

Vaje v ameriškem slogu

Blaž Kosovel

Ena izmed presenetljivih zadev, ki jih nemara vsakdo opazi ob obisku ZDA, je neverjetna prijaznost ljudi. In čeprav New York velja za najbolj neprijazno izmed vseh ameriških mest (razlog za to ni izjemno veliko število ljudi, nakopičenih na enem mestu, temveč turisti, ki se ne znajo obnašati veliki množici primerno), so ljudje tu še vedno bolj prijazni kot na primer v Novi Gorici ali v Ljubljani.

How are you?

Vse skupaj se začne pri pozdravu »How are you?« oziroma »Kako si?«, ki ga uporabljajo prodajalci v trgovinah, natakarji v gostilnah in barih, pa tudi naključni mimoidoči. Vprašanje seveda ni tuje govorniku slovenskega jezika, je pa tuje kot pozdrav neznanca, kot neposredno vprašanje tujca o počutju sogovornika. Ravno zato me je vprašanje pustilo zmedenega tudi po tem, ko sem ga slišal že nešteto krat. Moj mittellevropski duh je tudi stotič še vedno premišljeval, kaj globokega naj odvrne na te besede, zaradi česar sem vprašanje največkrat enostavno ignoriral v smislu, da pač nisem ničesar odvrnil. Seveda nisem bil prvi s takšnimi dilemami. Velikokrat sem že slišal in bral o ljudeh s podobnimi izkušnjami iz dežele čez lužo. Po drugi strani pa tudi Američani radi delijo svoje izkušnje iz Nemčije, kjer so jim začeli sogovorniki dejansko razlagati svoje počutje. Takšne zgodbe predstavijo v smislu, češ, kako je bilo zabavno, da so vprašanje vzeli dobesedno. Sam nisem v tem seveda videl ničesar zabavnega, saj sem imel tudi jaz enak problem, le da sem se zadržal in nisem začel pripovedovati svojih tegob. Poleg »How are you?« je drugi najpopularnejši pozdrav »How is it going?« oziroma »Kako gre?«. Težava, s katero se srečamo, je podobna.

Spletni slovar *Urban Dictionary*, ki razlaga zadnje trende v izražanju, se zaveda težave, ki jo prinaša takšen način komuniciranja. Pozdrav »How are you?« namreč opiše takole: »Najbolj bedno (*the lamest*) retorično vprašanje v angleškem jeziku. Zahteva odgovor 'Fine' ne glede na to, kako se počutiš ali čemu začeniš pogovor. Vaja za ustnice in jezik. Umiral sem za rakom in moral sem iti k zdravniku. Vprašal me je: 'How are you?'« Skratka, kar nas pusti brez besed, je nerazumevanje, da je »How are you?« le pozdrav, retorično vprašanje, ki ne zahteva odgo-

vora o dejanskem počutju, temveč je le besedna zveza, kjer je edini možni in s tem »pravilni« odgovor »Fine«, »Dobro«. Vprašanje torej zaseda mesto, kjer se v slovenščini nahajajo »Dober dan«, »Pozdravljeni« ali »Zdravo«. V slovenščini (in v mnogih drugih jezikih) s pozdravom torej zaželimo zdravja in blagoslavljam dan. Ukvarjamo se torej s postavitvijo, v kateri se dogaja srečanje. Dan naj bo dober, sogovornik naj bo zdrav. Prav tako nazdravimo s kozarci, torej spijemo na zdravje, ko kdo kihne, mu prav tako želimo zdravja, še celo naša himna je zdravljica. Angleščina takšne obsedenosti z zdravjem ne pozna. Oni ne nazdravljajo s kozarci, temveč jih sprazijo (*toast*), »*Good health!*« kot fraza sploh ne obstaja, prav tako pa kot pozdrav ne obstaja besedna zveza »*Good day*«. Američanom je vzpostavljanje scene popolnoma tuje. Oni udarijo neposredno na počutje sogovornika. Scena je torej že vzpostavljena, in sicer scena svobode možnosti in priložnosti. Vprašanje pri srečanju je zato le še vprašanje, kako se sogovornik počuti v tej svobodi. Gre torej za veselje nad samim pozdravljanjem, nad srečanjem dveh svobodnih posameznikov, dveh svobod neomejenih možnosti in zmožnosti. Ta stik pa je tako močan, da se pozdravljanje lahko nadaljuje s ponovnim vprašanjem »How are you?«, ki ga ogovorjeni vrne nazaj, čemur sledi novi »Fine«, nakar prvi sogovornik znova vpraša nekaj v smislu, kako je danes fajn, drugi pa mu odgovori, da je »Great«, in nato sledi novo vprašanje, zopet povezano z izjemnim občutjem tega edinstvenega trenutka življenja v najboljšem izmed možnih svetov, poleg tega pa še v najboljšem izmed možnih krajev. Nekateri Newyorčani so me opomnili, da lahko njihovi sonarodnjaki z osrednjega dela celine (*Midwest*) s tem nadaljujejo še mnogo dalje – toliko časa pa v New Yorku vseeno ni na razpolago. In kako bi odgovorili, če bi jim odvrnil, da nisem *fine*? Enako, le malce počasneje.

Vsi ti superlativi, ki jih Američani uporabljajo za označevanje svoje vznesenosti, nas lahko zmedejo, ker v njih začutimo brezmejnost večnosti. A dejansko je stanje ravno nasprotno. Vsa ta občutja so zelo kratkoročna – označujejo namreč le vznesenost tistega točno določenega trenutka. Ne gre za nekaj, na čemer bi večina ljudi lahko karkoli gradila. Navdušenje ne predpostavlja, da se bomo družili ali se sploh še kdaj srečali, čeprav smo

si izmenjali številke in načrtovali, kaj vse bomo skupaj počeli. Vse je namreč vezano na tisti točno določeni trenutek srečanja, na tisti trenutek veselja, ki si ga lahko delita dva posameznika. Ravno zato lahko takšno navdušenje dojamemo kot zlagano, pri tem pa ravno spregledano, da je v tistem specifičnem trenutku naš sogovornik dejansko z vsem srcem verjel temu, kar je govoril; hkrati pa je naslednji trenutek prav tako hitro vse to tudi pozabil ali pa obdržal v spominu kot izjemno srečanje, kjer so vsi bodoči plani le retorična figura za izražanje trenutne vznesenosti.

It's awesome

Ko po New Yorku srečuješ (mlade) Američane, ti skorajda vedno odgovorijo, da je to »*awesome*«, fantastično, izjemno. In to ne glede na to, o čem je govora. »*Oh, it's awesome*,« se lahko nanaša dobesedno na karkoli. Primer pogovora:

»*Where are you from?*«

»*Slovenia.*«

»*Oh, it's awesome.*«

Kaj torej želi prvi sogovornik izraziti z besedo *awesome*? Lahko jo izreče zato, ker pozna nekoga iz Slovenije, lahko zato, ker je nekoč bil tam, večinoma pa zato, ker ni spoznal še nikogar od tam in/ali ker še nikoli ni slišal za to državo. Ne glede na okoliščine, vse je lahko *awesome*.

Nemara najboljši slovenski približek temu »*awesome*« je slengovska uporaba besede »zakon«. Na primer: »Ej, stari, to je zakon!«, »Imeli smo se ful zakon!«, »Zakon plašč«. Ameriški superlativ za vse dobro izhaja iz registra čutov, čustev in občutenja, v končni fazi občutenja in navdušenja nad srečanjem še enega *awesome* individualca. Skratka, srečanje dveh *awesome* ljudi lahko povzroči le veliko *awesome* reakcijo. Prav tako tu tudi ni diskriminacije: *awesome* je lahko vsakdo zaradi česarkoli. Po drugi strani pa slovenski superlativ izhaja iz sfere prava, torej ravno iz tistega področja, ki se ga v Sloveniji večina ne trudimo spoštovati. Pravo pa je področje abstraktnega in skupnega, nikakor pa ne individualnega občutenja. Ravno tako kot pri uvodnem pozdravu »Dober dan« gre tudi tu za izražanje navdušenja nad vzpostavitvijo scene. Le da se tokrat vzpostavlja celotna infrastruktura medosebnih odnosov. Bistvo zakonov je namreč ravno v tem, da racionalno ubesedijo prave in neprave odnose. (S tem seveda ne želim reči, da so vsi zakoni dejansko racionalni glede na odnose, ampak da je to njihovo bistvo.) Mogoče gre tu za neko skrito željo po veljavnosti zakonov, pri čemer zakone vzamemo nase tako, da vse, kar smatramo za

presežek, postavimo na višino zakona. A zadeva se takoj obrne v svoje nasprotje: kar naenkrat je namreč vse zakon, vsakdo ima lastne zakone, skupnega zakona pa od nikoder.

V slovenščini torej označujemo presežek z nečim abstraktnim, racionalnim, zunanjim. Po drugi strani pa v deželi, obsedeni s pravom, v deželi, kjer je vrhovno sodišče ena najbolj spoštovanih institucij, ki lahko celo odloči volitve predsednika, v tej zvezi svobodnih držav, kjer imajo naravnost religiozen odnos do svoje ustave (zaradi česar je ne spreminjajo, temveč ji le dodajajo amandmaje, da ne bi slučajno posegli vanjo in s tem oskrunili to sveto besedilo), jim ne pade na misel, da bi uporabljali pravno izrazje za opisovanje svoje navdušenosti nad svetom okoli sebe. Čeprav je zakon skupen vsem, ga Američani ne razumejo kot nekaj, kar bi lahko individualizirali za potrebe izražanja popolnoma osebnih pogledov vseh teh svobodnih posameznikov, ki si ga delijo. To lahko dosežejo le čustva in čuti. Ravno zato so Američani še bolj kot s pravom obsedeni z zadevo, ki je popolnoma nasprotna pravu – s čustvi in čutenjem. Reči, da so Američani obsedeni s čustvi, je premalo: oni dejansko mislijo s čustvi. Mišljenje tu namreč ni razumljeno kot oblikovanje nekega skupnega prostora duha, ki omogoča akumulacijo in rast, saj svobodni individualci tega enostavno ne prenesejo, če se želijo ohraniti kot svobodni. Vsaka skupna izkušnja je lahko zato le izkušnja svobode, izkušnja strahu pred izgubo svobode ali potreba po osvobajanju nekoga ali nečesa, kar razumejo kot nesvobodno. Prav zato je mišljenje veliko bolj prepleteno s čutenjem, kot si lahko to predstavljamo mi, Evropejci. To lahko enostavno ponazorim s primerom iz vsakdanjega pogovora. Če te nekdo vpraša »*How do you feel about this place?*«, tega ne smemo prevedsti kot »Kako čutiš ta prostor?«, temveč kot »Kaj meniš o tem prostoru?«. »*How do you feel?*« je namreč vprašanje, ki poleg registra čutenja odpira tudi register mišljenja. Gre za mišljenje s čuti – vendar brez globokih strasti. Vse to neznansko občutje presežka, to neznansko vzhičenost je namreč dejansko le vzbujenost, ki nima v sebi ničesar globljega ali, bolje rečeno – strukturiranega. Kot rečeno, beseda *awesome* označuje silen občutek občudovanja, skorajda vznesenosti. A tako kot naša nenehna uporaba besede »zakon« za označevanje presežkov sam zakon razvrednoti (in ga s tem postavi na mesto, kjer tudi dejansko stoji v glavah ljudi), tako tudi ameriška uporaba besede *awesome* privede v izgubo pomena izjemnosti. Tako kot to, da je nekaj zakon, ne pomeni, da bo ta zadeva tudi dejansko postala temelj naše skupnosti, tudi vsi ti občutki vznesenosti niso tako globoki in vzneseni, da bi lahko



trajali in postali obstojni; bolj so podobni konceptu facebook prijateljstva. Vzneseni presežek pojma »awesome« je torej vreden toliko kot želja izvedeti dejanski odgovor na vprašanje-pozdrav »How are you?«.

Ko pa želijo Američani povedati, da jim je nekaj zares *awesome*, da je nekaj zares izjemnega in fantastičnega, ne uporabijo besede *awesome*, temveč njene sopomenke, na primer *fantastic* ali pa *amazing*. Vseeno pa tudi to ne zagotavlja dolgoročnosti občutenja, temveč le navdušenje, ki presega navdušenje nad enostavnim dejstvom srečanja.

Ne beautiful, temveč fantastic

Nakazano bom razložil na primeru umetnosti. Lahko bi za primer vzeli predel Chelsea ali East Village, vendar bomo zavoljo aktualnosti šli v Williamsburg, predel v Brooklynu vzdolž East River, ki med drugim nudi enega najlepših razgledov na Manhattan (zaenkrat je še izven radarja turističnih avtobusov). To je predel, zaradi katerega je Brooklyn postal *cool*, prestolnica vsega, kar je *hip* in s tem tudi glavno središče hipsterjev. Vse je *cool*, vse je *hip*, vse je *trendy*. Predel je v manj kot dvajsetih

letih doživel izjemno spremembo. Revna delavska četrt, kjer v nekaterih stavbah še v devetdesetih letih niso imeli tekoče vode, je na začetku tisočletja z nizkimi najemninami in veliko prostora privabil umetnike in ostale »originalne« hipsterje, ki so do danes večinoma že zapustili predel v iskanju cenejše alternative drugod po Brooklynu; s svojim delovanjem so namreč drastično dvignili vrednost nepremičnin, tako da se zdaj vanje selijo finančniki z Wall Streeta, še zlasti pa vsi današnji mo(n) d(e)ni hipsterji, ki so večinoma privilegirani in premožni belopolti Američani iz vseh predmestij, ki jih ponuja ta kontinent. In kateri je najbolj pogosti poklic vseh teh hipsterjev? Grafični oblikovalec. In kaj še počnejo? Tako ali drugače ustvarjajo. Ali igrajo ali rišejo ali kaj tretjega. Večinoma imamo torej opravka z umetniki ali, bolje rečeno – z artistami. Seveda gre tu za samooklicane umetnike, ki se trudijo sami sebe drugim prodati kot umetnike, medtem pa delajo kot natakarji v barih in restavracijah. Takšen je tudi Kolumbijec, ki mi je pomagal pri razumevanju newyorških koordinat umetnosti, saj se je moral tudi sam, kot tujec, šele navaditi lokalnih običajev in načina izražanja. Tudi sam je v New York prišel kot grafični oblikovalec,

a mu je oblikovanje po nekaj letih začelo presedati; hotel je postati umetnik, da bi lahko ustvarjal onkraj zahtev neposrednih naročnikov. Ko se je naveličal biti dizajner in želel postati *artist*, je moral začeti svojo umetnost tudi predstavljati. Kot se za človeka, vzgojenega v katoliški morali, spodobi, je o svojih umetniških delih sprva govoril kot o nečem, kar je *beautiful*, torej kot o nečem, kar je presojal kot lepo. Napačno.

Zelo hitro je ugotovil, da so lokalni običaji drugačni. Njegov agent ga je namreč opomnil – oziroma, točneje, opozoril – da beseda *beautiful* nikakor ni primerna za opisovanje umetniških del, saj bi s tem prišlo do nerazumevanja. Primerna beseda naj bi bila *fantastic*. Umetniškega dela torej ne smemo opisovati v kategorijah, ki se nanašajo na samo umetnost, temveč v kategorijah, ki se nanašajo na naš odnos do umetnosti. Premik od lepote do koncepta je sicer ena večjih revolucij moderne umetnosti in ni torej nekaj specifično newyorškega. Gre za nekaj drugega.

V izrazu *fantastic* nimamo lepote, imamo pa estetiko. Pojem estetike je nastal šele v 18. stoletju, da bi z njim označili znanost čutne izkušnje, lepota pa je predstavljala najpopolnejšo obliko takšne izkušnje. Ta pomen je še vedno ohranjen: ko rečemo, da je nekaj estetsko, s tem hočemo dejansko povedati, da nam to ugaja, da pa hkrati ni nekaj, nad čemer bi bili vznidženi. Ob tem velja poudariti, da za estetske večinoma veljajo izdelani predmeti.

Ne spomnim se, da bi kdo opisal naravo kot estetsko. Narava je lepa. Prav tako so predmoderna umetniška dela lahko lepa. Po drugi strani pa so potrošniški predmeti prej estetski kot lepi, saj (večinoma) nimajo tiste globine, ki bi omogočala izkušnjo sublimnega. In prav v tem pomenu merim na razliko med lepoto in estetiko ter, posledično, med umetnostjo in dizajnom. Dizajn se namreč trudi biti estetski, ne pa lep.

Pri tako ogromnem številu dizajnerjev, ki se trudijo uspjeti v New Yorku kot umetniki, ni nič čudnega, da je vsa ta umetnost, ves ta *art*, dejansko *design*. *Design*, osvobojen svoje uporabne funkcije. Ni torej revija, ni knjiga, ni poster, ni spletna stran, temveč je *artwork*. Vendar ne *artwork*, narejen za vse večne čase, temveč *artwork* kot potrošni(ški) izdelek. Takšen *artwork* sicer ni več v službi oblikovanja vsebine za naročnika, a je narejen za takojšnjo prodajo na izjemno nasičenem *artmarketu*. Vsaka razstava ima jasno označene cene umetniških eksponatov in če jih umetnik ne proda dovolj na otvoritvi, je to razumljeno kot polom.

Estetika brez lepote

Vsa ta estetska dizajnerska umetnost pa ima v ozadju eno osebo, ki je še 26 let po svoji smrti alfa in omega newyorške umetniške scene. Andy Warhol. Tako ali drugače ga lahko vidimo povsod. Dejansko povsod. Čeprav gre za na prvi pogled popolnoma drugačne umetniške izraze, je v njih nekje skorajda vedno mogoče začutiti Warholovo ploskovitost. New York je proizvedel na stotine in tisoče novih umetnikov, vsi se čuti-jo izjemno originalne in samosvoje, hkrati pa je večina še vedno zadovoljna, da so pod Warholovo senco. Za mesto, kjer se vse tako hitro spreminja, je ta Warholova zapuščina malce nenavadna. A nenavadna je le, če na zadevo gledamo s pozicije umetnosti, če pa na vse skupaj pogledamo s stališča dizajna, je zadeva popolnoma drugačna. Warhol je namreč umetnost spremenil v *design*, v površino, ki jo estetsko obdelujemo za različne cilje. Če torej pogledamo na zadevo iz tiste »prave« newyorške perspektive, ne gre tu za nikakršno senco, temveč za premik na drugo stran, v svetlobo – ki je v končni fazi ravno svetloba, ki jo meče žaromet petnajst minut slave. Gre namreč za osvoboditev od filozofskih globin, ki jih je imela lepota, v izjemno svobodo površine, ki jo daje estetika. Estetika brez lepote kot kava brez kofeina ali pivo brez alkohola?

»Kajti lepota je strašnega ravno še znosni začetek in ljubimo jo, ker se ji ne zdi vredno, da bi nas pokončala,« je zapisal Rilke po svojem usodnem sprehodu po devinski pečini. A devinska pečina je daleč proč od peščenih obal New Yorka in z njo tudi celotna romantična srednjeevropska predstava umetnosti. (Pri tem je seveda naravnost ironično, da sta Warholova starša v ZDA emigrirala ravno iz Avstro-Ogrske.) Lepota – kdo pa ima čas zanjo. Zadostuje nam estetika. To je dobesedno novi horizont umetnosti, kjer ni burje, ki bi se zaletavala v morje izpod petdeset metrov visokih skal. Svoboda je v širini, ne v globini. Ravno zato je beseda *fantastic* primernejša za opis takšne umetnosti, saj za lepoto tu ni prostora.

In ravno zato izrazi, kot sta »*How are you doing?*« in »*awesome*«, dejansko niso zlagani, temveč le površinski. Kar pa niti ni preveč čudno, glede na tako veliko število ljudi, ki po New Yorku išče Warholov žaromet slave.

Naj zaključim s citatom Jeana Baudrillarda iz njegovih spominov iz popotovanj po Ameriki, kjer predstavlja razliko med Francozi (oziroma Evropejci nasploh) in Američani: »Mi smo kultura intimnosti, ki proizvaja manire in nagnjenja. Oni imajo demokratično kulturo prostora. Mi smo svobodni v duhu, oni pa v svojih dejanjih.«♦