
ОСКАР ВАЈЛД У СЈЕДИЊЕНИМ ДРЖАВАМА

ЕСТЕТИЦИЗАМ, КОМЕРЦИЈАЛНА ФОТОГРАФИЈА И ЗАЧЕЋЕ МОДЕРНЕ СЕЛЕБРИТИ КУЛТУРЕ

Сажетак: Крајем 1881. године, млади ирски естетa по имену Оскар Вајлд отиснуо се пут Новог света у потрази за славом и богатством. Вајлдова једногодишња турнеја по Северној Америци имала је дефинишући утицај на његово стасавање у културну икону позновикторијанске епохе. У том кратком периоду, Вајлд је постао славан на основу славе, а не каквог опиљивог достигнућа, што га из данашње перспективе чини пиониром самопрокламовања и весником модерне селебрити културе. Овај рад навраћа се на Вајлдову турнеју као преломни тренутак у ком се вистрелом манипулацијом медијским простором амбициозни уметник наметнуо као славна личност у модерном смислу те речи – као контроверзна фигура упитних заслуга која одудара од хегемоних вредности средње класе, али и као особа која је дубоко уврежена у савремену културу и као таква бива опажана као релевантан друштвени коментатор. Турнеја је смештена у контекст традиције књижевних предавања у Сједињеним Државама и колонијалне потребе да се одржи спона са културним трендовима у матици. Посебна пажња посвећена је комерцијалној фотографији с краја XIX века као медију у експанзији и иновативном средству промоције са растућим утицајем у литерарној селебрити култури. Фотографија је важила за најефикаснији метод грађења иконографије славне личности, а радови Наполеона Саронија су се у Вајлдовом случају показали као беспрекорна илустрација потентности новог медија.

Кључне речи: Оскар Вајлд, естетичизам, викторијанска фотографија, Наполеон Сарони

АЛЕКСАНДАР РАДОВАНОВИЋ

Уколико је Лабушеру требало три ступца да докаже да сам заборављен, онда нема разлике између славе и опскурности

Оскар Вајлд,
Њујорк хералд, 12. август 1883.

Током уводне деценије XXI века, у академској и књижевној јавности се усталила представа о Оскару Вајлду као претечи модерне селебрити културе. Према виђењу Џајлса Брендрета, аутора серије детективских романа о Вајлду, он је данас „бренд, са брендовским вредностима које су нам пријемчиве” и које су препознатљиве на сам помен његовог имена.¹ Из наше миленијумске визуре, Вајлд је писац, забављач и сатиричар, једна од најчешће цитираних историјских личности на интернету, геј мученик, модна икона, франкофил и хелениста, одани колонијални поданик и пркосни ирски националиста. У своје доба, међутим, пре него што је написао ишта од значаја, Вајлд је био оваплоћење модерног типа славе која се не заснива на заслуги, већ на видљивости у јавном простору. У питању је слава која посредује између дивљења и поруге, глорификације и вилификације, слава која произилази из амбивалентности харизме познате личности и подељености јавне реакције на њу. Био је то феномен модернитета који, с једне стране, премошћава јаз између високе и ниске културе, а с друге уноси конфузију у некада јасно стратификовану вредносну хијерархију културних производа.

У својој утицајној студији америчке културно-политичке сцене након Ајзенхауера (Eisenhower), Данијел Борстин се пежоративно осврнуо на једну савремену врсту еминентности: „Селебрити је особа позната по својој познатости. [...] Он је људски псеудодогађај. Он је измишљен намерно како би задовољио наша претерана очекивања од људске величине”.² У складу са овом раном дефиницијом, селебрити као социјални феномен се наредних деценија превасходно разматрао као нуспроизвод двадесетовековних мас-медија, филмске индустрије и потрошачке културе. Прекретница у приступу овој појави биле су студије селебрити културе, као интердисциплинарно академско поље које је стасало у последњих петнаестак година. Селебрити студије су изместиле фокус са Сједињених Држава на Стари континент, враћајући нас притом читав век раније у односу на доба које Борстин наводи као преломно. Рађање селебрити културе данас се

1 Brandreth, G. (6 April 2008) The brand of Oscar Wilde, *The Sunday Times*. www.thetimes.co.uk/article/the-brand-of-oscar-wilde-d7hg92t5v8

2 Boorstin, D. J. (1961) *The Image; or, What Happened to the American Dream*, New York: Atheneum, pp. 57–58.

невезује само за XX век и амерички шоу-бизнис, већ и за викторијанско капиталистичко устројство и период у ком су појава високотиражних листова, растући утицај медија и помалање потрошачке културе издигли култ славних личности на знатно видљивију платформу у односу на претходне епохе.

Књижевни селебрити викторијанског доба јавио се као друштвена категорија која прати комодификацију књижевности кроз успон рекламне индустрије, развој нових технологија и правно регулисање тржишне економије производње и продаје књига. Успостављајући дистинкцију између чувеног писца и књижевног селебритија, Ендру Елфенбајн одређује потоњег као списатељску „фигуру чија је личност створена, купљена, продата и рекламирана кроз капиталистичке односе производње”.³ Оскар Вајлд се, у том смислу, беспрекорно уклапа у модел литерарног селебритија, као даровитог писца који је свестан тржишних услова и умешан у пласирању самог себе као конкурентног производа. Према сећању Френка Хериса, Вајлд је био уверен да пророк мора сам да обзнани свој долазак: „Уколико желиш углед и славу у свету, и успех за живота, мораш пригратити сваку прилику за рекламу. Сећаш се латинске изреке: 'Слава извире из сопствене куће'”.⁴ У сличном духу, једна од епизода из Јејтсових рукописа сведочи о Вајлду као ментору који га је у раним списатељским годинама подстицао да од себе начини мит.⁵

Вођен управо том амбицијом да од себе начини мит, Вајлд је, пре књижевне славе, постао селебрити сам по себи. Његова северноамеричка турнеја сматра се пресудним периодом у стицању тог статуса, а последњих година се учестало наводи и као кључни догађај у формирању модерне селебрити културе. Такво гледиште изнето је у самом наслову студије Дејвида Фридмана о Вајлдовој турнеји, док је у сличној књизи Рој Морис истакао: „Делом хотимично, делом инстинктивно, Вајлд је вршио пионирски утицај на начин на који модерне славне личности бивају креиране, култивисане и комодификоване”.⁶ У свом проучавању

3 Elfenbein, A. (1995) *Byron and the Victorians*, Cambridge: Cambridge University Press, p. 47.

4 Sherard, R. H. (1916) *The Real Oscar Wilde*, London: T. Werner Laurie, pp. 103–04

5 Ellmann, R. (1967) *Eminent Domain: Yeats Among Wilde, Joyce, Pound, Eliot and Auden*, New York: Oxford University Press, pp. 12–13.

6 Friedman, D. M. (2014) *Wilde in America: Oscar Wilde and the Invention of Modern Celebrity*, New York: W. W. Norton; Morris, R. J. (2013) *Declaring His Genius: Oscar Wilde in North America*, Cambridge: Harvard University Press, p. 2.

књижевне реномираности и модернитета, Џонатан Гоулдман такође издваја Вајлдову турнеју као „формативни тренутак модерне селебрити културе”.⁷ Имајући у виду наведена становишта, овај рад тежи да подробније испита културне околности Вајлдове турнеје наспрам модерног концепта славе. Иако се селебрити култура данас доживљава као феномен произишао из америчког идеолошког склопа, Вајлдово искуство сугерише да је он у великој мери увезен из Европе и потхрањен колонијалном жудњом за блискошћу са матицом. Вајлдова предавања остварила су успех кроз индивидуалне иступе, али и кроз стратешко надовезивање на традицију књижевних посета из Британије. Рад ће, с друге стране, предочити да је одсудну улогу у наглom скоку Вајлдове популарности имала фотографија. Упоредо са медијском покривеношћу Вајлдових активности, распрострањеност његових фотографија у америчком јавном простору показала се као суштински чинилац у успостављању његове иконичности и иницијалном испредању митологије око његовог имена.

Пролећа 1881. године, комична опера Гилберта и Саливана *Стрпљење; или, Банторнова невеста (Patience; or, Bunthorne's Bride, 1881)* постала је хит у Лондону. Надовезујући се на популарне карикатуре Жоржа ду Моријеа (George du Maurier) у *Панчу*, Гилберт и Саливан (Gilbert and Sullivan) су својом оперетом пародирали естетичизам као претенциозну новотарију која у Енглеској узима маха на пољу сликарства, поезије и моде. Када се позоришни импресарио Ричард Д’Ојли Карт (Richard D’Oyly Carte) одлучио да *Стрпљење* постави у Сједињеним Државама, потенцијални проблем виђен је у неупућености домаће публике у материју коју представа исмева. Такве бриге биле су распршене успехом њујоршке премијере у септембру, али се међу организаторима свеједно јавила идеја да би присуство неког од експонената естетичизма пружило додатни публицитет представи. Током разговора у којима су се разматрали подобни кандидати, најчешће је фигурирало име младог естете Оскара Вајлда, који је већ демонстрирао редак дар у односима с јавношћу и који је управо издао збирку декадентне поезије која је усталасала критичке кругове. Квалитети који су по врх тога квалификовали Вајлда били су формално уметничко образовање, упућеност у токове естетичизма и директне споне са главним именима везаним за правац, укључујући

7 Goldman, J. (2011) *Modernism Is the Literature of Celebrity*, Austin: University of Texas Press, p. 23.

пријатељства са Пејтером (Pater), Раскином (Ruskin) и Вистлером (Whistler), као и познанства са Свинбурном (Swinnburne), Розетијем (Rossetti) и Морисом (Morris). Испитујући шаренолико тржиште Сједињених Држава, пуковник Морс (Morse), у својству Картовог посредника, послао је упит културним институцијама широм земље у ком је најавио могућност да „господин Оскар Вајлд, нови енглески песник” одржи низ предавања у којима ће „на јавни начин илустровати своје поимање естетског” како би америчко друштво од њега добило „истинску и исправну дефиницију и објашњење тог најновијег вида помодарске лудости”.⁸

Почетком јануара 1882. године, Оскар Вајлд се искрцао у Њујорку. Непосредно пре тога, цариницима је наводно поручио: „Немам да пријавим ништа осим своје генијалности”.⁹ Самопрокламовани апостол естетицизма прешао је Атлантик спреман да се ухвати у коштац с америчком публиком и намеран да се устолочи као месижански глас нове културе. Насупрот естетиним грандиозним стремљењима, Картова и Морсова замисао била је парадирати Вајлда као предмет спрдње у *Стрљењу* и профитирати на основу новоизграђеног публицитета. Појава естете од крви и меса служила би као потврда да естетицизам није позоришна измишљотина, већ истински феномен помодне Енглеске, при чему би Вајлд у очима америчке публике представљао отелотворење Рециналда Банторна (Reginald Bunthorne), феминизираниог протагонисте *Стрљења*. Иако позван да говори у сопствено име, Вајлд је у суштини унајмљен да изводи живи перформанс естете кога оперета пародира, док је сама његова афектирана појава требало да буде јасан показатељ зашто је естетицизам изложен порузи. Из комерцијалне перспективе организатора, Вајлд је био аквизиција која се умногоме уклапала у тржиште циркуских атракција, па и фрикс шоуова који су у то доба не само били популарни, већ су се и дали маркетиншки пласирати као аутентична америчка културна

8 Ellmann, R. (1988) *Oscar Wilde*, New York: Alfred A. Knopf, p. 152. Увек жељан да се доведе у спрегу са славним личностима, Вајлд је тврдио да је Картова и Морсова иницијатива да га доведу у Сједињене Државе дошла на препоруку Саре Бернар (Sarah Bernhardt); Исто, стр. 151. Према Морсовом наводу, идеја је потекла од удовице Френка Лезлија (Frank Leslie), оснивача недељника *Illustrated Newspaper*.

9 Harris, F. (1916) *Oscar Wilde: His Life and Confessions*, New York: Self-Published, p. 75. Иако један од најчешћих Вајлдових цитата, ова изјава је по свој прилици апокрифна. По први пут се у управном говору јавила код Хериса, а по први пут уопште код Ренсома, пуних тридесет година након што је наводно изречена. Савремени извори о било каквом сличном исказу не постоје.

творевина.¹⁰ Према мишљењу Диона Бусикоа (Dion Boucicault), утицајног ирског писца који је у Сједињеним Државама делао као заштитник свог младог сународника и јемац његовог кредибилитета, Карт је у Вајлду првобитно видео „само марионету – предмет спрдње – средство рекламе”.¹¹

Вајлдова северноамеричка турнеја била је осмишљена као промотивна потпора *Стрпљења*, али организаторима је убрзо постало јасно да је његов долазак прерастао у већи догађај од било које представе. Вајлд је заузео центар медијске позорнице, а *Стрпљење* је његовој представи служило као кулиса. Бусико сведочи о том тренутку: „Карт је мислио да се домогао популарне будале. Када је схватио да је узјахао живу животињу уместо дрвене играчке, био је затечен”.¹² Првобитни планови предвиђали су да турнеја траје неколико недеља, али тај временски оквир се претворио у непуну годину током које је Вајлд одржао импозантних 140 предавања широм Сједињених Држава и Канаде.¹³

Уколико је циљ турнеје био пласирати естетизовану фигуру Вајлда као комично, шармантно и узнемирујуће сведочанство о новом културном феномену, сам Вајлд био је више него вољан да у тој шаради учествује. Турнеја је постала платформа за перформативни чин којим се писац у настанку свесно подвргао процесу самокомодификације не би ли привукао пажњу јавности с обе стране океана и издигао се на раван чувене личности. У опсежној представи пред националним, па и читавим англосаксонским аудиторijумом, „Вајлд је заправо играо себе, не као особа, већ као персонификација естетског стила ком је удахнут живот”.¹⁴ Тај перформанс га је у кратком року сврстао у ред славних. Чињеница да је Вајлд то остварио мимо традиционалних маркера заслужности учинила га је оличењем модерног културног селебритија, јер је изокренула уобичајену трајекторију амбициозног младог уметника: „Слава ће *покренути* Вајлдову

10 Simmons, J. C. (2000) *Star-Spangled Eden: 19th Century America Through the Eyes of Dickens, Wilde, Frances Trollope, Frank Harris, and Other British Travelers*, New York: Carroll & Graf, p. 298.

11 Wilde, O. (2000) *The Complete Letters of Oscar Wilde*, eds. Holland, M. and Hart-Davis, R., New York: Henry Holt, p. 135.

12 Исто.

13 Постојећи извори о датумима Вајлдове турнеје се не подударају у потпуности, тако да прецизан број његових предавања још увек није утврђен. За тренутно најподробнију листу датума, погледати страницу www.oscarwildeinamerica.org/lectures-1882/comparison-with-previous-itineraries.html.

14 Goldman, p. 23.

каријеру, а не доћи као њен врхунац”.¹⁵ У том смислу, Оскар Вајлд, као славни естета, представља изворну креацију Вајлда уметника.

Вајлдова предавања одвијала су се у јеку британске фацинације Сједињеним Државама као парчетом сопствене земље које се отргло од империјалне матице и прерасло у грандиозан друштвено-политички експеримент. Након запетљаног расплета наполеонских ратова, очи читавог западног света биле су упрте у постреволуционарну Америку. Из визуре политичких теоретичара попут Алексија де Токвила (Alexis de Tocqueville), Сједињене Државе представљале су наду демократског устројства и својеврсну лабораторију будућности. Крајем XIX века, постало је јасно да та лабораторија врви од експлозивних материја, али и да је у стању да изроди ретке дарове социјалне алхемије.

Сједињене Државе које је Оскар Вајлд затекао биле су млада држава која је у претходних пола века прошла кроз период који Џејмс Симонс описује као суштствену трансформацију „од примитивне границе до модерне индустријске државе”. Било је то доба „брзе индустријализације, експлозије знања, имиграције, огромног раста популације, урбанизације, географског ширења и највећег оружаног сукоба који се икада десио на америчком тлу”.¹⁶ Вајлд је те 1882. године дошао у земљу у којој су се још увек осећала друштвена превирања након грађанског рата, али која је захваљујући привредном замајцу, расној и класној експлоатацији, многољудности и колективној амбицији ушла у тзв. позлаћено доба (*The Gilded Age*) и незадрживо се кретала ка глобалној лидерској позицији. Америчко друштво било је поносно на свој материјални прогрес, али и жељно европејске софистицираности и обележено комплексом ниже вредности услед недостатка културног педигреа.

У таквим друштвеним околностима, Вајлдова турнеја појавила се као атрактиван тржишни артикл који је профитирао на апетиту огромне државе за културним садржајима и народној знатижељи у вези са европским трендовима. Додатни фактор који је Вајлду ишао на руку била је већ устаљена пракса довођења знаменитих Британаца у Сједињене Државе како би широм земље држали предавања и ревитализовали културне споне са матицом. Четрдесет година пре Вајлда, Дикенсова (Dickens) турнеја је, упркос моментима узајамне разочараности, за Американце постала централни национални догађај, чиме је утрла пут сличним

15 Friedman, p. 31.

16 Simmons, p. 2.

подухватима. 1867. године, тада већ занемоћали Дикенс упутио се на још једну читалачку турнеју по источном делу Сједињених Држава и поновио некадашњи успех. Мимо масовног интересовања које су изазвали и Дикенс и Вајлд, њихове турнеје драстично су се разликовале. Један је боравио у Сједињеним Државама као најпопуларнији писац на свету, а други као списатељски анонимус. Један је био књижевни, а други културни селебрити, али сâмо постојање традиције литерарних посета из Британије пружило је Вајлдовој турнеји круцијалну логистичку потпору. Иако њихови књижевни статуси нису били ни на приближној равни, Вајлд је, према виђењу Сандре Мајер, „свакако парирао Дикенсовој изванредној даровитости за брижно кореографисани јавни перформанс и помно организовани маркетинг”.¹⁷

Како се Вајлдова репутација у Сједињеним Државама градила кроз штампу, однос са медијима био је од пресудног значаја за целокупни исход турнеје. Битан чинилац у том односу био је интервју, као скорашња новинска форма која омогућава директније обраћање публици и непосредније профилисање свог тржишног производа. Креирање медијског садржаја кроз разговор беспрекорно је одговарало Вајлдовој природи. Новински текстови из тог периода остављају утисак да је естетa истински уживао у ћаскању с америчким новинарима, заводећи их својим разговорним вештинама и личним шармом. Као особа која је рођени приповедач и која је одмалена пролазила кроз обуку ирског беседништва, Вајлд је претворио интервју у ненадано и ефикасно промотивно оруђе.

Вајлд се током турнеје показао подједнако вичним у придобијању публике у луксузним салонима метропола на источној обали и јефтиним салунима у пограничним местима на Дивљем западу. Предавач је пленио реторским умећем и дендијевском провокацијом, пребацујући се неприметно између дискурса естетског просветљења и политичке субверзије. Говорничке позорнице и интервјуи нудили су широк креативни простор за самопромовисање, што је Вајлд користио као прилику да забави и подучи, а с времена на време и да обзнани каткад афирмативна, каткад дисентна мишљења о Британској империји.

17 Mayer, S. *The Art of Creating a Great Sensation: Oscar Wilde (1854–1900)*, in: *Celebrity Authorship and Afterlives in English and American Literature*, eds. Franssen, G., Honings, R., (2016), London: Palgrave Macmillan, p. 114. За увид у традицију литерарних предавања и књижевну селебрити културу у Сједињеним Државама пре Вајлдовога доласка, погледати: Moran, J. (2000) *Star Authors: Literary Celebrity in America*, London: Pluto Press, pp. 15–34.

Искрцавши се на обалу Новог света, Вајлд је моментално изазвао сензацију. Америчка јавност суочила се са младим Вајлдом на врхунцу естетског периода, жељног публициитета и спремног на конфронтацију. Пажња коју је задобио није био бајроновски случај у ком се романтични јунак „пробудио једног јутра и приметио да је славан”,¹⁸ али несумњиво јесте представљала изненадан и неочекиван подвиг. Две недеље по доласку у Њујорк, Вајлд је у Лондон послао раздраган извештај: „Велики успех овде; ништа ни налик овоме још од Дикенса, кажу ми. Друштво ме раздире на комаде. Огромни приједи, божанствене вечере, масе које чекају моју кочију. Махнем им штапом од слоноваче, с рукавицом на руци, а они кличу”.¹⁹ Тадашња преписка наговештава да је и сам Вајлд испрва био затечен напрасном популарношћу његових предавања у Њујорку. Пишући пријатељици у Лондону, он се изнова хвалио да се таквим одзивом и пробраношћу публике ни Дикенс није могао подичити. Поручујући да му се приређује краљевски третман достојан принца од Велса и да публика хистерише за њим, Вајлд је навео да су га околности приморале да унајми неколицину личних секретара:

„Један по цео дан исписује моје аутограме обожава-
тељима, други прима цвеће које неко остави сваких
десет минута. Трећи, чија је коса налик мојој, има
обавезу да шаље сопствене праменове безбројним
девама по граду, тако да се великом брзином прими-
че ћелавости.”²⁰

Вајлд је одмах по приспећу увидео да је за ефектну само-промоцију неопходна што шира дисеминација његових слика кроз медијски простор и рекламне материјале. Као релативно нов медијум са растућим комерцијалним потенцијалом, фотографије су биле у стању не само да повећају број пословних прилика, већ и да „обликују начин на који јавност разуме нечије сопство и зацементирају нечију иконичност”.²¹ Комерцијална фотографија ушла је експанзију када је препозната као визуелно сведочанство тренутне славе, али и као слика чија репродуцибилност омогућава измештање у други простор и време у којима статус познате особе бива изнова потврђен. Говорећи о начинима на које се Марк

18 Byron, G. G. (1830) *Letters and Journals of Lord Byron, with Notices of his Life*, ed. Thomas Moore, London: John Murray.

19 Wilde 2000, p. 127.

20 Исто, стр. 126.

21 Dumortier, L. (2015) Oscar Wilde's Multitudes: Against Limiting His Photographic Iconography, *English Literature in Transition, 1880–1920*, 58: 2, ELT Press, p. 150.

Твен (Mark Twain) служио својим промотивним фотографијама, Линда Раг наводи: „Слике познатих особа промовишу тело као производ, сопство као тражену робу [...] и подстичу јавну препознатљивост лица које се потом повезује не само са именом, већ и са моћи стицања новца”. Спајајући слику тела са књижевном и предавачком персоном, фотографија је у Твеновом случају, као и Вајлдовом, наводила народ да „плати како би видео то тело изнова уједињено и поистовећено са својом дисеминираном сликом и именом”.²²

Моћ фотографије да покрене или пружи подстрек каријери несумњиво је била јасна и Вајлду, јер у том полазном стадијуму он је био „познат зато што је био нашироко сликан, а не обратно”.²³ Иако су се илустровани медији и даље превасходно ослањали на карикатуре и грубо осликане портрете, фотографија је била модеран и елегантан вид презентације у ком се огледао престиж субјекта. Фотографија је, притом, публици нудила увид у непосредну реалност, иако је препостављена истинитост новог медија представљала само „убедљивију илузију, у којој селекција и вештачност вребају иза привидне непристрасности механичког ока”.²⁴

Напослетку, фотографије славних личности побуђивале су чежњу, поистовећивање и класне претензије у посматрачу. Захваљујући новим технологијама репродукције, селебрити фотографије постале су доступне широкој јавности у разним формама, а потражња за њима креирала је уносно тржиште. Из тог разлога, Вајлд се већ 5. јануара упутио ка Бродвеју и посетио студио Наполеона Саронија (Napoleon Sarony), који је у то доба важио за најцењенијег комерцијалног фотографа у Сједињеним Државама.

Према својој скромној процени, Сарони је фотографисао 200.000 особа, од којих је 30.000 одредио као чувене и хиљаду као „светски познате”.²⁵ Међу потоњима се издвајају Сара Бернар, Лили Ленгтри (Lillie Langtry), Елен Тери (Ellen Terry), председник Кливленд (Cleveland), а из књижевног света Вилки Колинс (Wilkie Collins), Лонгфелоу (Longfellow), Твен и Витман (Whitman). Као посебан куриозитет за наше просторе, међу Саронијевим делима налази се и

22 Rugg, L. H. (1998) *Picturing Ourselves: Photography and Autobiography*, Chicago: University of Chicago Press, p. 42.

23 North, M. (2010) *The Picture of Oscar Wilde, PMLA: Publication of the Modern Language Association of America*, 125: 1, p. 185.

24 Wilson, E. (2003) *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, New Brunswick: Rutgers University Press, p. 158.

25 Novak, D. A. (2008) *Realism, Photography, and Nineteenth-Century Fiction*, Cambridge: Cambridge University Press, p. 131.

најпознатији портрет Николе Тесле, усликан 1893. године. Саронијевој импозантној колекцији модела Вајлд је касније са извесном списатељском иронијом додао и лик америчког политичара из своје хумористичке готске приче „Кантервилски дух” („The Canterville Ghost”, 1887). Купивши дрвену палату у Енглеској, Вајлдов самоуверени дипломата је у предворје окачио свој портрет са супругом, али та слика није била традиционално уље на платну, већ модерна фотографија чији је аутор био управо Сарони.

У својој пионирској делатности, Сарони је истовремено популаризовао и експлоатисао новоформирано тржиште фотографских портрета славних личности. Фотографије је умножавао у виду картонских разгледница различитих квалитета и формата и потом их дистрибуирао трговинама широм земље које су их продавале као сувенире. Захваљујући свом реномеу, Сарони је задржавао ексклузивна права на дистрибуцију портрета које направи, с тим што је својим славним моделима заузврат нудио хонорар какав конкуренција није могла да приушти. Да ли из немарности, лакоумности, великодушности или просто због мањка популарности, Вајлд није остварио директну финансијску добит од својих фотографија. За разлику од Дикенса који је одбио да се слика без позамашне финансијске надокнаде, Вајлд се наводно одрекао Саронијевог хонорара.²⁶ Штавише, естетика је том приликом потписао уговор којим се обавезао да неће позирати ни за једног другог фотографа током свог боравка у Сједињеним Државама, због чега је, по свој прилици, зажалио већ у марту по доласку у Сан Франциско.²⁷

Упркос уговорним рестрикцијама, сесија са Саронијем показала се као изврстан пословни потез. Вајлдова појава била

26 Lewis, L. and Smith, H. J. (1936) *Oscar Wilde Discovers America [1882]*, New York: Harcourt, Brace, p. 39. Често навођени податак да Вајлд није наплатио фотографску сесију код Саронија вероватно води порекло из књиге Луиса и Смита. Како аутори не идентификују свој извор, а њихова романизирана приповест се генерално не одликује академском поузданошћу, ову тврдњу треба узети са резервом. Вашингтонски дневник *Evening Star* писао је да су њујоршки фотографи почели с надметањем у понудама за права на сликање Вајлда пре него што је он уопште испловио из Енглеске (Art's Apostle: England's Aesthete at the Photographer's Gallery, *The Evening Star: Washington*, 21 January 1882, p. 3). У новинама *Philadelphia Press* срећемо навод да фотографи нису били издашни у својим понудама, уверени да на мушком лицу не могу зарадити колико на женском, али да је Сарони био једини међу њима који је био довољно промућуран да увиди естетин тржишни потенцијал, због чега је „са задовољством платио за Вајлда колико би и за било коју жену” (Извор: www.oscarwildeinamerica.org/works/morris-errata.html).

27 Friedman, p. 84. Wilde, O. (2010) *Oscar Wilde in America: The Interviews*, eds. Hofer, M. and Scharnhorst, G., Urbana: University of Illinois Press, p. 127.

је маркантна и несвакидашња, а искусни фотограф је знао како да је овековечи. „Живописног ли модела!”, повикао је омалени Сарони по Вајлдовом уласку у студио и предано се бацио на посао.²⁸ Резултат је комплет од 27 фотографија, које и дан данас представљају најчешће репродуковане слике Вајлда. Саронијеве фотографије „извршиле су дубок и трајан утицај на Вајлдову фотографску иконографију, па и на његов статус као културне иконе”.²⁹ Сликане у разноврсним позама и одевним комбинацијама, оне су својом упечатљивошћу и распрострањеношћу практично одредиле начин на који је историја упамтила Оскара Вајлда.



Oscar Wilde, No. 4 (1882), Napoleon Sarony;
www.loc.gov/resource/ppmsca.40825/

Судећи по порукама леди Вајлд, Саронијеве слике стигле су у Британију у року од пар недеља и изазвале опште дивљење.³⁰ Према наводима из штампе, Вајлд је био очаран, јер никада раније није доживео да се његова фотографија одликује и уметничким дојмом и квалитетом репродукције.³¹ Директнију потврду да је Вајлд сматрао слике репрезентативним налазимо у мартовском писму Карту, у ком тражи да се израде „велике литографије с мојим ликом како би се подстакао промет у овим малим градовима, у којима локалци тако мало троше на рекламе. Фотографија моје главе на којој гледам преко рамена била би најбоља – само глава и

28 Lewis, Smith, p. 39.

29 Dumortier, pp. 147–48.

30 Tipper, K. S. A. ed. (2011) *Lady Jane Wilde's Letters to Oscar Wilde, 1875–1895: A Critical Edition*, Lewiston: The Edwin Mellen Press, p. 66.

31 Аноним, *Art's Apostle: England's Aesthete at the Photographer's Gallery*, *The Evening Star: Washington*, 21 January 1882, p. 3.

крзнени оковратник“.³² На основу овог описа, рекло би се да је Вајлдов фаворит из Саронијевог сета била фотографија број 4, с тим што је мало вероватно да је његова жеља била услишена.³³ Утисак који порука оставља јесте да Вајлд није био свестан да он није полагао право на штампање својих слика, које је, према одредбама уговора, припадало искључиво Саронију.



Oscar Wilde, No. 18 (1882), Napoleon Sarony,
The Metropolitan Museum of Art;

www.metmuseum.org/art/collection/search/283247

У Саронијевом сету посебно је чувена фотографија број 18, и то не само као једна од најпрепознатљивијих слика Вајлда, већ и као повод за парницу која је 1884. године догурала до Врховног суда Сједињених Држава. У питању је случај који се и данас цитира као параметар по питањима заштите фотографских ауторских права и слободне употребе заштићеног материјала. Са наглим порастом Вајлдове популарности, пиратизоване верзије Саронијевих слика брзо су се појавиле у продаји и почеле су се користити у рекламне сврхе за низ производа, укључујући шешире, цигаре, шпорете, корсете и козметичка средства за раст женских груди. Сарони је тужио литографску компанију Бароу-Цајлс (Burrow-Giles) која је

32 Wilde 2000, p. 152.

33 Преостале две слике које одговарају Вајлдовом опису су фотографије број 19 и 23. За потпун сет Саронијевих фотографија, погледати породични албум приређен од стране Мерлина Холанда (1997: 65–91) или страницу www.oscarwildeinamerica.org/sarony/sarony-photographs-of-oscar-wilde-1882.html.

штампала 85.000 фотографија број 18, наводећи да су тиме прекршена његова ауторска права. Тужена страна се бранила да фотографије не представљају дело аутора, већ серијски производ настао механичком репродукцијом стварности и да као такве не могу потпадати под заштиту закона о интелектуалној својини. После низа жалби, Врховни суд је пресудио у корист тужиоца, прогласивши фотографију број 18 уметничким делом, чиме је по први пут у америчкој правној пракси придато ауторство једном фотографу.

Не постоје назнаке да је Вајлд био упознат са овим судским процесом, а све и да јесте, његова позиција у случају била би маргинална. Без обзира на исход суђења, Вајлду не би следила никаква компензација, јер тадашњи закон штитио је сâмо креативно дело, али не и субјекат. Такву ситуацију, која је тешко замислива у данашњем праву, Мајкл Норт сликовито објашњава: „Према закону о интелектуалној својини, Вајлд је стога само један од Саронијевих реквизита, попут драперија или тепиха”.³⁴

Невезано за своје правне особености, овај случај значајан је у контексту овог рада и зато што документује размере у којима су Саронијеве фотографије биле пиратизоване. Неконтролисано умножавање тих слика и њихова раширеност кроз рекламне материјале и колекционарске сличице довеле су до тога да Вајлд постане препознатљиво лице у просечном америчком дому. Посебно је упадљив податак да се у продаји налазило 85.000 примерака само једне Вајлдове слике штампаних од стране само једне компаније. Уз сву културну фасцинираност селебрити фотографијама и колекционарску манију коју су изазивале, такав тираж је у најмању руку импресиван и индикативан за Вајлдов прелазак у домен славних личности. Иако су присутност коју је Вајлд уживао у штампи и популарност његових предавања служиле као основа његовог публицитета, фотографија се показала као потентније маркетиншко оруђе од речи, била она изговорена или записана. Све и да је неко чује, све и да буде прочитана, реч брзо ишчили из памћења, док је емоционални утицај слике на имагинацију далеко дуготрајнији. У том смислу, Вајлдова турнеја да се описати као „приручник за односе са јавношћу”, али и као „тријумф слике над текстом”.³⁵

34 North, p. 187.

35 Custen, G. F. (28 June 1998) Wilde, the Celebrity Paradigm: Punishing the Thing We Love, *Los Angeles Times*. <http://articles.latimes.com/1998/jun/28/opinion/op-64351>

Вајлдов постхумни визуелни идентитет одређен је Саронијевим фотографијама, што је чињеница која није лишена извесне ироније. Како Саронијеве слике приказују Вајлда као младог естету, он је као такав постао део културолошког памћења. Међутим, у распону Вајлдове целокупне каријере, његов естетски период био је релативно кратког даха. Он је, штавише, био окончан већ при измаку америчке турнеје када је, строго говорећи, нацифрани естета преиначен у зрелију фигуру дендија. У том процесу реконцептуализације, помпезни естетски костим уступио је место одмереној отмености дендијевског одела. Уместо дуге косе и кратких панталона, Вајлд је почео носити кратку косу и дуге панталоне, чиме је, по Шерардовим тврдњама, прогласио смрт „Оскара првог периода”.³⁶ Ипак, широка заступљеност Саронијевих фотографија и обиље карикатура насталих у том периоду заувек су фиксирани Вајлдову иконографију за визуелне одреднице естетицизма.

Иако није био родоначелник овог правца, Вајлд је током америчке турнеје постао његов најпознатији прокламатор. Ако су Раскин, Морис и Пејтер били пророци естетске мисије, Вајлд се постављао као њихов најревностнији апостол и напослетку кроз историју остао упамћен као оличење њихове идеје. Рециналд Банторн, првобитно схваћен као иронични амалгам Вистлера, Свинбурна и Розетија, ретроспективно је доживљен као пародија Вајлда, што је перцепција која истрајава и данас.

Вајлд је својим предавањима о савременој уметности и модерном ентеријеру приступио са посвећеношћу и професионалном озбиљношћу, али сам његов сценски наступ и однос са медијима били су обележени естетском позом. Та поза била је вид невербалне комуникације којом је Вајлд комодификовао естетско сопство и пласирао га као атрактиван тржишни производ, убирајући тиме плодове медијске експонираности и уједно пародирајући комерцијалну настројеност америчке тржнице у којој се све може третирати као артикл. Перформативност његових наступа представљала је сама по себи иронични коментар о нормама селебрити културе према којима се одећа и поза писца доживљавају као валиднији вид презентације од његове писане речи.

Узвишени циљ који је Вајлд прокламовао био је промовисање естетицизма у нову културну норму: „Желим да овај уметнички покрет учиним основом за нову цивилизацију”.³⁷ Вајлд можда није остварио своју племениту мисију,

36 Sherard, p. 200.

37 Wilde 2010, p. 99.

али Сједињене Државе свакако јесу осетиле стимулативни ефекат његовог присуства и културне расправе коју је изазвао. С друге стране, Вајлдове непосредне амбиције у виду личне афирмације и поправљања банковног салда биле су остварене и надмашене. Након своје трансатлантске авантуре, естетa се у Лондон вратио богатији за позамашну своту од 6000 долара и бројне пословне контакте, али и са статусом славне личности као главним капиталом. Са тим иметком у џепу, Оскар Вајлд је почео свој метеорски успон кроз викторијански културни естаблишмент.

ЛИТЕРАТУРА:

Boorstin, D. J. (1961) *The Image; or, What Happened to the American Dream*, New York: Atheneum.

Brandreth, G. (6 April 2008) The brand of Oscar Wilde, *The Sunday Times*. www.thetimes.co.uk/article/the-brand-of-oscar-wilde-d7hgtf92t5v8

Byron, G. G. (1830) *Letters and Journals of Lord Byron, with Notices of his Life*, ed. Moore, T. London: John Murray.

Custen, G. F. (28 June 1998) Wilde, the Celebrity Paradigm: Punishing the Thing We Love, *Los Angeles Times*. <http://articles.latimes.com/1998/jun/28/opinion/op-64351>

Dumortier, L. (2015) Oscar Wilde's Multitudes: Against Limiting His Photographic Iconography, *English Literature in Transition, 1880–1920*, 58: 2, ELT Press, pp. 147–163.

Elfenbein, A. (1995) *Byron and the Victorians*, Cambridge: Cambridge University Press.

Ellmann, R. (1967) *Eminent Domain: Yeats Among Wilde, Joyce, Pound, Eliot and Auden*, New York: Oxford University Press.

Ellmann, R. (1988) *Oscar Wilde*, New York: Alfred A. Knopf.

Friedman, D. M. (2014) *Wilde in America: Oscar Wilde and the Invention of Modern Celebrity*, New York: W. W. Norton.

Harris, F. (1916) *Oscar Wilde: His Life and Confessions*, New York: Self-Published.

Holland, M. (1997) *The Wilde Album*, London: Fourth Estate.

Goldman, J. (2011) *Modernism Is the Literature of Celebrity*, Austin: University of Texas Press.

Lewis, L. and Smith, H. J. (1936), *Oscar Wilde Discovers America [1882]*, New York: Harcourt, Brace.

Morris, R. J. (2013), *Declaring His Genius: Oscar Wilde in North America*, Cambridge: Harvard University Press.

North, M. (2010) The Picture of Oscar Wilde, *PMLA: Publication of the Modern Language Association of America*, 125: 1, pp. 185–191.

Novak, D. A. (2008) *Realism, Photography, and Nineteenth-Century Fiction*, Cambridge: Cambridge University Press.

- Ransome, A. (1912) *Oscar Wilde: A Critical Study*, London: Martin Secker.
- Rugg, L. H. (1998) *Picturing Ourselves: Photography and Autobiography*, Chicago: University of Chicago Press.
- Sherard, R. H. (1916) *The Real Oscar Wilde*, London: T. Werner Laurie.
- Simmons, J. C. (2000) *Star-Spangled Eden: 19th Century America Through the Eyes of Dickens, Wilde, Frances Trollope, Frank Harris, and Other British Travelers*, New York: Carroll & Graf.
- Tipper, K. S. A. ed. (2011), *Lady Jane Wilde's Letters to Oscar Wilde, 1875–1895: A Critical Edition*, Lewiston: The Edwin Mellen Press
- Wilde, O. (2000) *The Complete Letters of Oscar Wilde*, eds. Holland, M. and Hart-Davis, R., New York: Henry Holt.
- Wilde, O. (2010) *Oscar Wilde in America: The Interviews*, eds. Hofer, M. and Scharnhorst, G., Urbana: University of Illinois Press.

Aleksandar Radovanović

University of Kragujevac, Faculty of Philology and Arts, Kragujevac

OSCAR WILDE IN THE UNITED STATES

AESTHETICISM, COMMERCIAL PHOTOGRAPHY AND THE CONCEPTION OF MODERN CELEBRITY CULTURE

Abstract

Towards the end of 1881, a young Irish aesthete named Oscar Wilde set sail for the New World on a quest for fame and fortune. Wilde's one-year tour around North America had a defining effect on his growth into a late Victorian cultural icon. Within this brief time span, Wilde became famous for his fame rather than a specific achievement, which today makes him a pioneer of self-promotion and a forerunner of modern celebrity culture. This paper evokes Wilde's tour as a decisive moment in which an ambitious artist adeptly manipulated the media space and imposed himself as a celebrity in the modern sense of the word – as a controversial figure of questionable merits who stands apart from the hegemonic middle-class values, but also as a person who is deeply ingrained in contemporary culture and therefore perceived as a relevant social commentator. The tour was set in the context of the tradition of literary lectures in the United States and the colonial need to preserve cultural ties with the motherland. Particular attention is paid to the late nineteenth-century commercial photography as a medium on the rise and an innovative promotional tool with growing impact in literary celebrity culture. Photography was recognized as the most efficient method of building a famous person's iconography. In Wilde's case, the works of Napoleon Sarony proved to be a perfect display of the new medium power.

Key words: *Oscar Wilde, aestheticism, Victorian photography, Napoleon Sarony*