



Rok Plavčak

MOLIÈRE IN ŽLAHTNI POTROŠNIK

V *sporu med Starimi in Modernimi*, kakor je Hippolyte Rigault poimenoval sloviti disput, ki naj bi porodil moderno misel, so največji francoski duhovi 17. stoletja razpravljali, ali jim je uspelo preseči največje starogrške in starorimske umetnike in filozofe. Odgovor, ki je naposled obveljal, je bil pritrđen: Moderni, pri čemer so mislili na Molièra, Racina in Corneilla, so v dramatiki prekosili starega Sofokleja, Ajshila, Evripida in Aristofana. Četudi se morda ne strinjamo s sodbo o estetski veličini komediografov in tragedov, pa je vprašanje Molièrove modernosti še kako aktualno.

Molière je svojo baročno baletno komedijo *Žlahtni meščan* (1670) ustvaril v času velikih zgodovinskih sprememb, ki so privedle do francoske revolucije, zrušenja *ancien régime* in rojstva moderne družbe. Tedanji kralj Ludvik XIV. je drastično omejil moč fevdalnega plemstva, kar je pripomoglo k razcvetu trgovine, bogatenju meščanstva in siromašenju aristokracije. Tako se je družba viteških in plemiških običajev ter omike polagoma preobrazala v trgovsko družbo, iz tega zgodovinskega procesa pa so vzniknili do tedaj še ne videni družbeni in kulturni pojavi, ki jih je veliki komediograf postavil za izhodišče svoje gledališke igre.

Protagonist gospod Jourdain je sin obogatelega trgovca, od katerega je podedoval ogromno bogastvo, a nič omike. Jourdain je namreč *nouveau riche*, neizobražen in nekultiviran bogatin, ki ima, kot pravi zase, »veliko željo biti učen«. A njegovo hotenje »imeti duha in znati razpravljati z omikanimi« ne izhaja iz vedoželjnosti ali iz pristne človeške potrebe po osebni, duhovni rasti, marveč iz bolesterne lakomnosti po družbenem pripoznanju. Preprosto povedano, Jourdain je snob, po zaslugi Molièrove umetniške imaginacije je literarni paragon snoba – človeka, ki s posnemanjem obnašanja, védenja in oblačenja ljudi iz višjih družabnih krogov skuša pridobiti njihovo naklonjenost ter spoštovanje pripadnikov nižjih krogov. Snob nima želje *biti* pameten, razgledan, izobražen, kulturn oziroma omikan, temveč tako *izgledati*, dajati vtis, da je vse to. Jourdaina ne zanima logika, ki uči pravilno razmišljanje, saj

uporablja, kot pravi, »rogovilaste« besede, ne mika ga fizika, kjer je »preveč meglene zmešnjave«, in še manj etika, ki bi ga naučila samoobvladovanja. Jourdain priznava, da se v resnici sploh noče spremeniti. Snobizem je mimikrija, vzbujanje videza, maska, ki prikriva prazno notrino, Potemkinova persona, gledališka igra, ki jo prirejamo za tiste, ki jih želimo očarati. Vsi imamo v notranjosti drobce praznine in nihče ne želi biti povsem neočarljiv.

V baročni Franciji je bila omikanost nerazdružljivo prepletena z nobleso in nobiliteto, saj je bila dobra izobrazba omogočena samo dvema družbenima slojema, plemstvu in kleru. Danes, vsaj pri nas, bogastvo in družbeni ugled nista več nujna pogoja omike, povrhu pa je – odkar je Rousseau utemeljil naravno enakost vseh ljudi – govoriti o modri krvi ali kriviti revne za njihovo bedo čedalje bolj neokusno. A ravno slednja vulgarnost je sestavni del besedišča neoliberalne ideologije, ki pospešeno izriva nekdanjo socialnoetično družbeno naravnost. Toda merjenje družbenega ugleda in osebne vrednosti s kriterijem premoženja je simptom majhne duše, ničevost, filistrstvo. Če snob, s tem ko skuša hliniti poznavanje, še priznava posredno vrednost kulture, umetnosti, znanja, etičnosti in ljubezni do modrosti, pa *filister*, kot ga je opredelil veliki kulturni kritik Matthew Arnold, vse to zavrača, saj »verjame, da sta naša veličina in dobrobit izkazana edino z našim bogastvom«.

Zgodovinar in pesnik Peter Viereck je zapisal, da ni »aristokratski razred« ta, ki je dostopen vsakomur, ampak »aristokratski duh«, pri čemer je mislil zlasti na ponotranjenje dediščine antične filozofije in umetnosti ter humanizma in razsvetljenstva. V tem smislu sodobni gospod Jourdain ni nekdo, ki si prizadeva za dekorum bogataša – Molièrov Jourdain je bogatejši od svojih izkoriščevalskih plemiških »prijateljev« –, temveč moralizatorski psevdointelektualec, ki se pretvarja, da je etično ozaveščen intelektualec. A ker moderna delitev dela »poraja specialnosti, zvrsti in z njimi idiotizem stroke« (Marx), sta širina in globina duha odvisni predvsem od posameznikovih lastnih iniciativ samokultivacije. Vendar se gospodi Jourdaini vseh dob ne zavedajo, da resnične omikanosti niti ni mogoče preprosto kupiti na trgu niti se je na da pridobiti čez noč, saj so edina pot do nje dolga leta vzgajanja duha, vsestranskega razgledovanja, humanističnega izobraževanja, branja knjig, širjenja kulturnega obzorja in samoizpopolnjevanja. V Molièrovem smešenju prilizljivih prodajalcev znanj, ki ugleda lakomnemu Jourdainu obljublajo takojšnjo potešitev njegovih patoloških želj, smemo tako videti eno prvih kritik *potrošništva omike*.

Žlahtni meščan je igra videza, navideznosti. Ker meščan Jourdain nasprotuje temu, da bi njegova hči omožila svojega izvoljenca Kleonta, saj je ta zgolj meščanskega rodu, se Kleontov prijatelj Koviel domisli pretkanega načrta: »Odigrali mu bomo komedijo in bomo dosegli, kar si želite. Komedija bo zanj burka.« Zaratniki našemijo bodočega ženina v sina turškega sultana in namaškarani v njegove paže izvedejo za gospoda Jourdaina *spektakel* burkavega turškega slavja s petjem, plesom in izmišljenimi protokoli. Navidezna ceremonija žlahtnega meščana povsem očara, zato počaščeno pristane na poroko svoje hčere s samim »turškim sultanom«. Ustvarjanje videza oziroma proizvajanje iluzije, s čimer so prepričali Jourdaina v vlogi nevedočega gledalca, je tudi osnovni strukturni princip





Primož Pirnat, Ajda Smrekar, Matej Puc

gledališča: »Temu, kar je prepričljivo, pa četudi nemogoče, je treba dati prednost pred tem, kar je neprepričljivo, pa mogoče.« je Aristotel ugotavljal za epsko in dramsko umetnost (*dve opombi: mimetično načelo, tj. posnemanje, je umetnost obvladovalo do 19. st. in »spektakla« ne gre enačiti z Aristotelovim »opisom«, tj. z vizualnim delom igre, mizansceno, enim od šestih elementov tragedije oziroma gledališke igre, kar Kajetan Gantar sicer prevaja kot spektakel*).

Spomnimo se *umora Gonzaga*, »igre v igri«, s katero Hamlet v past ujame morilca svojega očeta. *Turško slavje* je Molièrov ekvivalent »mišnice« – spektakel, ki ga potrošniškemu Jourdainu pripravijo prodajalci videza, je »spektakel v spektaklu«, kar lahko sodobni gledalec reinterpretira kot kritiko *družbe spektakla*, v kateri realnost konstruirajo množični mediji. Barok je prevzel Shakespearovo prepričanje, da je ves svet »oder, in vsi moške in žene zgolj igralci«, kar v času intenzivne ekspanzije virtualnega prostora (družbeni mediji, socialna omrežja, virtualne skupnosti, virtualne identitete) v malodane vse sfere človeškega življenja postaja izrazito aktualna iztočnica za premišljevanje. Še posebej, ker nekateri sodobni teoretiki opozarjajo na veliko podobnost med obdobjema baroka in današnje postmodernosti. Nenazadnje je produkcija prepričljive navideznosti tudi operacijsko načelo oglaševalske in zabavne industrije, zato ni presenetljivo, da je Roland Barthes označil temeljni princip množične kulture prav z Aristotelovo maksimo prepričljivosti. Za množično kulturo velja, zapiše, da je bolje »pripovedovati to, za kar občinstvo verjame, da je mogoče, četudi je znanstveno nemogoče, kakor pripovedovati tisto, kar je zares mogoče, a njegovo možnost zavrača kolektivna cenzura *veljavnega mnenja*«.

Molière parodira todobno obče veljavno mnenje in veljavni okus ravno s satiričnim prizorom turške šemarije; eno leto pred nastankom *Žlahtnega meščana* je namreč Francijo zajela »turkomanija«, množično navdušenje nad eksotiko otomanske kulture. Molièrova kritika te modne muhavosti postavlja epohi hiperprodukcije novih in norih trendov, stilov in popularnih artiklov ogledalo, v katerem bomo ugledali odsev lastne obsesije z videzom. Mar nismo danes vsi po malem gospodi Jourdaini? In če je nekoč Jourdainova patološka skrb za status nasprotovala veljavnemu mnenju o nujnosti rigidnih preprek, ki ločujejo družabne kroge, je sodobna družba meritokracije z odpravo nedemokratskih barier to patologijo normalizirala. Ne samo da družba potrošništva ponuja vulgarnim snobom videz materialnega in kulturnim duhovnega bogastva, s svojo spektakularnostjo nas vse odkrito nagovarja k snobizmu in večina nas vsaj občasno popusti prigovoru. Zoper to nam lahko pomagata kritičnost in samoobvladovanje, prepoznati navideznost v videzu in se ji znati odreči; to pa je že dobro izhodišče za pot k omikanosti. Gledališče, ki z realizacijo navideznosti na odru postavlja človeški realnosti *ogledalo*, pa prav tako.