

sanja roić

moda umjesto kulture ili moda kao kultura

Moda spram kulture: znači li to suprotstaviti trenutno postojanom, lepršavo ozbiljnom, neprovjereno provjerenom, frivolno serioznom, potrošno trajnom?

I sama riječ kultura diči se svojim latinskim porijeklom. *Cultura* je u Rimljana označivala ratarstvo, sjedilački način života spram sakupljačkog, lovačkog. Kasnije, sve do pojave omalovažavajućeg epiteta »masovna«, kultura želi živjeti u posvećenoj, gotovo aristokratskoj domeni.

Moda, međutim, kao da je sinonim za mijenu. Kao da se izruguje, kriomice ali nemilosrdno, čovjekovoj želji i naporu da uhvati nedokučivo, trajanje, vječnost. Moda, naime, tu želju osvjetljuje i s njezine pomalo patetične strane. I pobjednički se drži one da »stalna na tom svijetu...«.

No, i moda i kultura — jedna s užitkom, a druga s prezrivosću — moraju svoje biće mjeriti i na dijakronijskoj osi. Moraju izdržati ispit svoga i budućeg vremena, nadajući se obje podjednako da će biti otrgnute mraku zaborava, čeznući za ponovnim oživljavanjem ili bar djelomičnim revivalom u nekoj budućoj generaciji. Zadržavaju pri tom jedna spram druge — a nisu to uzalud na gotovo svim jezicima »ženska« bića — nekakvu sumnjičavost, laganu ironiju, otpor na najrazličitijim skalama, ali i neku pritaenu, neiskazanu uzajamnu privlačnost i naklonost. Moda i kultura, dakle, žive već stoljećima u nekoj vrsti ambivalentnog odnosa, što bi bilo vrijedno opsežnog interdisciplinarnog istraživanja. U ovom ćemo se tekstu ograničiti na neke nove aspekte odnosa kulture i mode, mode u oblasti odijevanja. Danas se događa da se ta dva ljudska fenomena pokušavaju nenadano zbližiti, i to na prostorima kolijevke današnje moderne građanske kulture, u »sunčanoj i plavoj« Italiji.

Je li to zaista slučajno? Ili se možda moglo predviđati? Ugrožavaju li sada moda i kultura jedna drugu, ili su jedna drugoj potrebne? A ako jesu, kako?

Na sve to pokušava odgovoriti rasprava koja se u susjednoj zemlji vodi o ovim pitanjima: je li modni kreator umjetnik? Donose li novi kreatori (koji sebe nazivaju stilistima) neku novu kulturu? Ili je možda riječ samo o prikrivenoj komercijalnoj operaciji?

Ne može se poreći (a to znaju i oni koji ne prate hirovita modna zbivanja) da je Milano onedavno postao svjetska pozornica mode. No, navest ćemo i jednu pomalo bizarnu analogiju. Slučaj je htio da u Milanu bude prvi put objavljeno — bilo je to 1827. godine — prozno djelo velikog, a po mišljenjima mnogih uz Petrarca i najvećeg, talijanskoga lirskog pjesnika, Giacoma Leopardija »Dijalog Mode i Smrti«. Knjiga, koja je uz ostale sadržavala i ovaj dijalog, imala je

tešku sudbinu, bila je i na indeksu zbog svojih materijalističkih koncepcija¹. Čini se da upravo danas neki od tih dijaloga postaju ponovo izuzetno aktualni. I, premda svako stoljeće ponajčešće sluša samo sebe, glase što ih je samo proizvelo, vrijedi se načas zadržati na Leopardijevu tekstu.

U Leopardijevu su dijalogu i Moda i Smrt prikazane alegorijski, kao dvije dame koje se slučajno sreću. Moda, ironična, prpošna, bez ikakva straha ili praznovjerja, podsjeća taštu gospođu Smrt (koja loše vidi a ne nosi naočale, pa je nije mogla ni prepoznati) da su njih dvije zapravo sestre. Naime, njihova je zajednička majka Prolaznost. Smrt se ni toga ne prisjeća, jer je upravo sjećanje njezin glavni neprijatelj. Ali, memorija je jača strana gospođe Mode, koja sad podsjeća da njih dvije obavljaju i zajednički posao, a to je posao neprekidne obnove svijeta. Pri tom se madam Smrt okomljuje na krv, na ljude, dok druga dama, kako sama kaže, preferira brade, kosu, odjevne predmete, pokućstvo i palače. Ipak i u poslu madame Moda ima stanovite bliskosti s onim što radi njezina sestra: ona je bušila uši i noseve, deformirala oblik glave (na primjer, kod takozvanih makrocefala), sakatila ženske noge pretijesnom obućom, davila ih uskim steznicama i diktirala cvokotanje ili nesnosnu vrućinu, smrzavanje ili vrućicu.

Zamislimo načas i treću sudionicu — Kulturu — koja, doduše, ne sudjeluje u Leopardijevu dijalogu — vjerojatno je udobno smještena u antiknom naslonjaču, s nogama na skupocjenom sagu, otmjena držanja i biranih riječi. Dvije sestre, Moda i Smrt, nastavljaju međutim svoj razgovor u bjesomučnoj trci, jer trka je uvijek njihova opstanka. Gospođa će Moda izložiti još neke ustupke što ih je činila i čini svojoj sestri. Život je sada — kaže ona i misli pri tom na 19. stoljeće — više mrtav nego živ, riječ je u neku ruku o stoljeću smrti. Najbolje bi stoga bilo da se njih dvije združe, i to zauvijek, kako bi se mogle posavjetovati o svakom pojedinačnom slučaju. Posljednju će reći, dakako, madam Smrt, zdušno prihvaćajući sestrinski prijedlog.

Dijalog Giacoma Leopardija, tvorca osobenog misaonog (pesimističkog) sistema, secira nemilosrdno ne samo zbilju njegova vremena, nego i čovjeka uopće. U prošlom su stoljeću, osim susreta dviju »sestara« o kojemu britko piše Leopardi, bili brojni i drugi i drukčiji susreti, susreti koji su napokon doveli do gubitka središnjeg položaja evropskog Zapada u umjetnosti, a posredno i u kulturi. Središnjost je, naime, poljuljana nastupanjem »povijesnih« avangardi, a došlo je, iz poznatog razloga, i do dokidanja središnjosti

germanske *Kultur* u poslijeratnoj Evropi. Bio je to svojevrsan drugi kopernikanski obrat kojim je zanjekano postojanje i samog pojma središnjosti (proces je, naravno, trajao stoljećima, a najbolje ga možemo vidjeti u slikarstvu), i pitanje je je li to destruktivno, ili je tek nova karika prirodnog lanca, izuzimanje od pravila kao nužni moment iracionalnog u racionalnom slijedu, bez kojega bi ovaj potonji bio nemoguć.

Približili smo se trenutku u kojem referentnost, os središnjeg i kulturnog uzora, gubi svoju neprikosnovenu moć, pa možda upravo to nagovještava i recentno prispodobljavanje mode kulturi. No, kako je do toga uopće došlo?

Je li modi zaista do toga da postane kulturna pojava? I kako ona vodi tu svoju borbu? Među djelima u kojima je takozvana »ozbiljna« znanost pokazala interes za fenomen mode izdvojiti ćemo dva koja potječu s kraja šezdesetih godina. Prva je knjiga djelo filozofa Eugena Finka, naslovljeno *Mode — ein verführerisches Spiel* (Moda — zavodljiva igra)², objavljeno 1967. godine. Autor ne krije svoj strah od pristupanja tako delikatnoj temi, strah od »stupanja na tanak led«. Moda ima magičnu moć, a opet je tijesno povezana s pojavom odijevanja kao svjedočanstva ljudske kulture. Polazeći od te premise, Fink razmatra, brani i ističe potrebu čovjeka za modom. Za razliku od Leopardija, za kojega je Moda bila sestra Smrti, čini se da je u Finka ona postala sestra Slobode. On to tumači novom ulogom mode, mode suvremenog svijeta; ona — kako kaže — »proizvodi svoje tvorevine za kultiviranu društvenost, za slobodu oblasti života pošteđene prinude, gdje se ljudi na razne načine jedni s drugima natječu, pokazujući vlastitu moć, pokušaj, duh ili ljepotu, predstavljajući se uzajamno u ulogama, i pri tom dobivaju opsežnu građu za razgovor«. Moda je čovjeku nova mogućnost, mogućnost izražavanja vlastite ličnosti, mašte, kreativnosti. Još je Seneca govorio da naša nutrina valja da se razlikuje od velikog mnoštva, a naša vanjšina treba da mu se prilagodi.

Postignuta je sloboda na planu izražavanja vlastite tjelesnosti, premda je i u prošlim stoljećima (na suptilnije načine, kako neki misle) moda bila saveznicom svake dame kojoj je, kao što je rekla Marija Ebner-Eschenbach, posljednja spisateljica stare Austrije, dopuštala da upada u oči, a da pri tom ne bude pogrešno shvaćena. Licemjerje ili igra? Fink glasa za igru, priznajući ipak da u fenomenu mode cvjeta dvoličnost ljudske egzistencije. Jer, potreba za modom potreba je i za iluzijom, koja je čovjeku isto toliko (a možda i više) važna kao i potreba za istinom. Iluzija koju moda pruža, prema Finku, nalazi se u sugestiji obavi-

¹ Le operette morali (Mala moralna djela), Feltrinelli, Milano 1976, str. 75—78

² Basel-Stuttgart 1969.

jenoj svom svojom čarolijom upravo time što n'je prozirna i očigledna, što zapravo ostaje iluzija da je izvršeni izbor bio samostalan. Bitak je mode zanimljiv vanjski izgled, a njezina »aktivnost« u tome da privlači — da vodi, i, s dopuštenjem svojih adresata, zavodi. Moda u Finkovoj interpretaciji raste pod posve drukčijim nebom, nebom 20. stoljeća koje je proglašava kćerkom Dokolice (Leopardi je znao samo za dosadu!), a uz već spomenutu sestru Slobodu, dodana joj je i druga sestra — Igra. I, postupno, Moda se prestala plašiti posla analitičara, o čemu je, proglašivši je pukom sugestijom, govorio Fink. Suvremni svijet, međutim, znao je isto tako i za druge suptilne sugestije, u oblasti politike, ili odgoja, na primjer, no te sugestije nikako ne bi mogle biti proglašene dijelom rezervata igre. Otvoreno je pitanje, također, koliko je moda, shvaćena kao puka igra, demokratska, koliko pomaže uspostavljanju granica među slojevima ljudi. S druge strane, i onima koji ne poznaju materijalne zadatosti, nedostaje ponekad upravo ono nenadoknadio umijeće razumijevanja u sitnice — kako je ukus definirao Jean-Jacques Rousseau.

Druga znanost koja je zaustavila svoj pogled na bino- mu »moda — Kultura« bila je lingvistika, zapravo semiologija. Godine 1967. Roland Barthes objavljuje svoju knjigu *Système de la Mode*³ u kojoj daje strukturalnu analizu ženskog odijevanja, onako kako ga opisuju modni časopisi. Bio je to rezultat šestogodišnjeg rada u kojem je Barthes razotkrio sistem znakova u modi, usmjerujući je na prvu, ali krajnje ozbiljnu semantičku analizu tih sadržaja, postavljajući pitanje načina na koji ljudi osmišljavaju spoj svoga odijela i svoga jezika. Ta primijenjena semiologija dolazi do pojma odjevnog znaka kao društvenog znaka, pa tako autor, pomno ispitujući sustav mode, dospijeva do razlike između odijela po sebi, kao predmeta, i značenja što mu ga pripisuje svojevrsna društvena mitologija. Upravo ta mitologija djeluje danas kao trgovinski poticaj, budući da kulturna industrija danas djeluje unaprijed, i to vremenu usprkos. Jer, da navedemo opet riječi Marije von Ebner-Eschenbach, »čim je neka moda postala općenita, preživjela je«. U svojoj knjizi Barthes navodi da su Trubetzkij i Bogatirjev bili pioniri semantičkih analiza odijevanja, no kod njih je bila riječ o analizama stvarne odjeće. Barthes se, međutim, opredjeljuje za odijevanje koje »živi« u modnim časopisima, i to zbog metodološke prednosti — prednosti čiste sinkronije, budući da je moda, kako navodi, unutar razdoblja od godine dana apsolutno stabilna, iako se odjednom mijenja svake godine. I još nešto; Barthes proučava opisanu odjeću, a ne njezine figurativne odraze (dakle, verbalni opis, a ne sliku) u francuskim modnim časopisima kao što su *Elle*, *Vogue*, *Jardin des Modes* i *Écho de la Mode*.

U dodatku knjige, pišući o povijesti i dijakroniji mode, Barthes navodi najvažnije studije koje su objavljene iz tih oblasti, nastojeći nekako sintetizirati društveni smisao svoga istraživanja. Odnoseći se strogo i znanstveno prema zavodničkoj moći i svojstvima mode, Barthes na kraju priznaje posve određenu antropološku funkciju mode u društvu — funkciju spone između inteligibilnog i nepredvidljivog, između želje za zajedništvom i želje za izolacijom. To je, naime, avantura bez rizika, kako je definirao jedan socijalni psiholog. Antropološku funkciju mode — ali ne više od toga — toliko zadiranje u oblast ljudskog znanja o modi dopušta Barthes.

Nove mogućnosti recipročnog utjecaja mode i kulture, a ne vječne dominacije kulture (koja je u davna vremena propisivala i strogo određivala odjeću prema društvenim kategorijama), ističe u posljednje vrijeme Amerika. Nedavno je spisateljica Allison Lurie pokušala dokazati valjanost tog binoma. Iz takvih diskusija nastaju i nove, sve brojnije studije o tragovima što ih evropska moda (osobito francuska i talijanska) ostavlja na izgledu i opredjeljenjima Amerikanaca.

Danas modu od kulture dijeli možda tek tanka pregrada. I dok neki za tu bliskost tvrde da je rezultat zbrke suvremenog svijeta, drugi smatraju da će prevladavanje te pregrade biti nužan stupanj u prevladavanju proturječnosti sve složenijeg svijeta današnjice, jer je današnji svijet u prvom redu svijet komunikacija, svijet koji će u toj oblasti znati za sve manji broj barijera.

Spomenuli smo već Italiju, današnju »prijestolnicu mode«, zbog njezinih kreatora, zbog istaknutih imena. No, izvoze li Valentino, Armani, Versace, Basile i Krizia samo modele od tkanine, ili i nešto više od toga, naime kulturne obrasce? Zastupnici potonje teze pozivaju se na povijesno zaleđe, na prošlost likovnih umjetnosti, na velike majstore i njihove forme, na palete boja što su ih navodno asimilirali modni kreatori. Ponovo se želi osvijetliti još jedan, možda neizravan očinsko-sinovski odnos. No, ne bi se moglo reći da su baš svi uvjereni u valjanost paralele Michelangelo-Versace, neki misle da je to tek puki reklamni potez. Za to vrijeme drugi ističu da je moda sastavni dio kulture, već i zbog svoje organske povezanosti s vizuelnom kulturom. No, sporno je pitanje zadovoljava li ona poput mađioničara potrebe koje već postoje, ili samo tankočutno vodi i usmjeruje k određenim oblastima konzumizma. Talijanski su stručnjaci neskromni kad ističu kako je u njihovoj podneblju moda znala iskoristiti kolektivnu kreativnost, težnju da se miješa i spaja, težnju za slobodnim odijevanjem, ne gubeći pri tom osjećaj za mjeru i stanoviti instinktivni pojam klasične elegancije. Takve su izjave ponekad i na granici samohvale, a ne idu u prilog tezi. Jer, ako su to-

novi Armanijevih tkanina i prisposobljivi Rafaelovim nijansama, to u najboljem slučaju tek znači posudbu. A činjenica da u nekoj kolekciji postoje upravo te nijanse ne može još značiti postojanje likovne kulture u svijetu mode. To zapravo znači samo da su talijanski kreatori otkrili novu mogućnost, mogućnost sretnog kombiniranja prošlog sa sadašnjim, koje postiže uspjeh. Uspjeh je rezultat katkad priznate, a češće pritajene čežnje za prošlim vremenima, koja se u povijesnoj perspektivi čine sigurnijima od sadašnjih. Talijanski kreatori govore općeprihvaćenim jezikom — vizuelnim jezikom dizajna, scenografije, jezikom koji oblikuje mala remek-djela, kako ih naziva sveučilišni profesor estetike Gillo Dorfles. Epitet »mala« on ne upotrebljava zbog toga što bi moderne kreacije smatrao dijelom neke manje važne umjetničke oblasti, nego zbog toga što misli da je važno istaknuti njihovo prolazno obilježje. Dorfles, međutim, drži da nije svetogrđe kazati kako je na primjer Giorgio Armani izravni Tizianov potomak, jer danas, prema njegovim riječima, likovne akademije formiraju mnoštvo malih Tiziana, svršenih studenata, koji ne bi bili kadri izmisliti ni najjednostavniji desen za tkaninu, ni prekopirati najjednostavniji model.

Suprotnog je mišljenja povjesničar umjetnosti Giulio Carlo Argan, koji modi odriče bilo kakav položaj u oblasti kulture. On smatra da danas više ne postoji nekadašnja veza između umjetnosti i obrta — i navodi slučaj povezanosti lukeških suknarâ i slikara Pisanello. Odijevanje je, prema njegovu mišljenju, tek ekonomska činjenica, čije je zadiranje u oblast estetike i kulture aleatorno.

No, možda je riječ o novoj dinamici kreativnosti čije razvojne tokove potrošači više nisu kadri pratiti. Semilog Umberto Eco dolazi čak dotle da predlaže novu estetiku. Sve ono što se proizvodi, da tako kažemo, serijski — smatra on — nije bezvrijedno, a ni sve ono što je originalno ne pripada sferi umjetnosti, pa time i kulture. U prilog novoj estetici Eco navodi tradicionalno postojanje obrazaca u kulturi. Još je Aristotelova »Poetika« navodila unaprijed zadanu shemu antičke tragedije, a mnogo stoljeća kasnije klasificirao je Vladimir Propp narativne funkcije (također obrasce) ruskih bajki. Isto tako, njujorški je »Museum of Modern Art«, na primjer, izložio model pišaćeg stroja »Olivetti« kao da je riječ o originalnoj skulpturi. Dakako, niz, uzorni obrazac, shema, pa i samo ponavljanje, ispunjavali su od davnina neporecivu čovjekovu potrebu za realizacijom očekivanog, koja je nerijetko bila bliska potisnutoj potrebi i želji za tješanjem, umirenjem, ohrabrenjem, sigurnošću.

Ne zadirajući ovdje u lingvističko-semiološku stranu jezika modnih časopisa, već i njihovo prelistavanje otkriva nekoliko bitnih karakteristika toga žanra.

Ponajprije, ti su listovi namijenjeni ženama. Moda je oduvijek bila prevrtljiva i hirovita kad je u pitanju bilo žensko odijevanje i dotjerivanje, dok se muška moda (ili moda za muškarce) mnogo sporije mijenjala. Moguće je za to, između ostalih, navesti dva razloga. Neki autori smatraju da muškarci zapravo biraju odjeću posredno, naime tako što utječu na formiranje ženskih opredjeljenja, dok žene zadržavaju iluziju da je krajnji izbor ipak njihov. I dalje, neki muškarci svoju moć, položaj itd. izražavaju i načinom odijevanja žene koja je uz njih. No, ubuduće će sve to biti mnogo manje moguće.

Modni se časopisi, nadalje, svojim čitateljicama obraćaju izravno. To nije uzdržan, impersonalni jezik političkog magazina, koji će se libiti, recimo, da svojim čitateljima čestita Novu godinu, nego povjerljiv, prisutan ton. Tim tonom, i sa željom da ostane nenametljiv, modni će se časopis brinuti da upravo toj određenoj ženi koja ga čita ne bude hladno te jeseni, da bude praktično odjevena na radnom mjestu, udobno odjevena u slobodno vrijeme, i tako dalje. Prati je svuda, štiti i savjetuje što je moguće diskretnije, a istodobno pomaže toj ženi i uči je da živi u ljubavnom, obiteljskom, radnom odnosu i u društvu uopće.

Ali, osim prekrasnih mekih ogrtača i toplih i raskošnih pulovera i sukanja, što ih prikazuju privlačne mlade djevojke (a u posljednje vrijeme i samouvjerene žene iznad tridesete), tu su i poticaji na izlazak iz apatije — pozivi na kreativnost, na djelovanje, na ručni i ne samo ručni rad. Modni je časopis i odgovor na potrebu za drugovanjem, za prijateljskim iskrenim savjetom, što on nerijetko otkriva već samim naslovom. Tako njemačka »Freundin« i talijanska »Amica« nalaze svoju analogiju u slovenskoj »Jani«, francuskoj »Marie-Claire«, te »Brigitti«, »Petri«, »Annabelli«, »Gioji«, »Carini«.

Mnogi modni časopis sadrži i rubriku pod naslovom »kultura«, s ambicijama koje su od lista do lista često različite. Odnedavno je sve više prostora počeo zauzimati — da navedemo jedan naš modni list — »novi, spektakularni način da se zaustavi vrijeme« — ili kultura tijela, poznatija po svojoj šarenoj naljepnici — »aerobic«. Uz to je, navodimo dalje, »ponuđena i iluzija istinskog estetskog doživljaja«, a to je i popratna moda. Spoj je, vjerojatno, uspio. Ali, nije posve sigurno da će biti uspješno ostvaren i proklamirani cilj, naime oslobađanje žene — kako se tu kaže — »debljine, umora i apatije«, već i zbog toga što većina žena koja će pristupiti toj »spektakularnoj« akciji zaustavljanja vremena nije time izravno opterećena. Čini se da je to tek jedan od novih načina plasiranja ideologije (američke) vitkosti. No, vrijeme će pokazati o čemu je zaista riječ, a do tada — svako je vježbanje korisno!

Uz navedene, evo i jednog među najrecentnijim primjerima za tvrdoglavost, tradicionalnost inače prevrtljive mode. Jer, i uz novoafirmirani i već priznati centar Milano, stari, klasični Pariz odolijeva i dalje. Pri tom su, naravno, nužni neki manji ustupci — Pariz je nedavno navodno »dopustio« da ga osvoje japanski modni kreatori, ali se poslužio suptilnim trikom: njihova je ostvarenja nazvao »antimodom«. Je li to tek trik, ili put koji ukazuje i na moguću spoj mode s kulturom?

Konačni odgovor, naravno, nije moguće dati. Ali, stanoviti broj činjenica ostaje neporeciv.

Moda je, očigledno, čvrsto odlučila da izvrši prodor u kulturu. U tom se poslu, poput kakvog skorojevića, ne libi da upotrijebi svoje dobre i provjerene veze — a to su njezine imaginarne sestre o kojima je ovdje bilo riječi: smrt, sloboda, igra, semiologija...

No, moda postaje i društvena potreba. Indikativan za to je primjer o kojem se moglo pročitati u jednom od ne tako davnih brojeva zagrebačkog »Vjesnika«. Naimе, Koordinacioni odbor Vijeća udruženog rada Sabora za unapređenje proizvodnosti društvenog rada razmotrio je inicijativu Ustavnog suda Hrvatske da Izvršno vijeće Sabora izradi prijedlog za donošenje novog zakona kojim bi se omogućilo pojedincima da samostalno pružaju »intelektualne usluge« iz oblasti ekonomije, marketinga, tehničkih unapređenja, prijevoda

sa stranih jezika i (nota bene) — modnih kreacija. Tako bi se i pravno sankcioniralo modno kreatorstvo kao intelektualna usluga, dakle usluga za čije obavljanje valja nužno steći više ili visoko obrazovanje, što znači i sankcioniranje modnog kreatorstva oblašću kulture. Članak, koji inače nije neposredno posvećen tom problemu, simbolično je naslovljen: »Ostaje da pričekamo«.

Ali, zašto bi moda morala biti proglašena nekom vrstom uljeza u sferu kulture? Ona bi, u neposrednoj vezi s dizajnom, vizualnošću, potrebom za stvaralaštvom i oblikovanjem na nove načine (danas je, na primjer, sve raširenija video-umjetnost), mogla biti i sredstvo koje vodi u obratnom pravcu. Prepoznavanje tonova poznatog slikara na tkanini nekog modela može isto tako potaknuti na otkrivanje i samoga slikarskog opusa, pobuditi, dakle, posrednim putem kulturne potrebe. Možda je i kulturi, koja se nalazi u svojevrsnoj krizi, nužan takav tip spoja kojim bi privukla publiku. Tome u prilog govore i sve češće velike tematske izložbe, koncipirane kao neponovljivi spektakli, poput premijera koje nitko tko »drži do sebe« ne bi smio propustiti. Sve su to novi oblici participacije, pa čak i »konzumiranja« kulturnih zbivanja, a riječ je dakako o svojevrsnoj prilagodbi zahtjevima i potrebama suvremenog svijeta.

Stoga je možda ipak najbolje pričekati. Moguće je, naravno, da je rasprava o pokušaju da — drastično rečeno — moda zamijeni kulturu, ili da postane dio kulture, naprosto u modi, ali po svemu sudeći čini se da je ta zamjena uloga malo vjerojatna.

4
»Vjesnik«, 16. 12. 1983.

