

POP KAO „PRIMORDIJALNA LAŽ“

Pop vision, Zbornik radova sa simpozijuma
"Vizuelnost popularnog i popularnost
vizuelnog", Priredio Branislav Dimitrijević,
Umetnička radionica "Aurora", Vršac,
Fond za otvoreno društvo – Centar za
savremenu umetnost, Beograd 1996.

Sve kulturalističke, kulturno-istorijske analize polaze od naivne pretpostavke da duboko u našem nesvesnom postoji jedna čista istina o Čoveku koju tek umetnost može izneti na videlo. Nasuprot njima, mogli bismo reći da je prirodno ljudsko stanje laž. Sav napor koji kritika ulaže čini samo da se iluzije usavrše. Otvoreno izlaganje privida pogledu ne doprinosi razotkrivanju, već dodatnom uživanju pri cepanju subjekta, pomaže otkriću njegove potajne želje da stane na mesto Gospodara, onog mračnog uzurpatora koji mu, prema strukturalnim pravilima, podaruje zadovoljstvo pomešano s poniženjem, oličeno u naredbi da se uživa. Kako je mesto Gospodara još uvek prazno, simboličko, umetničko delovanje podseća na pokušaj da se stigne do granice vidljivog, horizonta koji nam neizbežno izmiče.

Hteli mi to ili ne, moramo priznati da razvoj proizvodnje podiže koeficijent estetskog kvaliteta proizvoda i reklama, doprinosi unošenju elemenata "visoke kulture" i dosezanju problema koje je ona postavila. Stoga u razvoju popularnog vizuelnog izraza ne može-

mo gledati samo "banalizaciju"; strategije pop-arta teže upravo tome da subverzivne sadržaje učine "vidljivim" za sloj recipijenata i potencijalnih stvaralaca koji umetnosti prilaze "neposredno", ne referirajući na iskustva avangarde dvadesetog veka ili modernizma uopšte. Popularna umetnost, sa svojim tehničkim mogućnostima i "samorazumljivim" znakovima podstiče mlade da iskažu svoje strahove, želje i ideje. Za razliku od masovne ili komercijalne kulture, koja podrazumeva neselektivno i nekritičko konzumiranje trivijalnog, čime ona doduše priprema osnovni aparat za *viđenje* jedne tehnološki kolonizovane, komercijalizovane stvarnosti, *pop kultura* predstavlja upravo ovaj modernizatorski segment koji uvodi nove tehnike u tumačenja našeg svakodnevnog iskustva. Produkcija pop-art umetnika oblikuje se upravo kao apstraktna mašinerija koja utiče na odnose moći/znanja, delujući kao mesto za subvertiranje kôda. Oni oblikuju nove tipove podrivačkih virtuelnih stvarnosti, koji vremenski koincidiraju sa proizvodnjama virtuelnih stvarnosti u mas-medijima pod kontrolom finansijskih magnata, i prisiljavaju ih na inovacije i samoironične gestove.

Upravo zato, o popularnoj umetnosti se ne može govoriti izvan nje, s povlašćenog položaja "čistih estetskih sudova refleksivnog ukusa". Time samo potpirujemo iluziju da je majstorima "visoke umetnosti" kanone predstavljanja zaista "diktirala priroda" (što bi predstavljalo fleksiju *physis* u samoj sebi, njenu samorefleksiju u umetničkom delu), da su bili plaćeni od "gospoda Boga", a ne od mecena, vladara i moćnika, malih bogova svoje epohe. Umetnost i značenja umetničkog dela danas su "posed" daleko većeg broja ljudi; njihovo mišljenje prožeto je komercijalnim stereotipima-osnovama percepcije i fetišima svih epoha, koji se, zahvaljujući "ideologiji izdajnika" našeg vremena razlažu, diseminujući druge znake. Kada bi neko puristički nastojao da očisti svoj idiom od njih, njegov svet bi se ispraznio, i oni momenti koji su proterani kao "niski" i "kičerski" postali bi njegova najznačajnija tajna koja bi mimoilazila sve instance cenzure.

Polazeći od ove generacijske, iskustvene i komunikativno-prosvetiteljske dimenzije, u Vršcu je, povodom Drugog jugoslovenskog likovnog bijenala mladih, u julu 1996. održan simpozijum pod naslovom "Vizuelnost popularnog i popularnost vizuelnog", u organizaciji Branislava Dimitrijevića, koordinatora programa Centra za savremenu umetnost Fonda za otvoreno društvo u Beogradu. U želji da se javnost upozna sa promišljanjima učesnika, izdat je i zbornik tekstova učesnika simpozijuma (nažalost, bez zapisa diskusije

učesnika, koja je za vreme skupa vođena). Lista učesnika – mladih teoretičara savremene umetnosti, bila je impozantna i predstavljala je garanciju aktuelnosti priloga. Oni čitaocu istovremeno nude vodič kroz istoriju fenomena od njegovih početaka do njegovih najaktuelnijih izraza na britanskoj sceni devedesetih. Značajno je što su učesnici kroz svoje tekstove pokazali duboku srodnost pop kulture i teorijskih mašina post-strukturalističke lingvistike, psihoanalize i filozofije; njihove prakse su neodvojive, razotkrivaju iste dominantne skopičke režime i modele vizuelne kolonizacije, otvarajući mogućnost za stvaranje realnosti koja će izmaći većitom vraćanju traumatične prošlosti i sadašnjosti.

U toj perspektivi, izbegnuta je površna osuda masovne kulture i njenih sadržaja u celini. Kroz tu praksu, lome se kliše "reklame", ulazi se u slobodno eksperimentisanje opštepoznatim elementima, odgonetaju se njihova prikrivena značenja, zaboravljene konotacije, i prekoračuju granice koje nameće normativna kultura. Bez pretenzije da stvori bilo kakvu koherentnu ideologiju, popularna umetnost vraća širim slojevima konzumenata pravo da postave pitanja koja se tiču represivnosti "države blagostanja" i društveno prihvaćenih moralnih normi.

Sudbina svake tehnike je da načini svet još iluzornijim nego što je nekada bio. Društvene potrebe se ne proizvode jedna po jedna, već se proizvode kao konzumativna snaga unutar proizvodnih snaga. Proizvodni poredak ne kolonizuje poredak uživanja, već ga reorganizuje u sistem proizvodnih snaga. Potrebe i potrošnja su zapravo organizovano *širenje proizvodnih snaga*. Predmeti potrošačkog društva tako grade polje konotacija, više ne odgovaraju nekoj određenoj funkciji ili ljudskoj potrebi; oni predstavljaju polje značenja podružljene logike želje. Svet predmeta je svet jedne "generalizovane histerije" u kojoj se, umesto od jednog do drugog telesnog organa, "simptom" pomera od jednog do drugog predmeta /simbola. Potreba u savremenom društvu postaje potreba za izvesnim "smislom" i kao takva, nikada se ne može ni zadovoljiti, ni definisati.

Sistematsko i organizovano proučavanje na potrošnju je, u našem veku, ekvivalent i produžetak proučavanja seoskog stanovništva na industrijski rad tokom prošlog veka. U sistemu više nema mesta za sitne štetiše i anarhične potrošače: isti sistem je socijalizovao mase prvo kao proizvođačke, a zatim kao potrošačke snage, on nastoji da ih reprodukuje i kontroliše.

Potrošnja je orkestrirana kao diskurs o samoj sebi, i zadovoljava se u minimalnoj razmeni; stoga nema potrebe za stvaranje komunikacionih lanaca među konzumentima i gledaocima izvesnog medija. Dirigovano posjedovanje predmeta vodi desolidarizaciji i deistorizaciji pojedinca. Proizvodi daju individualizovanim pojedincima privid statusa, ličnog izbora, posjedovanja stila i ukusa; u stvari, oni su kodirani, oni vrše kolektivno potčinjavanje ne stvarajući među njima nikakvu kolektivnu solidarnost.

Proizvodnja tako stvara svoje vreme, svoja pravila komunikacije i razmene koji se sve više približavaju modelu kôda. Mediji oblikuju svoju virtuelnu realnost, istovremeno sa odvijanjem realnih događaja koji, mada protiču istovremeno sa medijskim "hepeninzima" i "vestima" više ne uspeavaju da im pariraju. Reprezentativni sistemi, koji se proizvode u ovoj epohi, otvoreno se pokazuju kao aparati moći, dijagrami koji strukturiraju sile u polju moći. Svakodnevno se suočavamo sa snagom tog procesa, te utoliko raste i želja da im se odupremo.

Na ovoj osi otpora upisuju se tekstovi Dejana Sretenovića i Gorana Gocića. *Camel filters, Camel lights* nas upozorava na konstrukciju imaginarne slike o bezvremenom, u prirodu utonulom, a ipak kulturnim tradicijama bogatom Orijentu, koji "dovoljno hrabrim" turistima nudi na Zapadu nepoznata, nezamisliva i prefinjena čulna uživanja dostupna samo onima koji su oslobođeni okova zapadne civilizacije i sposobni da shvate duh pustinje, ruševina i spomenika kao metonimijske *advertising-figure*, koje menjaju i pokoravaju Orijent nakon njegove stvarne, vojne i političke kolonizacije. "Lutajuće stado" ovih novih kolonizatora nastanjuje predele koje posvećuje svojim "kolonijalnim željama", fantazijama, snovima i predrasudama koje je zapadni apstraktni, formalni razum proterao iz svakodnevnog života Evropljanina. Kroz turističke aranžmane i trke kroz pustinju, safarije, oživljavaju se fantazmi o borbi, osvajanju, odlasku "s onu stranu dobra i zla", koji sada ispunjavaju udžbenike istorije. Turista je prerušen osvajač – on čuva svoju distancu u odnosu na Drugo, koje je, navodno, došao da iskusi. On ne govori sa domrocima, ne dozvoljava da ga preplavi njihov jezik; njegov pogled ih okamenjuje, pretvara u tipične figure "Orijentalaca", koji se zajedno sa arhitekturom i florom stapaju u izmaštani pejzaž kojeg turista uvek očekuje. Odatle, i sami stanovnici zemalja Bliskog istoka, koji su izloženi najezdi posetilaca, nastoje da liče na predstavu koju Evropljani o njima imaju, stvaraju suvenire koje Evropljane treba

da uvere kako su sva njihova predubedenja istinita, i tako ih ponovo privuku, omadijaju njihovim vlastitim iluzijama. "Strukturalno nadimanje" turističkog diskursa – preuzimanje "skandaloznih" elemenata koji ne pripadaju prikazanoj strukturi, predstavljaju "dopunu" koja reklamno i turističko osvajanje upotpunjava – pa tako, "orijentalne" slike osvajaju privatnost, kao slike harema i odaliski, a "premeštanje" piramida i kamila u Tursku iskazuje stvaran prezir prema Orijentalcima (naznačujući da su imaginarnom Evropljaninu sve bliskistočne zemlje iste, indiferentne) i želju da se ceo region pokori vlastitim interesima. Tako se orijentalizam, kao grana nauke, strogo odvaja od orijentalizma kao virtuelne, marketinške reprezentacije Orijenta, nastale u 19. veku, nastale zbog povećanja kontakata s narodima i kulturama tog regiona.

Tekst Gorana Gocića *Okupacija u 26 slika* doksoografski prati razvoj popularnih predstava o Srbima, Jugoslaviji i Bosni u zapadnom filmu, i pruža nam obilan materijal o tome kako je naša zemlja u nepunih sto godina kolonizovana imaginarnim predstavama sličnim onima koje se vezuju za Orijent. Sve predmoderne fantazme o patrijarhalnoj običajnosti, poštovanju starih viteških običaja, verskoj netrpeljivosti, sujeverju, spletkaštvu, vlastohleplju i neukosti koncentrišu se na zemlje "Dejtonlenda". Jugoslavija u razgovorima filmskih junaka postaje opšte mesto, simbol vekovnih nerešivih sukoba, podela i ratova, tehnološki zaostala zemlja, kojoj pažnju treba da poklone sve "dobre evropske duše", humanitarni radnici i ljudi od savesti. Ljudi koji tamo obitavaju su brutalni, iracionalni i podmukli gotovo kao španski konkvistadori, pa zaslužuju temeljno prosvetličanje. Posle raspada komunizma, Zapad je bio fasciniran novim istočnoevropskim demokratijama kao svojim ego-idealima. Slučaj bivše Jugoslavije pokriva fantazme "s onu stranu principa zadovoljstva", izvesnu destruktivnu nostalgiju, razočaranje kolektivnim vrednostima, racionalnom sekularizacijom. Provale totalitarizma spašavaju demokratiju od kolapsa njenih vrednosti. Snaga otpora ovom kolapsu vidi se u pogledu Zapadnjaka fasciniranih zlom i razaranjem, prikovanom za željenu, traumatičnu Stvar – pcjzaž ruševina demokratije, uništene u bezumnom ratu za krv, tlo i veru.

Stav jugoslovenskih intelektualaca možda ne može mnogo da promeni ovakvu percepciju balkanske krize u najširim slojevima, ali to umetnike ne oslobađa zadatka da sami kritički progovore o diskursima koji su potpomagali stavljanje ratne mašine u pogon, i tako "ne dozvole da nacija ima problem u glavi". Preuzi-

majući deo tog posla, Branislava Anđelković piše o popularnim diskursima rata, fokusirajući se na specifičnu strukturu filma Srđana Dragojevića "Lepa sela lepo gore". Zasnivajući svoj rad na teorijama slike, identiteta i lakanovskoj psihoanalizi, ona pokazuje kako ovaj komercijalno uspešan film koji predstavlja jedinstvenu vizuelnu reprezentaciju popularnih diskursa rata, poziva na analitičko iščitavanje koje bi predstavljalo demistifikaciju njihovog "žargona autentičnosti". Popularni format filma i zavodljivost ratnih tema mogu da odvuku gledaoca od ovako strogog pristupa, i odvedu ga u izvesno "pravolinijsko" razumevanje; međutim, reditelj se ironičnim distanciranjem i promišljanjem pojedinačnih scena, koje se samo naizgled mogu povezivati arbitrarno, brani od takvog čitanja, sprečava prebrzu identifikaciju s junacima filma (mada je se ne odriče – i tako dopušta gledaocu da kroz delovanje aktera otkrije svoje vlastite zablude) i ostavlja recipijentima da sami, uprkos sebi, izvuku poruke koje bi, možda, indignirano odbijali pre ulaska u salu. Izdvojivši naslov i osam karakterističnih scena za posebnu strukturalnu analizu, Branislava Anđelković ukazuje na neuralgične tačke "normalnog", ciničkog uma, grotesknost same normalnosti svake kulture, izvlači vanvremenske poente filma, kao što su: zadovoljstvo u uništavanju kao činu moći koji akteru donosi makar estetsko zadovoljstvo; latentna homoseksualnost patrijarhalnih društava koja vodi u kriminal, perverziju i terorizam; nepoštovanje tuđeg načina uživanja; rat čiji cilj nije osvajanje teritorija, već prisvajanje elemenata sa zajedničkog kulturnog prostora; mržnja prema telu; paranoično posmatranje drugih; potreba za publicitetom i predstavama (vlastitog) tela, ma koliko one bile iskrivljene (kao u medijima i TV-Dnevniku); potreba da se pokaže moć nad drugima, makar pri tome kopirali i obrasce nasilja koje je vršeno nad nama; besmislenost rata u kojem nema heroja i u kojem tek prisećanje na prethodne ratove može da dočara sliku heroizma.

Gledajući film, mi ne verujemo do kraja u "realnost" onoga što se prikazuje, kao što ne verujemo u ozbiljnost onoga ko najavljuje da će izvršiti nešto nemoralno; krhka simbolička ravnoteža funkcioniše upravo zato što dvojica glavnih protagonista nikada nisu u potpunosti prihvatili društvenu logiku po kojoj između njih ne bi trebalo da postoji ništa zajedničko, nikakav geteoski "izbor po srodnosti", već samo podela po prihvatanju načina na koji izvesna nacija strukturise svoje uživanje. Autorka teksta nam pokazuje kako se tehnikom flešbeka u filmu ponovo ispisuju vizuelni označiteljski tragovi, garanti kontinuiteta subjekta, koji

njihovom revitalizacijom ometa nametnutu nacionalnu identifikaciju i ostaje u poretku simboličkog. Provala Realnog, "onoga što subjekt samo misli da vidi", na filmu (i u sećanju) ostaje iskidan, kao izolovan označitelj – koji je u filmovima (pa i u ovom) najčešće auditivan.

Lidija Merenik odbija da se neposredno suoči s pitanjima o mogućim odnosima pop kulture i rata. U tekstu *Radikalna ikonička reduplikacija*, ona pokušava da implicitno odgovori na takva pitanja preciznim određivanjem tipa stvaraoца koji toj kulturi zaista pripada. Pokazuje se da je tip otklona koji umetnik održava prema popularnim temama i diskursima, njegovo samopozicioniranje i određivanje statusa artefakta, konstitutivan za pop kulturu. Čitaocu bivaju predstavljena tri primera statusa umetnika i izloženih artefakata; iz njih se izvodi zaključak da je položaj umetnosti kao izdvojene delatnosti u društvu određen kao nužna podvala koja gledaoca iznenađuje (ili mu dosađuje), ali mu nikako ne pridikuje, čak i kad za predmet uzme nešto toliko provokativno kao oružje. Umetnik je u ovoj savremenoj varijanti cinik koji glumi umetnika. Ukoliko i pristaje na status umetnika, on će svojim artefaktima dovesti u pitanje upravo one vrednosti koje je veličala tradicionalna umetnost, smetajući ih na nivo metaforičke plitkosti i pokazujući nam *publicitet straha*.

Tekstovi Marine Martić i Alekseja Monroa bave se problemima stvaranja imagea – slike o sebi, koju umetnici šalju svojim recipijentima. Marina Martić se više zadržava na tezi da se popularnost održava konformizmom, pristajanjem na uslove koje diktira tržište. Analizirajući harizmu foto modela, ona prihvata tezu Kamile Palja (Camille Paglia) da su lepota i glamur proizvodi smišljenog udaljavanja izgleda tela od njegovog prirodnog izgleda, redukcijom koja vodi do oblikovanja lika androgina. Hermafrodijska tela manekenki mogu da nose najrazličitije glave-prototipove određenih tipova ženske lepote, ali ta tela nisu izmenila svoje osnovne oblike još od doba starog Egipta. Manekenke su savršeni simulakrumi savršenih žena, Boderijarovi "fatalni objekti". "Njihova" tela su podvrgnuta strogoj disciplini i nikada nisu dovoljno vitka, čvrsta (karakteristično je da ova moda širi anoreksiju; anorektičarka uvek smatra da na njoj još ima suvišnog volumena – bila to masnoća, mišići ili kosti). U potrazi za savršenstvom, slavne glumice i modeli podvrgavaju se beskrajnom nizu plastičnih operacija (uklanjajući čak i rebra koja narušavaju dužinu i vitkost struka). Uzalud lekari opominju na štetne posledice izgled-

njivanja radi poštovanja modnog trenda. Cilj je stvaranje neplodne, nezainteresovane, hladno savršene figure, idola sa Kikladskih ostrva. Takva žena više i nije žena – ona je toliko androgina, gotovo pretvorena u muškarca, i može da koristi "uniseks" parfeme i odeću. Njena seksualnost je rastvorena u "dirigovanom narcizmu" (Bodrijar). Naravno, ona upražnjava samo čist, siguran seks. Bez obzira koliko je blizu, ona je uvek na distanci, izdvojena, izolovana, neutralizovana. Nju više niko ne kontroliše, ona je podvrgnuta najstrožoj samokontroli, najstrožoj vladavini *ratia*, odgovorna za svaki svoj potez, odgovorna i za partnera: prezervativ u njenoj tašni govori o stepenu njenog pristajanja na potčinjenost idealima društva koje se očajnički brani od svega što nije određeno kôdom. Konačno, ona je prihvatila stereotip lepote svih mizoginih društava: androginost, samodovoljnost, savršenstvo bića kojem nije potreban Drugi. On se otelovljuje u egipatskim portretima kraljeva i kraljica, koji su toliko stereotipni i slični da su i više nego brat i sestra (uostalom, nad "njom" je izvršena kliteridektomija, koja se u Egiptu i sada praktikuje; najviše zastrašuje način na koji drugi uživa, stoga traumatičnu Stvar, izvor tuđeg uživanja treba obavezno ukloniti); likovima lepih grčkih efeba koji nikada neće odrasti, Artemida i Atena, Amazonki koje žrtvuju svoje grudi da bi bolje napinjale luk, ostaju večite device ili su u potpunosti "kćeri svojih očeva", ratnice koje sebi ne mogu da dopuste ništa što bi izobličilo njihovu savršeno dostojanstvenu fizionomiju – pa makar to bila i umetnost (Atena kažnjava Marsijasa kada se pokaže da njena fizionomija, izobličena prilikom sviranja flaute, izgleda smešno) i renesanse i feminiziranih svetaca i mučenika, Japanki čija nacionalna nošnja favorizuje valjkastu siluetu, zbog čega se grudi stežu i prikrivaju, a struk obmotava pojasom koji njegov obim izjednačuje sa širinom bokova. Žena treba da bude maskulinizovana, ali ne sme da poseduje maskuline atribute. Još od najranijeg doba poznata su sredstva za depilaciju; majušna noga nije bila ideal samo za Kineskinju iz viših klasa, već i za evropsku ženu (lepe ruke su, isto tako morale da budu male – svi falusoidni elementi morali su nestati sa ženske siluete). Savršenstvo se za kulturu sadrži u transcenciji polnosti. Savršeno ženstven, na kraju, može biti jedino muškarac, kao u Almodovarovom filmu "Visoke potpetice"; travestit je savršena simulacija savršene žene. U tom smislu, supermodel podseća još samo na geometrijski objekat, ekvivalent razmene, lakanovski Falus.

Postavši slične transcendentalnom označitelju, one su savršeno zamenljive; u funkciji tržišta, usvajaju sasvim

"muške" načine rezonovanja, i naplaćuju svoje pojavljivanje po tačno određenoj tarifi. Da bi fantastično zarađivale, dovoljno je da postoje, i svojim izgledom otelotvore ideal samokontrole, zdravlja i lepote. Supermodeli ne treba da izazivaju želju nego strahopoštovanje i divljenje. Ovi androidi, zarobljeni u idiosinkratičnom svetu dijalektike prosvetiteljstva kao dijalektike ovladavanja, majestetični su i dominirajući.

Na kraju 19. veka leži u okretanju od svega što je definisano, "prirodno", samorazumljivo. Androgin postaje zanimljiv što ga nije moguće klasifikovati. U doba klasicizma, sve do kraja 19. veka, cenjene su osobine koje pridonose performativnosti pojedinca u ekonomskim aktivnostima. Osećanja i telesna krhkost postaju znak udaljavanja od sveta u puku subjektivnost koja je nemoralna, utoliko što su rad, štedljivost i sposobnost za sticanje bogatstva postali dokazi jedne nove pobožnosti. Prerafaelitska pobuna protiv kapitalističkih vrednosti izumeva produhovljene figure koje mogu da se kreću linijama neiskazivog, koje pokazuju i neizrecivost svoje želje. Danas, androginost je ustupak jednoj logici odvratanja od inkompatibilnog. Pitanje je da li je i autorka teksta toliko zaslepljena njihovom harizmom da ne primećuje kako je izbor najpopularnijih modela arbitraran, uslovljen dominantnim društvenim mitom. Već je i podela lepote žena prema "tipovima" proizvod jedne logike ujednačavanja koja teži da nesvodive razlike kvaliteta, sve posebnosti jedinke, apstrahuje i svede na niz "kategorija"svu individualnu lepotu i draž na odlike nekoliko "kategorija"? Ne zaboravimo da je odskora u prodaji serija Barbi-lutaka, iste visine i oblika, kod kojih samo boja kose, nijansa tena, par stereotipnih crta lica i "originalni" nacionalni kostimi govore da pred sobom imamo "japansku", "indijsku", "polinežansku" lepoticu; iz njihovih formi, dedukuje se "prototipska lepota" pojedinih modela, u skladu s tim plastičnim klišeima biraju se nove harizmatične dame.

Aleksej Monro daleko opreznije prilazi temi određivanja imena grupe kao prvog gesta u plasiranju koncepta njenog delovanja. On pokazuje da muzički žanr (tehno, pop, rok, hevi...) približno određuju kakvo ime grupa *smo* da nosi. Uzimajući agresivno, uvredljivo ime, bogato za mnoge neugodnim konotacijama, grupa skreće pažnju na sebe – ali tek svojim muzičkim izrazom i tekstovima pesama dokazuje da je zaista "opasna", sposobna da stupi u polemiku sa nosiocima vrednosti društva kojem pripada.

Branislav Dimitrijević ispituje prodor "nepopularnog" i odbojnog, koji su postali glavne teme radova bri-

tanskih likovnih umetnika, i na nizu primera pokazuje njihovu "estetiku neautoritarnog i neodlučujućeg značenja", koja otvara put za prikazivanje onoga sa čim se pop, kao "beskonfliktna umetnost reklame za mase", naizgled uopšte ne može pomiriti. Nagon smrti, homoseksualnost, paranoični strahovi – sindrom otmice od strane vanzemaljaca – proizveden zahvaljujući motivima iz masovne kulture; reminiscencije na naci-kunst, sleng i ulično nasilje, pornografija i mizoginija... nalaze mesta u radovima otkupljivanim od strane prestižnih muzeja savremene umetnosti ili uvršćenim u kolekcije magnata kao što je Čarls Sači. Popularna umetnost više ne traži samo zadovoljstvo (plaisir), koje obezbeđuju lepi, čisti, dobro dizajnirani, fabrički precizno izvedeni objekti; ona teži ka uživanju (jouissance), uvek povezanim s prisustvom neprijatnog, strašnog, lakanovskog Realnog, unutar kojeg nije smešten samo nagon smrti, već i sve pulzije tela obuhvaćene prapčetnim potiskivanjem. Povlašćeno mesto ulaska u realno je *objekt a*, *fantazam* – *objekt*, ono što se opire simbolizaciji, istovremeno izaziva želju i osećanje da je zadovoljstvo nepotpuno, da mu nešto nedostaje – što izaziva nezadovoljstvo. To tera želju dalje, ka drugim objektima, izaziva višak – uživanje (u "perverznom" sadržajima Realnog), koje je "normalnom" subjektu nepodnošljivo. U novom izboru sadržaja artefakata vidi se suštinski, i, s obzirom na strukturu kretanja želje, nužni zaokret u odnosu na prvobitne pop-art tendencije, izražene rečima Roberta Indijane, jednog od njegovih rodonačelnika: " (Pop-art) je nagli povratak Ocu nakon petnaestogodišnjeg apstraktnog istraživanja Materice...On je Američki san, optimističan, velikodušan i naivan..." (kod Lakana, *objekt a* je "prva slika koja treba da popuni pukotinu nastalu separacijom od majke"; uvođenjem *objekta a* kao povlašćenog ulaza u Realno, umetnost se ponovo vraća "istraživanju Materice", ili, preciznije, momentima koji ulaze u obim onoga što Kristeva naziva "semiotičko". Britanski umetnici kao što su braća Čepmen (Chapman), Demijen Herst (Damien Hirst), Sara Lukas (Sarah Lucas), Gejvin Turk (Gavin Turk), uspevaju da prikažu ove sadržaje transgresijom znakova "popularnog" – njihovim kalemljenjem u neočekivanim kontekstima, umnožavanjem, cepanjem označitelja i stvaranjem novih celina iz fragmenata. Tako se dobijaju radovi koji po izražajnoj snazi dostižu i prestižu stara remek-dela elitne kulture. Zahvaljujući popularnosti jednog tipa vizuelnih simbola, vizuelnost dostupna popularnom ukusu se proširuje, povećava se njeno polje značenja, tako da stvaraoci koji svoja dela oblikuju u ovom registru mogu da za svoju promociju koriste i

kanale koji su nekada bili dostupni samo stvaraocima "elitne kulture". Ruši se tradicionalna barijera između "slobodne" (elitne) i "najamne" (popularne) umetnosti. Kvalitet dela, artikulacija njegove poruke postaje presudan faktor u rangiranju pojedinih artefakata, a umetniku i recipijentu se vraćaju prava na autonomno tumačenje i kritički odnos. Pri tome izgleda kao da je tumačenje gledaoca kreativnije od umetnikovog.

Tekst Nebojše Vilića *Rethinking popism* bavi se interakcijama "popularne" i "elitne" umetnosti, pokazujući kako popularna umetnost ne može da se promišlja kao odvojen entitet, bez uslovljenosti iskustvima Moderne. i nudi hipoteze o fazama njihove uzajamne artikulacije. U prvoj hipotezi autor ispituje put od kvalitetne reklame, oplemenjene uticajem umetničkog oblikovanja koja završava u dizajnu. Umetnost zatim može preuzeti jezik popularnog, transformisati ga u vlastite kôdove, stvarajući tako dela koja se otvoreno pokazuju kao umetnička roba. Kada se takvi artefakti ponovo vrata u područje reklame, umetničko delo je samo citirano, ono istinski postaje roba, gubeći u potpunosti specifičnu autonomiju, stapa se s reklamom i postaje fetiš. Druga Vilićeva razvojna hipoteza polazi od modernističkih eksperimentisanja s predmetima koji se masovno proizvode za svakodnevnu upotrebu u izradi kolaža. Tada popularno ulazi u umetnost pokazujući da je ona tek nesavršena iluzija. Elitizam umetnosti se pokazuje kao besmislica, pošto se i samo postojanje umetnosti dovodi u pitanje. Oni koji još nisu odustali od pojma umetnosti redefinišu stavove o njenoj produkciji i protagonistima, polaze od bilo koje slike da bi iz nje izvukli imaginarno i od nje stvorili čist vizuelni proizvod koji je izgubio svako prirodno značenje i zablistao u praznom, veštačkom sjaju. Tim gestom se konstatuje stanje kulture i društva. Sledeća faza popularne umetnosti iskazuje novine upravo u tom segmentu – unosi se primesa angažovanosti, koja ipak neće biti plakarna i ideološki opterećena. Pop-art ikonografija ostaje, ali se materijal i tekstura dela menjaju, tako da recipijent može povezati popularno s represivnim, a savršenstvo "društva blagostanja" s kapljnjem mišljenja u sheme koje nameće robna proizvodnja. Kada bi insistirali na određenju ovog tipa umetnosti, mogli bi reći da je to *Dis-pop-artism*. Umetnosti je vraćena njena čast, recipijentima sloboda da shvate šta se ispred njih nalazi bez traženja etikete s imenom dela, i mnogo više – mogućnost da shvate šta je umetnik želeo da izrazi svojim delom.

Birajući za lajtmotiv svog teksta film Vudija Alena *Zelig*, Čekić je, na tragu Fukoovih i Delezovih ideja,

interpretirao jedan dispozitiv popularne umetnosti, izneo svoj stav o jedinoj uspešnoj strategiji koju popularna umetnost može usvojiti. Vizuelna ekonomija Bentamovog panoptikona – mašine za nadziranje, sa specifičnim optičkim, svetlosnim i prostornim uređenjem, karakteristična je za savremenu epohu. Panoptikon, konstruisan pre svega za bolnice, zatvore i vaspitne institucije, predstavlja dijagram mehanizma moći, koji povlašćenu ulogu daje posmatračima-nadzirateljima. Prihvatajući (popularni) jezik, mi se upisujemo u sliku panoptičkog dijagrama, aktuelnom događanju istovremeno dodajemo i vremensku dimenziju, cepajući stvarnost na *aktuelnu* i *virtuelnu*. Nadzirani "menjaju mesto": nadziru bivše nadziratelje, stižu mogućnost da uspostave nove odnose sila i umesto nekadašnjih suverena, svojim prisustvom daju prostoru smisao. Mašine su stvaraoci totalne iluzije modernog sveta. Umetnost treba da joj se suprotstavi još totalnijom iluzijom, koja će, naravno, izgledati tako savršeno kao da je proizvela mašina, a ne čovek. To je moguće ostvariti jedino usvajanjem jezika mašinski proizvedene, popularne umetnosti. Umetnik, kao *dispop-artista*, kameleon, može da se svojim produktom upiše u dijagram sila tako da svako buduće strukturiranje sila u dijagramu zavisi od njegovog produkta kao modela koji treba obožavati, apsorbovati, parodirati i – prevazići.

P.S.

Opisane promene sadržaja pop-arta smo, u stvari, mogli očekivati već nakon 3. juna 1968, kada je, nakon pisanja SCUM Manifesta, Valerija Solanas pucala na Endija Vorhola. Tim violentnim upisivanjem u prostor Workshopa ona je zapravo želela da nađe izlaz iz mehanizovanog, falogocentričnog sveta pop-arta. Jedino što ona tada nije shvatala činjenicu koju današnji umetnici smatraju samorazumljivom – skulptura ubija mnogo efikasnije od pravog pištolja.