

Estetizacija vsakdanjega življenja in deestetizacija umetnosti: problem zadovoljitve estetskih potreb postmoderne kulture

BOHDAN DZIEMIDOK

POVZETEK

V prispevku se ukvarjam z vprašanjem glavnih oblik, ki omogočajo estetske potrebe v sodobni kulturi, to je v kulturi postindustrijske potrošniške družbe.

V času intenzivne industrializacije (ki je odgovorna za destrukcijo lepote narave in grdoto industrijskih mest) se je glavna oblika zadovoljevanja temeljnih potreb sofisticiranega človeka razvijala v odnosu do del visoke umetnosti. Ta umetnost, ki je odkrivala in utelešala lepoto narave ter človeka, je bila temeljni vir pozitivnih estetskih vrednot. V naši dobi "postindustrijske družbe" pa umetnost ne igra več tako pomembne vloge. Takšno stanje so povzročile pomembne spremembe tako v umetnosti kot v sami družbi. Na eni strani lahko zasledimo tendenco k deestetizaciji umetnosti (najbolj izraženo v avantgardni umetnosti), na drugi strani pa tendenco k estetizaciji vsakdanjega življenja. Omenjen proces estetizacije se širi v okolje (tako urbano kot naravno), v produkcijo potrošniških dobrin, v navade in rituale ter v vse oblike popularne kulture. Postmoderna kultura, potrošniška in hedonistična, je usmerjena predvsem k zadovoljitvi, povečanju in izkoriščanju človekovih estetskih potreb. Visoka umetnost, presežena tako v produkciji blagovnih dobrin, mode, športnih dogodkov, turizma in različnih drugih aktivnosti, ki oblikujejo in oplešujejo telo, kot s številnimi para ter psevdo estetskimi oblikami masovne kulture, kot so reklame, modne revije, šovi, produkti glashbene industrije, revije, koledarji, razglednice ... je izgubila estetsko pomembnost, ki jo je imela nekoč. V današnji situaciji je za mnoge visoka umetnost prenehala biti oblika zadovoljevanja osnovnih estetskih potreb.

ABSTRACT

THE AESTHETISATION OF EVERYDAY LIFE AND THE DE-AESTHETISATION OF ART: THE PROBLEM OF SUPPLYING AESTHETIC NEEDS IN POST-MODERN CULTURE

This paper deals with the means of fulfilling basic aesthetic needs in contemporary culture; i.e., in the culture of a post-industrial consumer society.

During intense industrialisation (which results in the destruction of the aesthetic value in nature and is responsible for the ugliness of industrial cities, in general), contact with works of high art supplied the major means to fulfill the 'sophisticated' man's basic needs. Such art, in discovering and embodying the

beauty of nature and man, was the main source of positive aesthetic values. In the "post-industrial" period or, simply, our times, art no longer plays such an important role in this respect. Significant changes in art itself and in its environment have led to these developments. On one hand we notice a trend towards de-aestheticisation of art, which is most pronounced in avant-garde; and on the other, there is a pronounced tendency towards the aestheticization of everyday life. The latter extends to the environment (both urban and natural), the production of consumer goods, customs and rituals, as well as to all forms of popular culture. Post-modern culture, as both a consumer and hedonist culture, is geared (primarily) towards supplying, intensifying and exploiting man's aesthetic needs. High art is less significant now than heretofore, because it has been surpassed in this respect by the production of consumer goods, fashion and sports events, tourism, and by various activities aimed at developing the fitness and beauty of the human body, as well as by multifarious para-aesthetic and pseudo-aesthetic forms of (mass) popular culture, such as advertisements, fashion shows, stage shows, products of the recording industry, glossy magazines, calendars, view cards, etc. For many people, contact with art works is no longer the major form of satisfying one's basic aesthetic needs.

Besedilo je posvečeno hipotezi, ki se glasi, da je sprememba glavnih oblik in sredstev zadovoljive človekovih osnovnih estetskih potreb ena izmed lastnosti sodobne kulture, se pravi postmodernistične kulture. Čeprav naslov vsebuje pojem "postmoderna kultura", pa ta tekst ne bo še en prispevek k razvlečeni diskusiji o postmodernizmu in postmodernosti. Moja uporaba omenjenega pojma sledi Fredericu Jamesonu, ki opisuje nov tip družbe, ki se je razvila po drugi svetovni vojni in ki je "opisana na različne načine, kot npr.: postindustrijska družba, multinacionalni kapitalizem, potrošniška družba itd." (Jameson, str. 124).

Kljub kulturnim in individualnim razlikam ter zgodovinski spremenljivosti estetskih potreb in metod njihovega zadovoljevanja so te potrebe ena izmed najbolj temeljnih in univerzalnih človekovih potreb. Kljub razlikam in variabilnosti estetske občutljivosti, estetskega okusa (občutka za lepo) in estetskih nagnjenj pa lahko v vseh kulturah opazimo zahtevo po lepem, oziroma željo po polepšanju izgleda neposrednega okolja in objektov vsakdanje rabe. Richard Shusterman ima prav, ko trdi, da v nasprotju z umetnostjo "lepota (pa naj bo karkoli že) tako močno privlači človeštvo, da je to že povsem zadostno opravičilo, ki ne potrebuje nobenih apologetov" (Shusterman, str. 139).

Različnost in spremenljivost estetskih nagnjenj in izbir spremlja veliko število oblik ter vrst lepote, kar onemogoča možnost poskusa determinacije univerzalnega in nespremenljivega kanona oziroma kriterijev lepote. Lahko bi trdili, da so človekove najosnovnejše (elementarne in esencialne) potrebe zadovoljene v stiku z različnimi oblikami lepote (kakorkoli že določena doba in kultura razumeta lepo) ter na osnovi pozitivnih estetskih vrednot. Zavedno uživanje v čistem in naravnem (neumetniškem) grdem (karkoli že razumemo kot grdo) in v negativnih estetskih vrednotah ponavadi pripisujemo perverzности in deformaciji naravnih estetskih nagnjenj. Vprašanja estetske zadovoljive, ki nam jo nudijo umetniška dela, je seveda precej bolj zapleteno, kajti umetnost, kot pravilno ugotavlja Max Scheller, "ni samo aktualizacija pozitivnih, temveč tudi negativnih estetskih vrednot" (M. Scheller, str. 450). Vidimo lahko, kako je

neoklasični koncept umetnosti ustvarjanja lepih predmetov prevelika omejitev za večino umetniških trendov. Kljub temu pa je bila umetnost skozi stoletja eden izmed primarnih virov pozitivne estetske zadovoljitve, stik z umetniškimi deli je bil za mnoge glavna oblika zadovoljitve njihovih estetskih potreb.

Danes v obdobju postmodernizma pa umetnost v odnosu do estetskih vrednot ne igra več tako pomembne vloge. Razlog za takšno stanje lahko iščemo v temeljnih spremembah tako znotraj kot zunaj umetnosti. Na eni strani tendenca k deestetizaciji (najbolj vidna v avantgardni umetniški aktivnosti) postaja dejstvo - prvi del mojega teksta je posvečen označitvi tega fenomena. Po drugi strani pa lahko opazamo naraščanje estetizacije vsakdanjega življenja, to pa je problem, ki ga bom predstavil v drugem delu besedila. Oba fenomena sta reflektirana ne samo v sodobni filozofiji umetnosti, temveč sočasno tudi znotraj postmodernistične etike, ki razglša nujnost estetskega življenja.

Današnja umetniška avantgarda postavlja pod vprašaj pojmovanje estetske narave umetnosti in vsa njena osnovna oporišča, kot so kreativni proces, umetniški predmet in proces recepcije umetniškega predmeta.

Izkazalo se je, da lahko kreativni proces zreduciramo na dejanje izbire že obstoječega predmeta. Ta proces pa od tistega "ki izbira" ne zahteva niti kreativnega talenta, niti umetniške izkušnosti. V neoavantgardni umetnosti se krepijo avtomatske teme; metaartistično razmišljanje o bistvu umetnosti, njenih mejah in funkcijah izganja proces kreacije umetniških predmetov in dogodkov. V konceptualni umetnosti postane umetniška ideja najvišji in zadosten element umetnosti - definicija umetnosti postane umetnost.

Ta oblika destrukcije se je razširila tudi na sam umetniški predmet in ga oropala estetskih vrednot. (Nekateri celo verjamejo, da bi umetniški predmet moral biti estetsko nevtralen.) Danes je umetniški predmet lahko brez določene strukture, programatično strukturalno odprt oziroma soustvarjen skupaj s sprejemniki umetnosti. Predmet ni več nujno narejen, zamenja ga lahko človeško telo, del narave ali industrijsko oblikovan objekt, ki mu umetnik, s tem ko ga izbere, podeli status umetniškega objekta. Prav tako se od umetniškega dela ne pričakuje, da bo trajno - lahko je celo absolutno prehodno, minljivo. Konec koncev sam objekt sploh ni potreben - primer je konceptualna umetnost. Kar ostaja pomembno, je umetniška inspiracija - umetnikova ideja, ta pa ne zahteva materializacije. S tem so seveda onemogočene vse oblike estetske percepcije, kajti če je objekt brez estetskih vrednot oziroma če enostavno izgine, potem ne more biti podvržen estetski kontemplaciji. Pojmovanje in praksa umetniške recepcije sta torej v spreminjanju. Veliko umetnikov in teoretikov je mnenja, da umetnost ni več v funkciji estetske kontemplacije; prav nasprotno, njen razlog je v tem, da izžene sprejemnika iz stanja nevtralne kontemplacije. Z močnimi in pogosto neprijetnimi emocijami pritegne njegovo pozornost, ga šokira, mu da misliti, ali pa stimulira njegove kreativne sposobnosti ter ga vpelje v sam proces soustvarjanja. Umetnost (in še posebej konceptualna umetnost) se postopoma spreminja v umetnost idej in igro konceptov, zahteva po intelektualni aktivnosti sprejemnikov pa naglo narašča. Če hočemo danes razumeti določen umetniški namen in pomen, moramo imeti določeno znanje o preteklih in tudi sodobnih umetniških stilih ter načinih.

V postmoderni avantgardni umetnosti se spreminja tudi subjekt percepcije. V tradicionalni umetnosti je subjekt izkušal estetsko ugodje in razmišljal o njem. V postmoderni umetnosti pa lahko opazimo tri tipe subjekta percepcije umetniškega predmeta. Najbolj pogosto je to subjekt, ki razumeva in interpretira to, kar vidi oziroma sliši. Subjekt prav tako lahko izkuša intenzivne, ponavadi šokantne ali neprijetne emocije. In končno, včasih gre za subjekt (npr. v happeningu ali določenih oblikah performancev), ki aktivno soustvarjajo enkratno ter neponovljivo delo, ki izgine (v materialnem smislu)

v trenutku, ko kreativne aktivnosti soustvarjalcev prenehajo. V moderni umetnosti je bil subjekt percepcije ena izmed osnovnih komponent estetske situacije (situacije: ustvarjalec - objekt estetske vrednosti - sprejemnik), v postmoderne umetnosti se subjekt pogosto zaplete v intelektualno situacijo ali emocionalno interakcijo. V tej situaciji pa ni več estetska izkušnja tista, ki je najbolj pomembna; njeno mesto zasedata interpretacija in emocionalni šok. Intelektualno ugodje ali negativna emocionalna izkušnja tako izrineta estetsko ugodje estetske situacije.

Ni slučaj, da postmoderno umetnost spremljajo teorije, ki se ne usmerjajo na estetske vrednote, temveč na kognitivne, komunikativne, ideološke (filozofske) vrednote (N. Goodman, A. Danto, U. Eco, J. Lotman, J. Kmita), oziroma na vprašanja razumevanja in interpretacije umetniškega dela (razne različice hermenevtike in teorije interpretacije).

Seveda pa novo situacijo in vlogo subjekta percepcije ni mogoče aplicirati enako na vse umetniške discipline. Stanje subjekta percepcije se v postmoderne arhitekturi, komercialni umetnosti (z industrijo ali vsakdanjim življenjem povezano umetnostjo) oziroma v oblikovanju ni bistveno spremenilo. Še vedno obstaja tradicionalna umetnost, ki omogoča sprejemnikom avtentično estetsko ugodje. Torej je zgolj sodobna visoka umetnost tista, ki je izgubila funkcijo osnovne estetske izkušnje. Z vsem tem pa seveda v ljudeh ni prenehala zahteva po estetskih potrebah. Zato ima Shusterman prav, da je "estetska izkušnja globoka in naravna človekova potreba in če je ta inhibirana znotraj prostora visoke umetnosti, bo iskala zadovoljitev kje drugje" (Shusterman, str. 160).

Toda estetske potrebe sodobnega človeka so izpolnjene prav tako učinkovito, kot so bile v preteklosti. Postmoderna kultura), kot kultura potrošniške družbe je hedonistično usmerjena in ne zanemari človekovih estetskih potreb. Ne samo da jih poskuša zadovoljiti, temveč jih tudi neprestano intenzivira, razvija in izkorišča. V razvitih deželah je estetska potreba postala tisto, kar spodbuja povečanje potrošnje in zato ni nič manj pomembna kot zadovoljevanje vsakdanjih potreb. Znano je, da se ekonomija (tako produktivna kot prodajna) ne more razvijati brez povečane potrošnje, oziroma padeč potrošnje vodi v stagnacijo ali ekonomsko krizo. Nujno je, da ljudje konzumirajo čim več in to ne glede na dejstvo, da so njihove biološke in ekonomske potrebe že zelo dolgo zadovoljene.

Zato reklame, moda in industrijski dizajn igrajo v potrošniških družbah tako pomembno vlogo. Ni dovolj da so obleka, dom, pohištvo, avtomobil, prehrana ... ugodni, uporabni, funkcionalni, tehnološko efektni, hranljivi in zdravi, hkrati morajo biti tudi modni in lepi, to je lepo oblikovani ter izdelani, v lepi embalaži, lepo razstavljeni in učinkovito estetsko reklamirani. Opravititi imamo s sistematično in intenzivno estetizacijo vsakdanjega življenja, ki neposredno vpliva tudi na naše okolje (hiše, vrtove...), produkcijo in distribucijo blagovnih dobrin, slavja in rituale, načine uporabe prostega časa in celo na samo telo.

V hedonistično usmerjeni družbi, katere člani imajo dovolj prostega časa in denarja za zadovoljitev svojih osebnih potreb, igra turizem, ki med drugim poskuša zadovoljiti tudi estetske potrebe, pomembno vlogo. Turizem je postal neznansko obsežen posel, ki na osnovi sugestivne propagande vlaga v svoj razvoj. Ta propaganda namreč sugerira, da je lahko določena oblika porabe prostega časa hkrati vir intenzivne estetske izkušnje. Kot turisti lahko osebno in na neposreden način izkušamo najlepše produkte človeka in narave.

Razne ekološke organizacije in zelene stranke, ki razglašajo vrednost narave, se ne borijo samo za ohranitev narave in njene lepote, temveč obenem želijo, da bi ljudje spoznali pomembnost neposrednega stika z naravo. Čeprav sta motiva turizma in ekoloških gibanj (v odnosu do tega, kar nas tu zanima) različna, pa imata podobne posledice -

oba vplivata na razvoj in povečanje zunajumetniških oblik ter metod zadovoljevanja človekovih estetskih potreb.

V potrošniški družbi obstajata dve obliki kulturne aktivnosti, ki sta obe ekonomsko zelo uspešni, ker izkoriščata ter zadovoljujeta človekove estetske potrebe.

Prva oblika so športni dogodki (delo profesionalcev potrošnikov) in ti dogodki imajo (vsaj v nekaterih manifestacijah) avtentično estetsko vrednost. Tu ne mislim samo na mejne fenomene med umetnostjo in športom, kot so umetniška gimnastika in ume-tnostno drsanje, temveč tudi na skupinske oblike športa, kot so košarka (še posebno oblika nacionalne košarkarske zveze) ali odbojka.

Drugi fenomen, ki je značilen za sodobno kulturo, so oblike kulturne in ekonom-ke aktivnosti, povezane s kultom lepote človeškega telesa. Sem spadajo npr. lepotna tekmovanja za ženske (samske in poročene), moške in mladoletnike. Tekmovanja za otroke, organizirana na različnih ravneh od lokalne občine do "univerzuma", so postala izredno popularna. Njihovi organizatorji pa ne pozabljajo na tiste, ki ne morejo sodelo-vati na takšnih prireditvah. Zato so se poleg razvijajoče se kozmetične industrije poja-vile še različne kvazi estetske oblike (acrobika), kvazi atletske oblike (body building), kvazi zdravstvene oblike (nekaj oblik plastične kirurgije in zobozdravništva) in razne druge oblike aktivnega oblikovanja in olepšanja človekovega telesa.

Dejstvo, da se znotraj intelektualne zahteve visoke umetnosti zmanjšuje vloga zadovoljevanja človekovih estetskih potreb, pa ne pomeni, da smo se odrekli vsem umetniškim sredstvom, ki lahko zadovoljujejo te potrebe. To obdobje je čas eksplo-zivnega razvoja tako določenih oblik popularne umetnosti, kot kvazi umetniških ali psevdoumetniških (umetnosti podobnih) oblik popularne kulture, kot so komercialna umetnost, modne revije, zabavni programi, produkti pornografske industrije, video programi, ilustrirani koledarji, razglednice ...

Seveda lahko podvomimo v trditev, da so določene oblike popularne umetnosti in kulture sposobne zadovoljiti človekove resnične estetske potrebe, kajti te oblike so navadno naravnane na primitivne estetske potrebe in vulgaren okus. Naši dvomi so samo delno upravičeni. Prvič, na področju estetskih okusov in zahtev je precej več različnosti in demokratičnosti kot to dovoljuje umetniško področje okusov ter zahtev. Nihče nima pravice odločati, katera oblika estetskih zahtev je upravičena in katera ni. Upravičena ni samo sofisticirana in rafinirana, temveč tudi preprostejša estetska po-treba. Drugič, tendence estetike, teorije kulture in estetske vzgoje, ki obsojajo in pre-zirajo popularne in kvazi umetniške produkte masovne kulture, so teoretično napačne (dejstev ne moremo prezreti) in v praksi celo nevarna, kajti z obsojanjem fiksirajo stanje, v katerem se estetska občutljivost mnogih ljudi ne razvija, ker se zadovoljuje na relativno primitivni ravni.

Menim, da ima Shusterman podobno mnenje. "Popularni umetnosti se z njenim izganjanjem iz estetsko spoštovanega in sprejemljivega področja odreka možnost umetniškega varovanja in nadzora, ki bi jo lahko vodila na estetsko bolj zadovoljiv in občutljiv nivo. Ko je na osnovi pritiskov življenja, ki so v glavnem nehumani pritiski ekonomskega profita, deformirana, raste v robustno, tehnično sofisticirano, toda brutalno, surovo senzibilnost" (Shusterman, str. 167-168).

Obe navedeni tendenci (deestetizacija sodobne umetnosti in estetizacija vsak-danjega življenja), ki sta po mojem mnenju vodili v transformacijo temeljnih oblik zadovoljevanja estetskih zahtev, sta reflektirani v sodobni filozofiji in še zlasti v estetiki, etiki in filozofiji kulture).

Za zaključek bi rad na hitro naznačil nekaj primerov te refleksije. Dejstvo, da ambiciozna sodobna umetnost (še zlasti avantgarda) zmanjšuje vlogo zadovoljitve osnovnih človeških potreb, je postalo pomembna tema sodobnih filozofij umetnosti. Vsi

avtorji, ki opažajo, da sodobna umetniška praksa postavlja pod vprašaj univerzalnost pojmovanja estetske narave umetnosti (T. Binkley, N. Carrol, T. J. Diffey, B. Dziemidok in drugi), se hkrati zavedajo dejstva določene spremembe. Verjamem, da je to dejstvo reflektirano tudi v idejah avtorjev, ki, ne da bi se odrekli pojmovanju estetske narave umetnosti, govorijo o prevladi določenih oblik estetskih vrednot sodobne umetnosti, torej vrednot, katerih tradicionalna umetnost ni poznala (ali vsaj ne do te mere). Tu mislim predvsem na filozofe kot so M. Wallis, T. Pawlowski in J. T. Lyotard. Wallis npr. meni, da je "antiestetizacija", ki se jo pripisuje sodobni umetnosti, "antizem" in tako "premik od 'zmernih estetskih vrednot', torej od lepote (v najožjem smislu te besede) in privlačnosti k bolj 'ostrim estetskim vrednotam', k čudnemu, grotesknemu, grozljivemu, vznemirjajočemu, agresivnemu, brutalnemu ali celo ogabnemu in odbojnemu" (Wallis, str. 197). T. Pawlowski je bolj radikalen, ko trdi, da so "pozitivne vrednote: lepota, okras, simetrijo, lucidnost, omejitve, privlačnost ..., ki so prevladovala v pretekli umetnosti, zamenjale negativne vrednote, torej vrednote, katerih učinki so 'agresivni, razjedajoči, šokantni, depresivni in včasih dolgočasni'" (Pawlowski, str. 240). V skladu z idejami Pawlowskega negativne vrednote ne označujejo izgubo vrednot, temveč drugačno obliko vrednot, ki izrinjajo prejšnje. Tretji teoretik te skupine je znan filozof in teoretik postmodernizma Lyotard. Lyotard pravilno opaža, da razne oblike lepote ne igrajo več tako pomembne vloge kot včasih. Lyotard predlaga po mojem mnenju sporno tezo, da je sublimno glavna in univerzalna estetska vrednota sodobne umetnosti. Tudi če Lyotardovo hipotezo razumemo v najširšem smislu, pa je še vedno ne moremo podpreti znotraj sodobne umetniške prakse, čeprav to hipotezo podpirajo številni teoretiki in jo poskušajo interpretirati prav v smeri, kjer bi lahko bila dokazana. Na žalost pa ni nujno, da je vse, kar ni lepo, zato sublimno. Umetnost, označena kot "postmoderna", je precej bolj pluralistična in prav v tem je njen šarm. Zato se strinjam z mislijo Heinza Paetzolda, da "Lyotard prehitro izpelje zaključek, da sedaj, v moderni in postmodernej dobi, ko lepota ne more več funkcionirati kot ključni koncept, sublimno zavzema osrednjo pozicijo" (Paetzold, str. 25).

Nevarno je trditi, da je tendenca estetizacije vsakdanjega življenja prav tako filozofsko reflektirana, kot je to deestetizacija umetnosti znotraj filozofije umetnosti. Lahko trdimo, da so se znotraj postmoderne filozofije pojavila etična pojmovanja, ki se delno skladajo s procesi estetizacije vsakdanjega življenja. Tu mislim predvsem na etične koncepcije dobrega življenja kot estetskega življenja. Takšne ideje podpirajo R. Rorty in R. Shusterman. Rorty nakazuje potrebo estetskega življenja kot privatne popolnosti in samokreacije. To je skrajno individualistična in intelektualistična ter nedvomno elitistična vizija estetskega življenja. Človeško življenje, ustvarjeno po vzoru umetniškega dela, je v skladu z Rortyem označeno kot radikalna novost, dosežena s stalnim "estetskim iskanjem novih izkušenj in jezika". Samo na ta estetski način in znotraj aspektov, ki jih Rorty imenuje "samoobogatitev" in "samokreacija", lahko obogatimo človeško življenje.

Shusterman sicer sprejema Rortyjevo zahtevo estetizacije etike, hkrati pa meni, da je določena vizija te estetizacije preveč ozka in nerealistična. V skladu s Shustermanom, Rortyjevo absolutistično pojmovanje novega kot najvišjega kriterija temelji na napačnem razumevanju estetike in umetniške kreativnosti in je obenem preveč individualistično (ne premisli socialnih determinant privatne etike) in skrajno elitistično. Shusterman (inspiriran med drugim z delom G. E. Moora, Foucaulta in B. Williamsona) predlaga bolj pluralistično vizijo estetskega življenja in tako vizijo, ki ni sprejemljiva samo za intelektualce. Shustermanovo pojmovanje ni zreducirano na stalno samo-kreacijo in je usmerjeno h kontemplaciji lepote - lepote narave, umetnosti in človeškega telesa. Shustermanovo pojmovanje, ki temelji na bolj tradicionalnem razumevanju

estetskega življenja in na nekaterih njegovih hedonističnih pogledih, je bolj pluralistično, manj enostransko in zato bolj realistično ter izvedljivo v življenju povprečnega človeka.

Zato menim, da tako v odnosu do tendenc sodobne estetske prakse in vsakdanjega življenja (na hitro označenih v tem tekstu), kot v odnosu do z njimi skladnih omenjenih filozofskih pojmovanj zasluži teza o spremembah glavnih oblik zadovoljevanja človeških potreb (formuliranih na začetku tega teksta) pozornost in nadaljnje raziskovanje.

BIBLIOGRAFIJA

- Binkley, T., "Piece: Contra Aesthetics", *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, zv. 35 (1977), str. 265-77.
- Carroll, N., "Beauty and the Genealogy of Art Theory". *The Philosophical Forum*, zv. XXII št. 4 /Summer 1991/ str. 307-334.
- Diffey, T. J., *The Republic of Art and Other Essays*. New York: Peter Lang, 1991.
- Dziemidok, B., "Controversy about Aesthetic Nature of Art", *British Journal of Aesthetics*, zv. 28, št. 1 /Winter 1988/, str. 1-17.
- Jameson, F., "Postmodernism and Consumer Society", v: H. Foster /ur./ *The Anti-Aesthetics*. Essays on Postmodern Culture, Port Townsend and Washington: Bay Press, 1968, str. 111-125
- Lyotard, J. F., *The Postmodern Condition*, Manchester Univ. Press, 1984.
- Paetzold, H., *The Discourse of the Postmodern and the Discourse of the Avant-Garde*. Maastricht: Jan van Eyck Akademie, 1994.
- Pawlowski, T., *Wartości estetyczne*, Varšava, 1987.
- Rorty, R., "Freud and Moral Reflection", v: J. H. Smith and W. Kerrigan /ur./ *Pragmatism's Freud: The Moral Disposition of Psychoanalysis*, Baltimore. J. Hopkins Univ. Press, 1986, str. 1-27.
- Rorty, R., *Contingency, Irony and Solidarity*. Cambridge Univ. Press, 1989.
- Scheller, M., "Metafizyka i sztuka", v: *Pisma z antropologii filozoficznej i teorii władzy*, Varšava, 1987.
- Shusterman, R., *Pragmatist Aesthetics. Living Beauty Rethinking Art*. Oxford: Blackwell, 1992.
- Wallis, M., "The Change in Art and the Changes in Aesthetics", v: *Proceedings of the VIIIth International Congress of Aesthetics 1992*, Bukarešta, 1976, str. 195-197.

Prevedla Mojca Oblak