapravi? (Coppelstone 1997: 19).

Slika 5.2.3.6 Andy Warhol, Two Dollar Bill, 1962



Vir: Honnef 2000: 23

Poleg denarja pa ameriški družbi veliko pomeni tudi simbol nacionalne zastave. **Ameriška zastava** (glej sliko 5.2.3.8) se še vedno pojavlja na vseh državnih prireditvah in je del družbenega življenja. Nobenega dogodka, pa naj bo obletnica, družinsko srečanje, koncert ali zabava za rojstni dan, ni brez nje. Je del zabavne industrije, ima pa tudi estetsko dekorativno funkcijo. Je tako kot dolar simbol uspešnosti države in ikona ameriških sanj ter je svetovno prepoznavna. Ta močni znak kapitalizma je našel svoj prostor tudi v pop artu.

Slika 5.2.3.8 Jasper Johns, Flag, 1955



Vir: Livingstone 2003: 20

Najbolj znane so upodobitve Jasperja Johnsa iz let 1954/55, ki so umetniški svet izzvale z vprašanjem: Ali je to zastava ali slika? Vprašanje ponuja enostaven odgovor. Gre za podobe zastav kot slik, ki se v sanjah slikajo v njegovi glavi. Odgovor je odvisen od naše zaznave, torej od tega, kdo gleda sliko. Umetnik bo tako v njej videl sliko, posameznik pa zastavo.

Zadnji sklop ikon pa se nanaša na predmete množične produkcije, kamor sodijo že večkrat omenjene *steklenice kokakole*, *Brillo škatle* (glej sliko 5.2.3.9), *cigareti*, *cigare*, *konzerve juh*, *sladoled*, *lizike*, *pločevinke* itn.

Slika 5.2.3.9 Andy Warhol, Brillo Del Monte and Heinz Cartons, 1964



Vir: Honnef 2000: 39

Slika 5.2.3.10 Tom Wesseimann, Stil Life No. 24, 1962



Vir: McCarthy 2000: 29

Potrošniški predmeti

Izpostavila bom le enega, in sicer steklenico kokakole (glej sliko 5.2.3.11), ki jo pijemo še danes in sodi med najbolj prepoznavne ikone pop arta. Njen logo opazimo skoraj povsod in ostaja takšen, kot ga je upodobil tudi Warhol.

Ameriški kapitalistični sistem in amerikanizirana potrošniška kultura kokakolo popeljeta v sam vrh. Je eden od največjih simbolov ameriškega načina življenja, njen vpliv danes sega tudi v najbolj oddaljene konce sveta. Ta t. i. fetiš potrošniškega sveta je inspiriral številne umetnike tako v ZDA kot v Evropi.

Slika 5.2.3.11 Andy Warhol, Five Coke Bottles, 1962



Vir: McCarthy 2000: 31

Warhol je začel z upodobitvami leta 1960. Med mnogimi predmeti, ki jih je uporabil, da se je poistil z naravo velike ameriške družbe, anonimne in potrošniške, predane konformizmu ter ponosne na enodušnost, je bila povsod navzoča steklenica kokakole (Coppelstone 1997: 12). Kot je povedal Warhol, *»je kokakola ena sama, ali se vam ne zdi prav čudovito, da jo pijejo prav vsi, od predsednikov in filmskih zvezdnikov do najrevnejših članov družbe«* (Warhol v Honnef, 2000: 26).

Kolikor je pop art evforično pozdravljal razcvet potrošniškega sveta, ga je prav tako kritiziral in hkrati opozarjal na hitre družbene spremembe v povojnem času. Po mnenju McCarthyja (2000: 74) je pop art razkrinkal »ameriške sanje«, ki so obljublale nekaj, kar je bilo nemogoče izpolniti. Pop art umetniki so z razkritjem resnične podobe medijske industrije ljudem želeli pokazati realnost, ki je bila daleč od sanj in vse bližje spoznanju, da sanje obstajajo samo v mitu ali v seriji bleščečih kolažev, plakatov, slik in skulptur. Dela popartistov so tako ironično sporočala, da utegne pop umetnost postati pravzaprav edini kraj, kjer v času po vojni sanje lahko obstajajo. Večina umetnikov v ZDA kot tudi v Veliki Britaniji se je zavedala ameriških protislovij. Na eni strani neskončno bogastvo, na drugi brezmejna revščina, zmožnost vzpostavitve svetovnega miru in pokončanje sveta, obljubljanje enakih možnosti, nenehno spominjanje, da si ljudje nismo enakovredni. Umetnost pop arta je tako pokazala obe strani »ameriških sanj« in s tem razkrila protislovja ameriške povojne kulture, pa tudi širšega kapitalističnega načina življenja kot takega.

6. SKLEP

Od nekdanj me je zanimalo, kaj umetniki, z izborom barv, motivov, tehnik in oblik, želijo sporočiti širši množici in kakšna zgodba se pravzaprav skriva za njihovimi poslikanimi platni. Zato se med ogledom slik, ki krasijo stene galerij, vedno znova sprašujem, kaj je umetnika gnalo k ustvarjanju in o čem je medtem razmišljal.

Lahko rečem, da je umetnost pop arta mojo pozornost pritegnila najprej s svojo vizualnostjo, torej barvitostjo, monumentalnostjo, predvsem pa z bližino podob, ki »živijo« še danes. Enostavnost in hitra prepoznavnost motivov včasih lahko daje napačen občutek, da nam avtor pravzaprav ničesar ne sporoča, da gre zgolj za golo nizanje podob brez globlje vsebine. Na prvi pogled lahko celo dobimo občutek, da je vse skupaj velika šala, saj platna delujejo kot nekakšni velikanski oglaševalski panoji ali posterji, ki bi nam lahko krasili sobo. Pa vendar je ravno to tisto, kar me pri pop artu vedno znova očara, torej ta navidezno skrita, pogosto ironična sporočilnost, s katero sem se ukvarjala v svojem diplomskem delu.

Razvoj umetnosti sem spremljala, od srednjega veka pa do danes, pri čemer me je zanimal položaj umetnika in umetnosti same. Ugotovila sem, da je umetnost živa forma, ki se stalno razvija, nadgrajuje in zato spreminja, hkrati pa vedno odseva čas, tegobe, veselje in vrednote družbe, ki umetnikom pomenijo glavni vir inspiracij. Te se kažejo tudi v umetnosti pop arta. Zato sem v diplomskem delu skušala prikazati družbenokritično refleksijo pop umetnosti in osvetliti čas po koncu vojne, ko so ljudje s pravim navdušenjem pozdravljali moderno življenje, potrošniško družbo, svet medijske industrije in popularno kulturo. Ugotovila sem, da je pop art, kot primer postmoderne umetnosti, na nove družbene razmere reagiral kritično, z ustvarjanjem ironičnih in pogosto šaljivih del, s katerimi je želel pokazati na vse večjo komercializacijo zahodne družbe, predvsem pa prikazati tisto drugo plat življenja, ki le ni bila tako rožnata. Kot sem ugotovila, je pop art razkril ideologijo kapitalistično usmerjene družbe, s tem ko je v svojo umetnost vključil vse njene glavne mehanizme delovanja (medije, tehnološki napredek itd.).

Prav tako sem ugotovila, da so mediji, popularna kultura in umetnost v sodobnem svetu zelo prepleteni. S pop artom v šestdesetih letih se dokončno pretrgajo vezi s tradicionalno modernistično umetnostjo, ki si je prizadevala ostati v sebi lastnem ustvarjalnem polju, kritizirala tisto, kar je obstajalo zunaj njega in se upirala naraščujočemu ekonomskemu trgu.

Pop art bi tako lahko razumeli kot umetnost, ki zadiha s časom, sprejema dinamičnost razvoja družbe in tehnološkega napredka ter dokaže, da je umetnost pravzaprav živa tvorba, ki neprestano širi svoje meje ustvarjanja. Z njim popularnost in vsakdanjost dobita povsem nov pomen in postaneta center umetnosti pop arta, ki uresniči idejo zgodovinske avantgarde o zlitju umetniškega ustvarjanja z vsakdanjim življenjem. In kar je glavno, umetnost približa širšim množicam.

Velike zasluge za spremembe v polju umetnosti ima še danes najbolj tipičen avtor pop arta, Andy Warhol. Zato citat: »*Vedno pravijo, da je čas tisti, ki spreminja stvari, v resnici pa jih moraš spremeniti sam.*« (Andy Warhol), s katerim začenjam svoje diplomsko delo, ni bil izbran po naključju. Prav Warhol je tehnološke izzive dobe, v kateri je ustvarjal, odlično »izrabil«, s tem pa oblikoval povsem nov pogled na estetiko in dimenzije razumevanja umetnosti. Ugotovila sem, da njegova dela kot tudi dela drugih popartistov pogosto smešijo in nemalokrat kritizirajo dvoličnost družbe šestdesetih let, ki je na račun užitkov, slave in zabave postala vse bolj odtujena in izgubljena. Warhol je odtujenost, brezosebnost in anonimnost prikazal s pomočjo tehnik in stilov, ki jih je pri svojem ustvarjalnem procesu uporabljal.

Prav tako sem ugotovila, da v kapitalističnem sistemu, ki temelji na demokraciji, in stremi k homogenizaciji in poenotenju družbe, ideologija deluje prikrito, zato jo Lefort poimenuje kar nevidna ideologija. V takšni družbi so množični mediji tisti, ki prevzamejo glavno vlogo v državi in na »prikrit« in »neviden« način izvajajo politiko vladajočih. Pop art ideologijo kapitalističnega sistema kritizira tako, da množico nagovarja in izziva s popularnimi podobami, filmskimi zvezdami in predmeti megalomanskih supermarketov, ki so glavni simboli družbe 20. stoletja, njene množične produkcije in razosebljenosti. To pa stori na način, kot to počno množični mediji, s čimer kritizira njihov vse večji vpliv. S tem navadne potrošniške predmete modernega sveta spremeni v umetniške. Ponudi jasen, enostaven in razumljiv stil, namenjen čim širšemu občinstvu, ki pa na začetku vseeno izzove začudenje in zmedenost med manj poučenimi ali nemara le manj dovzetnimi.

Ikone pop arta so hkrati ikone družbe šestdesetih let. Izbrala sem nekaj konkretnih primerov Warholovih najbolj znanih del in ugotovila, da dela resnično odsevajo vrednote družbe, ki postaja vse bolj odvisna od materialnih dobrin. Z upodabljanjem denarja, potrošniških artiklov, zvezdniških ikon in državnih simbolov Warhol razkrije ideologijo kapitalizma in kritizira njeno delovanje, ki, v želji za dosego ciljev, pogosto manipulira s posamezniki.

Revolucionarnost pop arta pa je torej tudi v tem, da je dokazal, kako stvari, ki obstajajo kot sestavni del družbe, lahko delujejo tudi znotraj umetnosti. Pa naj gre za škatlo cigaret, pločevinko, rožo, vse to mora najti in najde svoje mesto v umetnosti. In če je družba toliko napredovala, da človeško roko zamenja stroj, naj to stori še umetnost. Pop art zato ni zavračal napredka, ravno nasprotno, z njim je eksperimentiral ter s tem nakazal širino ustvarjalnega postopka, ki ni bil več omejen zgolj na platno, čopič in slikarsko barvo. Obenem pa je ravno s tehnikami reprodukcije kritiziral odnos sodobne družbe do postopkov nastajanja umetnin in umetniških del.

Popartisti so tako opustili slikanje s čopičem, s postopki reprodukcije, ponavljanja in fotografijo so oblikovali nova estetska merila. Z upodabljanjem povsem navadnih potrošniških predmetov, ki sami po sebi nimajo nikakršne estetske vrednosti, so odpravili modernistično razumevanje estetske misli in dokazali, da se pojem estetike in odnos do nje z razvojem družbe spreminjata enako kot umetnost.

Čeprav se je pop art v zgodovino umetnosti zapisal v petdesetih in šestdesetih letih 20. stoletja, pa je v 21. stoletju še vedno zelo aktualen. Njegova popularnost še kar živi. Opazimo ga lahko prav povsod. Njegove podobe krasijo majce, spominke, značke, posterje in platna. Pop art je s svojo ikonografijo vplival na svet modnega oblikovanja in oblikovanja na sploh, njegove tehnike pa so še zmeraj nepogrešljiv del oglaševalskega sveta. Njegove žive barve nočejo zbledeti in kaže, da še nekaj časa ne bodo. Pop art je umetnost in je način življenja, ki ga pravzaprav živimo.

7. LITERATURA

- Baudrillard; Jean (1999): *Simulaker in simulacija – Popoln zločin*. Ljubljana: Študentska založba.

- Benjamin, Walter (1998): Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati. V Walter Benjamin. *Izbrani spisi*, 145–176. Ljubljana: Studia Humanitatis.

- Betts, F. Raymond (2004): *A history of popular culture: more of everything, faster and brighter*. London, New York: Routledge.

- Brejc, Tomaž (1991): *Temni modernizem*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

- Brezovšek, Marjan (2003): Uvod: Globalizacija in nova paradigma upravljanja. V Marjan Brezovšek in Miro Haček (ur.): *Globalizacija in državna uprava*, 11–23. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Bulc, Gregor (2004): *Proizvodnja kulture: vloga in pomen kulturnih posrednikov*. Maribor: Subkulturni azil.

- Butina, Milan (1997): *O slikarstvu – Likovnoteoretični spisi*. Ljubljana: Debora.

- Coplestone, Terwin (1997): *Modern art*. New York: Exeter Books.

- Debeljak, Aleš, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja (2002): *Cooltura*. Ljubljana: Študentska založba.

- Debeljak, Aleš (1989): *Postmoderna sfinga*. Celovec, Salzburg: Wieser.

- Debeljak, Aleš (1999): *Na ruševinah modernosti*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

- Debicki, Jacek, Favre Jean-Francois, Grünewald Dietrich in Antonio Filipe Pimentel (1998): *Zgodovina slikarske, kiparske in arhitekturne umetnosti*. Ljubljana: Modrijan.

- Lucie-Smith, Edward (2001): *Movements in art since 1945*. London: Thames and Hudson.
- Erjavec, Aleš (1995): *Estetika in kritična teorija*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Erjavec, Aleš (1988): *O estetiki, umetnosti in ideologiji*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Frey, S. Bruno in Pommerrehne, W. Werner (2001): *Muze na trgu: Odkrivanje ekonomske umetnosti*. Murska Sobota: Pomurski akademski center.
- Honneth, Klaus (2000): *Andy Warhol*. Köln: Benedikt Taschen.
- Horkheimer, Max in Adorno, W. Theodor (2002): *Dialektika razsvetljenstva*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Jameson, Frederic (2001): *Postmodernizem*. Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo.
- Jančič, Zlatko (1995): »Ustavite reklamo« *Marketing Magazin* 15(172/ 173), 24–25.
- Janson, Horst Waldemar (1991): *History of art*. London: Thames and Hudson.
- Jeffs, Nikolai (2006): Nelagodna razmišljanja o nekaterih paradoksih politike, umetnosti in aktivizma. *Časopis za kritiko znanosti* 34(223), 80–97.
- Kenneth, Adams (1967): *Umetnost: O človeški ustvarjalni domišljiji*. Ljubljana: Založba Mladinska knjiga.
- *Leksikon Cankarjeve založbe* 1988. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Lippard, Lucy (2001): *Pop art*. London: Thames and Hudson.
- Livingstone, Marco (2003): *Pop art: a continuing history*. London: Thames and Hudson.
- Lynton, Norbert (1994): *Zgodba moderne umetnosti*. Ljubljana: Cankarjeva Založba.

- Madoff, Steven Henry (1997): *Pop art: a critical history*. Berkley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Mastnak, Tanja (1998): *Koncept ponavljanja v moderni likovni umetnosti: slovenske refleksije*. Ljubljana: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
- McCarthy, David (2000): *Pop art. Movements in modern art*. London: Tate Publishing.
- Osterwold, Tilman (2003): *Pop art*. Köln: Benedikt Taschen.
- Pischel, Gina (1969): *Zgodovina umetnosti: slikarstvo, kiparstvo, arhitektura in uporabna umetnost*. Ljubljana: Založba Mladinska knjiga.
- Pušnik, Maruša (2003): Recenzija knjige Horkheimer, Max in Adorno W. Theodor (2002): *Dialektika razsvetljenjstva*. *Družboslovne razprave* 19(43), 216–218.
- *Slovar slovenskega knjižnega jezika* 1994. Ljubljana: DZS.
- Sproccati, Sandro (1994): *Vodnik po slikarstvu*. Ljubljana: Založba Mladinska knjiga.
- Stallabrass, Julian (1996): *Gargantua: Manufactured Mass Culture*. London: Verso.
- Stankovič, Peter (1997): Umetnost množičnih medijev in družbene manjšine. *Družboslovne razprave* 13(24/ 25), 89–97.
- Strehovec, Janez (1995): *Demonsko estetsko: od filozofske teorije umetnosti k estetiki kot teoriji estetizacij*. Ljubljana: Slovenska matica.
- Tomc, Gregor (1994): *Profano: kultura v modernem svetu*. Ljubljana: Študentska organizacija.
- Williams, Raymond (1988): *Keywords: a vocabulary of culture and society*. London: Fontana.

8. VIRI

- Robbins, Richard H. (2005): *Global problems and the culture of capitalism*. Boston: Allyn and Bacon. Dostopno na <http://www.ablongman.com/samplechapter/0205407412.pdf> (29. junij 2007).

- Sawyer, Miranda (2003): »*Consuming passions*«. Dostopno na <http://www.newstatesman.com/200301200034> (29. junij 2007).

- Leben, Jakob (2006): *Umetnost proti simulakru*. Dostopno na <http://www.publikacije.net/Article/Umetnost-proti-simulakru/74> (29. junij 2007).