

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**

**FILOZOFSKI FAKULTET**

Ana Kovačić

**Konzumerizam u *Loliti* Vladimira Nabokova**

(ZAVRŠNI RAD)

Rijeka, 2016.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**

**FILOZOFSKI FAKULTET**

Odsjek za kroatistiku

Ana Kovačić

Matični broj: 0009063614

**Konzumerizam u *Loliti* Vladimira Nabokova**

(ZAVRŠNI RAD)

Preddiplomski studij: Hrvatski jezik i književnost

Mentor: doc.dr.sc. Dejan Durić

Rijeka, 19. rujna 2016.

## SADRŽAJ

1. UVOD .....	2
2. KONZUMERIZAM .....	3
2.1. Fordizam i postfordizam .....	6
3. O AUTORU I DJELU .....	11
4. POPULARNA KULTURA U ROMANU .....	14
4.1. Odnos s majkom .....	17
4.2. Odnos Europe i Amerike .....	20
4.3. Motiv putovanja u romanu .....	22
5. FILMSKA OSTVARENJA .....	26
6. ZAKLJUČAK.....	28
<i>Sažetak, ključne riječi</i> .....	30
<i>Izvori, literatura</i> .....	31

## 1. UVOD

Često smo skloni vjerovati u to kako upravo mi utječemo na suvremenu kulturu; kako je čovjek njeno mjerilo i da se ona razvija po njegovim željama. Nažalost, tomu nije tako. Privid je jedno, a stvarnost je potpuno drugačija. Manji, ali utjecajni dio odlučuje o onome što mislimo da ustvari želimo. Utjecaj kulture na pojedinca i njegov razvoj vidljiv je u romanu Vladimira Nabokova *Lolita*. Riječ je o kompleksom romanu kojeg možemo promatrati s nekoliko gledišta i brojne su teme kojima se možemo posvetiti. U ovom radu bavit ću se utjecajem moderne kulture na razvoj i odrastanje djevojčice, buntovnice koja želi biti, ali i postaje dijelom te nove i moderne kulture. Zatim, jedna od tema bit će njen odnos s majkom, ali i opreka tadašnje Europe i Amerike. Dva kontinenta na kojima kultura konzumerizma nije u istom stadiju; na jednom se još nije razvila ili se tek počinje razvijati, a na drugom je ona u punom zamahu. Također, bavit ću se motivom putovanja u romanu. Sve postaje tijekom putovanja i sve ono što likovi za vrijeme njih vide odraz su popularne kulture i konzumerizma u Sjedinjenim Američkim Državama.

Cilj ovoga rada jest prikazati kako jedan od likova, djevojčica Dolores, pruža otpor tradicionalnom odgoju (koji je samo pokušaj takvoga odgoja) i naklonost novoj kulturi u američkom društvu; kulturi konzumerizma. Nadalje, cilj je prikazati razvoj lika i kako ostali likovi utječu ili ne utječu na njen razvoj, ali i do čega je ostale likove dovela ta ista kultura. Uz to je nužno dati i sažetak romana koji će, uz navedenu literaturu, biti temelj ovoga rada. Zajedno s najvažnijim informacijama o samome romanu objasniti ću i temeljne pojmove vezane uz konzumerizam i popularnu kulturu kako bi sam rad bio jasniji i razumljiviji.

## 2. KONZUMERIZAM

Čolić upućuje da je konzumerizam pojam koji se odnosi na težnju pojedinca za posjedovanjem i kupovinom stvari. Cilj mu je potaknuti potrošnju i to na način da pojedinac, ili grupa diktiraju ekonomsku politiku. Za konzumerizam je izrazito važno značenje šoping centara jer oni predstavljaju mjesta realizacije ekonomske politike i sam ritual kupovanja. Shodno tome, potrošnja je bitan segment postmoderne kulture i konzumerizma (Čolić, 2013). Hromadžić smatra da je veliki utjecaj na razvoj konzumerizma imalo oglašavanje i marketing. Autor s time povezuje i Freudovu psihoanalizu o iracionalnom te spominje potencijale nesvjesnoga u ljudskom umu. Ocem modernog PR-a smatra se Edward Bernays (Hromadžić, 2008: 9.). Zanimljivo je da su on i Freud bili bliski rođaci. Navodi da je Bernays upravo početkom 20. stoljeća uspio uvjeriti korporacije da mogu povećati prodaju proizvoda i to povezujući ideje potrošačke industrije s idejama o nesvjesnom, čiji je autor Freud. Razumijevanje psihologije mase pokazalo se ključnim za sam razvoj konzumerističkoga društva. U razumijevanju mase, uz Freuda, ključnima su se, smatra Hromadžić, pokazali i Gustave LeBonn te Wilfred Trotter (Hromadžić, 2008: 10.). Autor upućuje i na razliku između početka dvadesetoga stoljeća kada se marketing bavio zadovoljavanjem potrošačkih potreba, a od tada se počinje baviti ostvarenjem želja potrošača. Nova politika koju je marketing provodio uspjela je stvoriti društvo koje žudi za novim stvarima, društvo koje više ne konzumira samo osnovno, potrebno za život, već ostvaruje vlastite želje.<sup>1</sup>

Konzumerizam je postao iluzija kontrole nad vlastitim životom, a pravu su kontrolu imale društvene i korporativne elite. Hromadžić navodi kako je bilo teško govoriti o američkom potrošaču kada su postojali samo radnik i građanin,

---

<sup>1</sup> Hromadžić, Hajrudin: *Konzumerizam. Potreba, životni stil, ideologija*; Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2008. str. 12.

barem što se marketinga tiče. Kako bi to promijenio Bernays je uveo niz novih reklamnih tehnika oglašavanja. Jedna od najpoznatijih povezana je s američkom duhanskom industrijom i vezana je uz 1929. godinu. Naime, američka je duhanska industrija željela proširiti svoje tržište i na žene. Problem je ležao u samoj percepciji mase na ženu s cigaretom. To se smatralo nemoralnim i neprikladnim. Kampanja koja je promijenila pogled društva na ženu s cigaretom zvala se *Torches of Freedom*, Baklja slobode (Hromadžić, 2008: 12.) Bernays se vodio, tumači Hromadžić, ženskom žudnjom za slobodom, ali i statusom koji je cigareta imala; moć i dominacija odnosno muškarci. Njegova kampanja je zabljesnula na uskršnjoj paradi u New Yorku. Angažirao je skupinu žena koje su na njegov znak, u isto vrijeme, upalile cigaretu Lucky Strikea. Bernays je prije toga rekao fotoreporterima kako pobornice ženskih prava planiraju upaliti baklju slobode kao otpor tadašnjem američkom društvu. Nakon što se slika žena koje pale svoju baklju slobode našla u novinama, cigarete su postale simbol ženskih prava i slobode. Svatko tko je nakon toga kritizirao žene koje su se u javnosti pojavljivale s cigaretom bio je etiketiran kao konzervativan i protivnik ženskih prava i sloboda. Naravno, korist iz čitave kampanje imala je samo duhanska industrija koja je svoj proizvod uspjela plasirati većem broju konzumenata (Hromadžić, 2008:12.). Hromadžić ističe kako je Bernays također zaslužan i za danas poznati i tipični američki doručak od šunke i jaja. Ovom je kampanjom Bernays uspio promijeniti prehrambene navike Amerikanaca. Angažirala ga je kompanija Bee-Nut Packing koja je željela poboljšati prodaju šunke. Nisu bili zadovoljni njenim uspjehom na tržištu. Kampanja je dodatno uspjela jer su se u nju uključili i liječnici koji su prednost davali obilnijem doručku (Hromadžić, 2008:13.). Prema Hromadžiću, Bernays je zaslužan i za povećanu prodaju automobila jer je aute predstavio kao odraz muške seksualnosti. I u ovom je slučaju profitirala kompanija, a navike ljudi su se promijenile. Kako sam ranije u tekstu navela, nova marketinška politika i sam konzumerizam djelovali su na

pojedince tako da se stvori dojam kako on sam upravlja svojim životom, svojim navikama i porocima, a ustvari je bilo upravo suprotno (Hromadžić, 2008:13.).

Od 1927. godine dolazi do promjena u samom pogledu na Amerikance. Oni vladi više nisu primarno važni kao državljani već kao potrošači. Tome u prilog ide i prvo spominjanje izraza *consumption* (Hromadžić, 2008: 13.) u američkim medijima. Važno je spomenuti, smatra Hromadžić, i Crni petak na američkoj burzi. Do sloma burze došlo je u listopadu 1929. godine. To je dovelo do gubitka radnih mjesta, ali i ekonomske, gospodarske i socijalne krize. Hromadžić naglašava kako je time pala sumnja na demokraciju i konzumerizam kao vodiljama američkog načina života. Godine 1933. na vlast je došao Roosevelt i promicao novu politiku, takozvani New Deal. Njime je ulagao u industriju te je otvoren velik broj radnih mjesta. Na taj su način građani ponovno dobili dojam kako aktivno sudjeluju u društvu, ali je ta nova politika Roosevelta sukobila s američkom poslovnom scenom (Hromadžić, 2008; 14.).

Hromadžić upućuje na prvu utjecajnu i značajnu studiju o potrošnji, *The Theory of the Leisure Class* čiji je autor Thorstein Veblen (Hromadžić, 2008:18.). Studija je iz 1899. godine, a zahvaljujući njoj u uporabu su ušli termini *upadljiva potrošnja* i *upadljiva dokolica*. Prvi se termin odnosi na trošenje novca s ciljem pokazivanja društvenog statusa, a drugi na slobodno vrijeme koje je karakteriziralo novu društvenu elitu. Također je u praksu ušao termin *teorije kapanja* koji se odnosi na društvenu piramidu u kojoj niži slojevi kopiraju način života viših slojeva. Zajedno s Veblenom, sličnim se pitanjima bavio i njemački sociolog Georg Simmel (Hromadžić, 2008; 19.). U postmodernizmu i samom kapitalizmu razvila se i maksima *reci mi što kupuješ, koristiš, konzumiraš i reći ću ti tko si* (Hromadžić, 2008: 20.). U čitavom se novom političkom, gospodarskom i kulturnom životu razvija načelo koje govori

da se želja za posjedovanjem više ne odnosi na samu funkcionalnost već na status kupca u društvu.

## 2.1. Fordizam i postfordizam

Lipovetsky upućuje da je za kapitalizam je karakterističan razvoj masovne proizvodnje. Cilj je bio proizvesti nešto što će si svi moći priuštiti; od onih najbogatijih do onih najsiromašnijih. Možemo to još nazvati i masovnom proizvodnjom za masovnu potrošnju (Lipovetsky, 2008; 18., 19.). Dvadesetih i tridesetih godina 20. stoljeća masovno se proširio takozvani fordistički model proizvodnje. Odnosio se na masovnu serijsku proizvodnju, a nju je omogućila tekuća vrpca. Kako bi ovakav način proizvodnje opstao velik se broj nekvalificiranih radnika priučio određenom radnom mjestu u tvornici. Tako se došlo do specijaliziranih radnika koji su u strogom režimu stvorili osnove masovne proizvodnje. Naziv fordizam nastao je 1910. godine, a odnosio se na uspjeh koji je Henry Ford postigao svojim jeftinim i svima dostupnim automobilom, model T (Hromadžić, 2008: 25.). Hromadžić u svojoj knjizi *Konzumerizam* spominje kako su Fordovi radnici bili tada najbolje plaćeni tvornički radnici u SAD-u. Radili su 8 sati, a satnica je bila 5 dolara (Hromadžić, 2008; 25.). Masovna fordistička proizvodnja, upućuje Peračković, stvarala je serijske proizvode po nižim cijenama što automatski znači da su dostupni svima. Serijske su proizvode mogli kupiti i oni koji su ih proizvodili što je tada bila novost. Termin suvremene potrošnje odnosi se na dostupnost jeftinih proizvoda širim slojevima društva (Peračković, 2013). Ovaj tip proizvodnje, ali i ekonomske politike manifestira se velikim ekonomskim rastom (Lipovetsky, 2008: 18.).



Hromadžić upozorava na to da sedamdesetih godina opada potražnja za serijskim proizvodima. Javljaju se interesi za individualiziranim proizvodima. Dok je u fordističkom modelu glavno geslo bilo *jedan za sve* (Hromadžić, 2008: 32.), u novom, postfordističkom modelu geslo je *za svakoga* (Hromadžić, 2008: 32.). Nakon fordizma javlja se novi oblik proizvodnje povezan s japanskim automobilom Toyotom; tojotizam. Glavni je cilj tojotizma bio napraviti proizvod koji će odgovarati željama kupca. Dakle, više nije naglasak na jednom proizvodu koji će masa zavoljeti, već se slušaju zahtjevi kupaca i po njihovim se željama stvaraju proizvodi (u ovom slučaju automobili, što nam sugerira i sam naziv). Također, više ne postoji jedna tvornica u kojoj se radi cijeli proizvod već matična firma ima nekoliko manjih podružnica koje izrađuju pojedinačne dijelove (Hromadžić, 2008: 31., 32.). Lipovetsky nam daje primjer tvornice automobila Renault u kojem se 1984. godine proizvodilo 200 000 različitih vrsta vozila. Javlja se i nova vrsta radnika; proleterski radnik. Više se toliko ne obraća pažnja na radnička prava koja su u prošlosti bila teško stečena, već se okreće novim fleksibilnim i honorarnim radnicima koji rade na ugovore na neodređeno razdoblje (Hromadžić, 2008: 36.). Također, nove radnike karakterizira privremeni rad ili pak samozapošljavanje. Takvi se djelatnici još nazivaju i prekarni djelatnici; fenomen prekarnosti. Egzistencija prekarnog djelatnika svedena je na stalnu nesigurnost. Ovaj termin Hromadžić pripisuje katoličkom redovniku Leonceu Crenieru (Hromadžić, 2008: 37.).

*Uvelike se prihvaća da od posljednje četvrtine 20. stoljeća svjedočimo rekonstruiranju kapitalističkog sustava obilježenog, s jedne strane, revolucijom informacijskih tehnologija i, s druge strane, globalizacijom tržišta i financijskom deregulacijom.* (Lipovetsky, 2008; 47.)

Jedna od značajki kapitalizma, smatra Hromadžić, je fleksibilnost. Prateći razvoj industrije i samoga radnika, od 1970. godine do danas prekarSKI je radnik samo dokaz da su ljudi mislili da sve drže pod kontrolom, kao i kod marketinga i razvoja samoga konzumerizma. Radniku se prikazalo da on sam utječe na svoje radno vrijeme, da je fleksibilniji i slobodniji, a opet se ispostavilo da su velike korporacije te koje su nam stvorile privid kontrole nad vlastitim životima (Hromadžić, 2008: 37.).

Prijelaz s fordističkog u postfordistički način proizvodnje, upućuje Hromadžić, doveo je do širenja multinacionalnih kompanija, a to je ujedno značilo i razvoj šoping centara. Svrha centara bila je zamijeniti kupovinu u centru grada onom na rubu grada. Time su se širili gradovi, ali su stvoreni i svojevrsni mali gradovi, šoping centri, u kojima su ljudi imali sve što im je bilo potrebno. Ti javni prostori su u početku bili dostupni većinom ženama, u početku i namijenjeni samo ženama. Drugi svjetski rat doveo je do toga da su žene zauzele radna mjesta koja su do tada pripadala muškarcima. Muškarci su ratovali, a žene radile. Njihov ostanak na radnim mjestima pripisivao se slobodi i neovisnosti, barem onoj financijskoj, koju su radna mjesta pružala. Ženama više ne pripada samo prostor kuće, a ona prestaje biti majka i domaćica. Ona sada ima pristup svim sferama društva, a postaje i poslovna žena. Šoping centri s vremenom prestaju biti samo mjesta za kupovinu (Hromadžić, 2008:47., 48.). U djelu *Konzumerizam* navodi se kako oni postaju mjesto zabave i cjelodnevnog boravka čitavih obitelji jer su sada sve dobne skupine potencijalni potrošači. Dakle, osim trgovina u njima postoje kino dvorane, bazeni, igraonice, restorani, kafići... Najglasnije se pozivalo upravo na razonodu, a odaziv je naravno bio velik (Lipovetsky, 2008; 41.). Lipovetsky navodi kako su šoping centri bili mjesta okupljanja najvećeg broja američkih adolescenata. Po njemu su šoping centri su danas industrijski centri, mjesta na kojima do izražaja dolazi potrošačko društvo i potrošački stil života (Lipovetsky, 2008; 41.).

Sve ranije navedeno odnosi se većinom na SAD i razvijenije zapadne zemlje. Isto ne vrijedi i za Istok zbog politike. U istočnoj je Europi većinom prevladavao komunizam. Dakle, svaka se daljnja promjena u društvu odvijala u skladu s političkim promjenama, posebno nakon Hladnog rata. Tu promjenu još možemo nazvati *tranzicijom postkomunističkih društava* (Hromadžić, 2008: 68).

Ako usporedimo primjerice SAD i komunističke zemlje, pogotovo ako govorimo o konzumerizmu, dolazimo do zaključka kako je ponuda u zemljama u kojima je glavna politička opcija bio komunizam bila itekako ograničena. Glavna je razlika između socijalističkih i liberalnih društava što su liberalna pripadala samo drugom i trećem spomenutom razdoblju. Društvo iz nekad socijalističkih zemalja na neki način pati od traume godina neimaštine te oni ubrzo postaju lakovjerna masa koja šopingom pokušava ispraviti greške i neuspjeh prošle politike. To nam najbolje prikazuje dokumentarni film *Češki san* (*Česky sen*, 2004.) čiji autori su Vit Klusak i Filip Remunda (Hromadžić, 2008:71.). Autori su ujedno i protagonisti koji su mnoštvom reklama uspjeli ljude privući na otvorenje šoping centra koji ne postoji. Na otvorenju se skupilo nekoliko tisuća ljudi, a to itekako potvrđuje tezu o nekad socijalističkim zemljama. Osim toga, Hromadžić nam spominje i nastanak antikonzumerizma kao opreka svemu navedenom. Riječ je o odbacivanju konzumerizma i povećavanju svijesti o racionalnoj i umjerenj potrošnji. S politikom antikonzumerizma možemo povezati i akciju TV turnoff week ili tjedan isključenog TV-a. Akcija je nastala s ciljem osvještavanja o raznim društvenim problemima koji nastaju prekomjernim gledanjem televizije (Hromadžić, 2008:83.).

Težilo se razvoju nove kulture u kojoj je, i onima s najnižih društvenih slojeva, dostupno sve. U tome su bespogovorno prednjačile Sjedinjene Države. Ovaj su trend pokušale slijediti i ostale europske zemlje pa i one donedavno komunističke. Uskoro su ljudi shvatili da nova kultura, osim pozitivnih, ima i

mnoge negativne utjecaje. Nedugo nakon razvoja kulture, razvila se i antikultura. Pretjerana dostupnost svemu i brz razvoj posredovali su razvoju nove konzumerističke generacije. Ta nova generacija odrastala je pod utjecajem reklama, popularne glazbe i idola koje je sama stvorila. Stvorene su norme koje su poklonici kulture slijepo pratili misleći da oni utječu na njen razvoj. Možda je ipak ona utjecala na njih. Možemo doći do zaključka kako je kultura stvorila svoje vjerne pratitelje, konzumente, koji su nesvjesno pomagali i diktirali njendaljnji razvoj i napredak. O ovoj će generaciji više govora biti u samoj razradi Nabokovljeve *Lolite*, jer je upravo Lolita predstavница nove kulture i razvijene Amerike.

### 3. O AUTORU I DJELU

Vladimir Vladimirovič Nabokov rođen je u Sankt Peterburgu 22. travnja 1899. godine. Zahvaljujući svom aristokratskom podrijetlu stekao je izuzetno obrazovanje. Osim ruskoga znao je i engleski i francuski jezik što mu je uvelike pomoglo u daljnjem životu i stvaranju. Uz romane i drame, pisao je i pjesme, bio je prevoditelj, ali i autor mnogih književnih kritika i eseja. Uzore je pronašao u ruskoj književnoj tradiciji i modernoj europskoj književnosti. Kao i mnogi njegovi likovi i sam Nabokov je bio živopisna ličnost. Uz književnost bavio se proučavanjem leptira, a bio je i veliki zaljubljenik u šah. Zajedno s obitelji seli iz Rusije na Zapad nakon revolucije. U Cambridgeu je studirao slavenske i romanske jezike, a nakon toga je živio u Berlinu i Parizu. Zbog uspona nacizma napušta Europu i 1940. godine seli u Sjedinjene Države. Razlog preseljenju leži u židovskom podrijetlu njegove supruge Vere. On je rusko - američki pisac, izvrstan poznavatelj jezika i jedan od najcjenjenijih književnika 20. stoljeća. Smatramo ga majstorom jezika i stila. Podjednako je dobro pisao na ruskom i engleskom jeziku. Financijsku je sigurnost stekao romanom *Lolita* te s obitelji seli ponovno u Europu, u Švicarsku. Umro je 2. srpnja 1977. godine u Montreuxu. Napisao je nekoliko romana na ruskom i engleskom jeziku. Najpoznatiji romani na ruskom jeziku su *Lužinova obrana* (1938.), *Očaj* (1938.), *Poziv na smaknuće* (1936.) i *Dar* (1938.). Na engleskom je napisao svoje najpoznatije djelo *Lolita* (1955.), ali i romane *Pnin* (1957.), *Bijela vrata* (1962.), *Ada* (1969.) i *Laurin izvornik*. On je objavljen posthumno, 2009. godine.<sup>2</sup>

U romanu pratimo opsesiju sredovječnog muškarca, euroljanina Humberta Humberta, dvanaestogodišnjom djevojčicom Dolores Haze. Uz tu, glavnu radnju, Nabokov nam predstavlja i odnos majke i kćeri, zatim Europe i Sjedinjenih Država (i to kroz likove Humberta Humberta, Charlottu i Lolitu), ali i samo

---

<sup>2</sup><http://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=42679>

konzumerističko društvo onodobne Amerike te kako to društvo odgaja i utječe na mlade ljude, na Lolitu.

U romanu su vidljive Nabokovljeve reference na književna djela i književnike. Time nam možda želi ukazati na hijerarhiju njegovih aluzija u kojoj su književna djela iznad samih književnika ili se na taj način samo poigrava čitateljima. Najviše je aluzija na Edgara Allana Poea i njegovu pjesmu Annabel Lee. Nabokov je smatrao da je umjetnost iznad morala pa je i ovo njegovo remek djelo temeljeno na bizarnom odnosu dvoje ljudi.<sup>3</sup>

U predgovoru romana saznajemo sudbinu Humberta Humberta, ali i njegova razmišljanja koja kronološki pripadaju kraju romana. Čitajući roman saznajemo sve o Humbertu i njegovoj fascinaciji Lolitom, ali i sve o njegovoj prvoj ljubavi Annabel. Nabokov nas postupno upoznaje s likovima kako bismo kasnije, ili nebi, mogli razumjeti njihove postupke i razmišljanja. Osim početnog dijela, roman ima još dva. Prvi se dio sastoji od 33 neimenovanih već samo pobrojčanih poglavlja. U ovom dijelu romana Nabokov nas upoznaje s Humbertom Humbertom odnosno on nam se sam predstavlja. Saznajemo kako je došlo do njegove zaljubljenosti djevojčicama, ali ne svima. One posebne on naziva nimficama. Također, ima puno referenci na Poa. Piše o svom životu u Europi, boravku u sanatorijima te svom intelektualnom i znanstvenom radu. Spominje i svoj brak koji je neslavno završio. Nakon toga odlazi u Sjedinjene Države i ondje započinje njegova nova avantura. Sasvim slučajno upoznaje Charlotte Haze i njenu kćerku Dolores (Lolita). Osim nove avanture koja ga veseli također počinju i njegove muke jer ga Lolita neopisivo uzbuđuje i podsjeća na prvu ljubav, Annabel. Ponovno se ženi. Ovoga puta Lolitinom majkom i to samo kako bi ostao što bliže svojoj nimfici. Nakon tragične smrti njegove nove supruge započinju nove avanture, a ponekad ih možemo nazvati i

---

<sup>3</sup> Modern Library's 100 best novels of the twentieth century

mukama, s Lolitom. Prvi dio završava nakon što Lolita saznaje da joj je majka već umrla.

Drugi dio se sastoji od 36 također neimenovanih već samo pobrojčanih poglavlja. U ovom dijelu romana pratimo putovanje Humberta i Lolite. Na svojim putovanjima posjećuju razne motele i hotele, putujući cestom lako je zapaziti niz reklama. Čitavo njihovo putovanje pokazuje utjecaje popularne kulture i konzumerizma na pojedince. Prikaz savršenoga konzumenta te iste kulture je upravo Lolita. Njihovo putovanje završava na istoku, u sveučilišnom gradu Beardsleyu, New Hampshire. Ondje Lolita kreće u školu koja također promovira novu kulturu. Tu vidimo Humbertovu tradicionalnost i europski odgoj. Dolazi do pada Lolitina morala. Sakuplja i štedi novac kako bi jednom mogla i pobjeći no sve dok se to ne dogodi samo nagađamo tu njenu odluku. Nakon vremena provedenog u Beardsleyu ponovno kreću na put. Na tom putovanju Lolita bježi sa Quiltijem. Quilty je bio poznati redatelj, a na kraju saznajemo kako je na svom imanju snimao erotske filmove u kojima su protagonistice bile maloljetnice. Nakon toga kreće Humbertova agonija i potraga za njegovom nimficom. Ne pronalazi ju. Nakon nekoliko godina Lolita se javlja „ocu“. Traži ga novac i javlja mu da je trudna s nekim novim mladićem, s nekim primjerenijim njoj. Na kraju romana Humbert ubija Quilteya. Čitavim romanom pratimo Humbertovu dvojnost koja se ogleda i u njegovom dvostrukom imenu. Dobrog Humberta progoni njegov loš dvojniki kojeg na kraju i pronalazi. Bio je to Clare Quilty. Njegova je smrt značila i smrt lošeg Humberta.

#### 4. POPULARNA KULTURA U ROMANU

Kako bih što bolje prikazala popularnu kulturu i njen utjecaj u samome djelu, važno ju je prvo što bolje objasniti. Popularnom kulturom možemo nazvati slobodu u odnosu na nametnute društvene norme i pravila ponašanja. Također ju možemo smatrati određenim tipom društvenog otpora. John Fiske nam u svom djelu *Popularna kultura* to objašnjava nošenjem traperica. Ovaj je trend prisutan u svim društvenim slojevima, globalno je rasprostranjen te stvara osjećaj prirodnosti i fizičke čvrstine. Također kaže da *svaka roba reproducira ideologiju sustava koji ju je proizveo; roba je materijalizirana ideologija* (Fiske, 2001.). Govoreći o popularnoj kulturi on koristi termin *gerilska taktika* te na taj način opisuje borbu slabih protiv moćnih. O pobjedniku se ne mora govoriti jer je gerilsko nemoguće pobijediti, u ovom slučaju popularnu kulturu. S aspekta ekonomske potrebe industrijske kulture upravo proizvod mora sadržavati ono što je svojstveno većem broju ljudi. Reklame i marketing su glavne strategije popularne kulture. Upravo je potrošnja glavna stavka postmodernoga društva (Čolić, 2013.). Reklame osim proizvoda prodaju i potrošački duh, a težnja popularne kulture je ponavljanje i serijsko nizanje. Prema Fisku, konzumeti su proizvođači, a ne potrošači kulture (Fiske, 2001.).

U romanu je utjecaj popularne kulture vidljiv u svakom dijelu, ali i u likovima Charlotte i Dolores Haze. Charlotta, iako pripada nekoj drugoj tradicionalnijoj kulturi polako u svakodnevni život unosi primjese konzumerizma i popularne kulture. Vrijeme radnje je kraj četvrtoga desetljeća dvadesetoga stoljeća. Vrijeme razvoja marketinga, tržišta, a samim time i konzumerizma. Tako primjerice koristi fotoaparatus, ali vodi i dugotrajne telefonske razgovore s nekolicinom žena iz svog susjedstva. Svoju neovisnost i prava pokazuje pušeci cigarete. Njena sfera više nije vezana samo uz kuću što dokazuje to što ima kućnu pomoćnicu, ali i to što Humberta poziva da s njom ide u šoping.



*Danas mi je Hazetina, u kostimu i cipelama s niskim petama, rekla da ide u grad da kupi neki dar prijateljici svoje prijateljice, i pozvala me da pođem s njom, jer se ja, tobože, odlično razumijem u tkanine i parfeme.* (Nabokov, 2004: 55)

U obiteljskom domu obitelji Haze bio je i gramofon, a najčešće se slušala *Mala Karmen* na zahtjev Lolite. Također, Charlotta je jednom prilikom Humbertu za doručak servirala šunku s jajima. Tipičan američki doručak o čemu sam detaljnije pisala u poglavlju o konzumerizmu općenito. Nakon vjenčanja, Charlotta se u potpunosti prepušta popularnoj kulturi što se najbolje ogleda u njenom čitanju časopisa o uređenju interijera po kojima onda pokušava namjestiti kuću.

*Povodeći se za autoricom knjige „Vaš dom – to ste vi“, zamrzila je male slabašne stolice i tankonoge stoliće. Držala je da je soba sa širokim staklenim površinama i obiljem raskošnih lakiranih ploha muškog tipa, a da se ženski tip odlikuje nježnijim prozorima i krhkijom drveninom. Romane koje je čitala kad sam se doselio k njoj istisnuli su sad ilustrirani katalozi i savjeti o uređenju kuće.* (Nabokov, 2004: 84)

Lolita je najbolji konzument popularne kulture. Njenu zaljubljenost novitetima pratimo čitavim romanom. Ona često čita ilustrirane časopise i stripove. Na zidu u njenoj sobi nalazi se istrgnuta reklama iz časopisa, poster i poznatog pjevača (kojeg uspoređuje s Humbertom) i glumice. Također i reklama za cigarete marke Dromedar. Po majčinim pričama ona želi postati filmska zvijezda, plesati uz džez – muziku i paradirati žonglirajući štapom. Lolita svoje usne često šminka ružem, a nosi i popularnu odjeću; traperice. Često se spominju trgovački centri i šoping koji su osnova popularne kulture. Još jedan od načina na koji Lolita pokazuje svoj bunt i sklonost novitetima je često žvakanje žvakaće gume koju žvače otvorenih usta i često je rasteže. U jednom se dijelu Humbert počinje brinuti za Lolitu jer, iako se zanima za psihijatriju i socijalnu skrb, zapravo nije ništa znao o odgoju pa spominje i *razuzdanost američke djece školskog uzrasta*

(Nabokov, 2004: 134.). Iz Humbertovih zapisa možemo zaključiti kako je popularna kultura loše utjecala na Lolitu, a negativnim smatra i mješovite škole. Lolita otkriva kako je u ljetnom kampu podlegla i seksualnim iskušenjima.

*U početku je moja Lolita odbijala da „proba“; ipak, pobijedile su radoznalost i kolegijalnost i uskoro su se ona i Barbara naizmjenice podavale šutljivom, grubom i neumornom Charlieju, koji teško da je bio spolno privlačniji od prijesne mrkve, ali se zato mogao pohvaliti lijepom zbirkom prezervativa koje je obično lovio u trećem jezeru (...)*(Nabokov, 2004: 148)

Jedan od pokazatelja novih trendova u Americi jest i doručak izvan kuće, a na svom putu Humbert i Lolita osim motela i hotela posjećuju i kavane u predgrađu u kojima doručkuju. Reklame su ipak najbolji pokazatelj marketinga. Svjetleće reklame su svugdje uz cestu. Ako one pozivaju na šoping, Lolita ide u šoping. Ukoliko reklamiraju neko novo piće, Lolita će ga probati. Lipovetsky navodi kako je novo doba američke kulture ujedno i doba hiperpotrošnje (Lipovetsky, 2008: 25.).

Lolitino inatljivo i samodopadno ponašanje možemo također pripisati kulturnim promjenama. Njen je jezik prepun vulgarizama i modernih riječi, poznatih samo njenoj generaciji. Humbert u jednom dijelu spominje i grimasu američke djece koju Lolita izražava *razvlačeći usta u hodu i dopola plazeći zadebljani jezik*(Nabokov, 2004: 161.).

Lolita, nakon što se privremeno nastane u Beardsleyu, upisuje modernu školu. Ravnateljica škole ističe kako ne žele da djeca ne dižu glavu od knjige već da se što bolje prilagode vremenu u kojem žive i to interakcijom s vršnjacima oba spola. Škola važnost pridaje plesu, debatama, predstavama koje sama postavlja, ali i izlascima, odnosno spojevima s dječacima. Nova škola nudi informacije za praktičan život. Konačno, Lolitin moral propada. Po nekoliko puta dnevno pruža razne sladostrasne usluge Humbertu kako bi joj dao više novca, veći džeparac.

Ono s čime se nije mogao pomiriti bila je činjenica da njegova nimfica odrasta. Cijelo je njezino društvo bilo Lolitina preslika i sve su te djevojke zanimaju iste stvari koje Humbert nije želio pojmiti i prihvatiti. Novo američko društvo je dovelo do podizanja društvenog standarda što se ogleda u povećanim željama potrošača.

*(...) svakodnevnica je prožeta imaginarijem potrošačke sreće, snovima o plaži, erotskim ludizmom, vidljivo mladenačkom modom. Rock glazba, stripovi, pin – up, seksualno oslobađanje (...)* (Lipovetsky, 2008: 20.)

#### **4.1. Odnos s majkom**

Izvor informacija u čitavom romanu je Humbert Humbert. Kako od njega saznajemo sve o događajima u romanu saznajemo i detaljne, fizičke i psihičke, opise Lolite i njene majke Charlotte. Čitajući, ostavlja na nas dojam vjerodostojnog pripovjedača, onoga u kojeg možemo imati povjerenja i čije su informacije stvarne i istinite. Ipak, detaljnije iščitavajući saznajemo kako je nekoliko puta bio u sanatorijima i kako se i sam bori s vlastitim mislima, doživljajima i konačno sa samim sobom. Budući da drugi izvori ne postoje, na čitatelju je hoće li mu vjerovati ili ne.

Lolita je za njega odraz savršenstva i ideala, bez obzira na mane. Njih pripisuje njenom ponekad nestašnom ponašanju. Fizički opisi kojima nam Humbert želi predočiti Lolitu su opisi zaluđena čovjeka. Njeno savršenstvo je po Humbertu nemjerljivo s ičim (eventualno s njegovom neprežaljenom Annabel). Izraženiji su opisi koje Lolita budi u Humbertu nego oni njenog fizičkog izgleda. S druge strane, Charlotta Haze je sve suprotno. Rijetko ju kada, govoreći o njoj,

oslovljava pravim imenom. Ona je za njega češće Hazetina, baba, stara. Tek nakon što se vjenčaju, u svom je dnevniku naziva gospođa Humbert, ali izrazito ironično. Charlotta je dobro odgojena malograđanka, vjernica i pobornica strogog odgoja i pristaša svega vezanog za Crkvu. Trudi se postati idealna članica društva, u čemu ne uspijeva najbolje. U maloj sredini u kojoj živi se pokušava sprijateljiti s onima najutjecajnijima i najobrazovanijima ili pak onima koje smatra takvima. Iako ona ni po čemu ne odgovara težnjama i željama Humberta, on ju svejedno opisuje kao zgodnu tridesetpetogodišnjakinju. Zgodnu koliko ona u njegovim očima takva uopće može biti.

Odnos majke i kćeri u ovom je romanu izrazito bitan jer preko njega možemo pobliže upoznati američku kulturu koja ih ustvari razdvaja. Prikaz je to stare i nove američke kulture koje su u potpunosti drugačije i stvaraju generacijski jaz. Lolita je tipična tinejdžerica. Mlada, buntovna i znatiželjna, često koristi vulgaran rječnik, a ponekad se prema Humbertu ponaša izrazito izazovno (majka isto primjećuje u odnosima sa školskim kolegama). Dakle, upravo je Lolita kao mlada i buntovna predstavница nove, isto tako, mlade kulture. Kulture koja ne odgovara onima koji u njoj nisu ili ne odrastaju. Charlotta je pak, s druge strane, predstavница stare kulture. Kulture na izmaku i one koja jenjava. Česte su svađe majke i kćeri i to zbog sitnica. Lotte, kako Charlottu nekoliko puta oslovljava Humbert, se često žali na Lolitino ponašanje. Naziva ju bezobraznom i prkosnom. Primjer Lolitina bezobrazluka je scena u dvorištu u kojoj su majka, Humbert i Lolita. Nakon što majka prokomentira kako je vrijeme da djevojčica pođe na spavanje, Lolita to prihvaća burno te ih naziva prascima (Nabokov, 2004: 50.). Majka često Lolitu, pogotovo kada se na nju žali Humbertu, naziva neodgojenom te ju odlučuje poslati u ljetni kamp, a kasnije i internat kako bi se njeno ponašanje promijenilo. Lolita se često ponaša drsko. Sve je ovo rezultat drugačije kulture nego one u kojoj je odrasla njena majka, ali naravno i rezultat majčinih odgojnih mjera, odnosno neodgojnih.

Humbert za Charlotte često kaže kako je ljubomorna i posesivna. Cijelo se vrijeme više brinula za to da Humbert ne uživa u Lolitinu društvu nego što se brinula načinom na koji ju gleda (Nabokov, 2004: 60.). Dokaz o odbojnom stavu koji majka ima prema kćeri vidljiv je u dijelu u kojem Lotte ispunjava anketu u časopisu pa od svega ponuđenoga kćeri pripisuje epitete agresivne, negativne, nepovjerljive i mrzovoljne djevojčice. Kulminacija majčine sebičnosti najizraženija je nakon što sazna da ju Humbert ne voli i da na drugačiji i ljepši način gleda njenu kćerku. Više su je povrijedile ružne riječi koje je u dnevniku pročitala o sebi od onoga što Humbert osjeća prema Loliti. Način na koji ju gleda i sve ono što osjeća prema njoj i što Lolitu može ugroziti Lotte je stavila u drugi plan. Temelj lošeg odnosa majke i kćeri leži u izostanku njihove komunikacije. Majka je ovdje ta koja gleda samo na sebe, djevojčica je ona koja predstavlja tipičan primjer utjecaja konzumerističkog društva. U ovom slučaju utjecaj nove kulture nije se pokazao najboljim pogotovo ako izostaje autoritet. Charlotta i Lolita, osim što prikazuju odnos majke i kćeri, prikazuju i odnos tradicije i popularne kulture, kulture konzumerizma. Dakle, svaki element njihova odnosa jednako prikazuje generacijske probleme u obitelji koliko i kulturne probleme među generacijama koje su različito odgojene.

Lipovetsky tumači odnos među generacijama koji možemo usporediti s odnosom Lolite i njene majke. Navodi kako se adolescent želi razlikovati od svojih roditelja pa zato radi sve suprotno i drugačije. Napraviti će bilo što čime će se potpuno udaljiti od roditelja i njihovog svijeta. Lipovetsky nam ovu temu predstavlja kroz marke odjeće. Kupujući drugačije od roditelja oblikuje svoju vlastitu ličnost (Lipovetsky, 2008: 31).

*Tu vidimo da je toliko isticana oprečnost između individualizma i postmodernog „tribalizma“ posve umjetna i varljiva (...) (Lipovetsky, 2008: 31.)*

## 4.2. Odnos Europe i Amerike

Govoreći o popularnoj kulturi važno je spomenuti razliku između tadašnje Europe i Amerike. S jedne strane imamo Europu na čijem istoku prevladava politika komunizma. Konzumerizam i popularna kultura općenito u taj dio Europe nikako nisu mogli doći. Zapad Europe je razvijeniji, no ni ondje nova kultura nije bila u tolikom zamahu kao u Americi, točnije Sjedinjenim Američkim Državama. Europski se kontinent oduvijek smatrao tradicionalnijim od onog američkoga. Polariziranje ovih dvaju kontinenata provlači se čitavim romanom.

Na samom početku romana upoznajemo Humberta Humberta i njegovo podrijetlo te europski način života. On je obrazovan čovjek koji je život proveo prvo na obali, a zatim u centru kulture, Parizu. Zahvaljujući prijateljima u liječničkoj struci on posjećuje sirotišta i popravne domove te pod krinkom stručne studije promatra djevojčice. Često se referira na stara djela i primjere u kojima govori o različitom shvaćanju i prihvaćanju odnosa starijih muškaraca i djevojčica. Navodi primjer kako je dozvoljeno udvarati se šesnaestogodišnjakinjama, ali ne i četrnaestogodišnjakinjama. On to smatra besmislenim. Također, spominje Zakon o djeci i mladim osobama usvojenom u Engleskoj. Termin *girl child* (djevojčica) se odnosi na osobu ženskoga spola kojoj je više od osam, a manje od četrnaest godina. U Americi pak postoji termin *way - wardchild* (raspušteno dijete) koje se odnosi na djevojčicu između sedam i sedamnaest godina koja opći s poročnim i nemoralnim osobama. Ova se dva „zakona“ savršeno uklapaju u njegovu koncepciju nimfica. Na početku sam uspoređuje Europu i Ameriku. Europa mu predstavlja ideal samo zbog Annabel i njihove djetinje ljubavi dok mu je Amerika pokušaj da se vrati tom idealu. Odnos dviju kultura i dvaju kontinenata najbolje vidimo, pogotovo u prvom dijelu, kroz lik Charlotte Haze. Upravo ona, kada želi zadiviti gosta iz Europe,

koristi francuske izraze kako bi se doimala što učenije. Bez obzira na to što ih koristi nepravilno i dalje su dio njenoga rječnika. U pismu u kojem Charlotta predlaže Humbertu da započnu ljubavnu vezu i da se vjenčaju sebe naziva bijednom i priprostim Amerikankom, a njega tradicionalnim Europljaninom. Nadalje, Humbert spominje tipičnu američku grimasu koju Charlotta u jednom dijelu romana napravi; *prevrćući očima i otoboljujući jednu stranu usne* (Nabokov, 2004; 82). Istu je grimasu ponekad vidio i na Loliti. Možda Europa za Amerikance predstavlja tradiciju, ali ne ako se pokušava asimilirati u američku kulturu. To se najbolje vidi u pristupu prema doseljenicima u školama u odnosu na domaće školare. Također, Humbert sam sebe u jednom dijelu naziva *američkim građaninom mutnog europskog podrijetla* (Nabokov, 2004: 113.). Nakon što postanu supružnici Charlotta otkriva Humbertu kako bi željela zaposliti njemačku sobaricu s iskustvom. Time još jednom daje naslutiti kako Europu smatra kontinentom na kojem počiva čitava tradicija i ideal, a kako svojom kućnom pomoćnicom, crkinjom Louise, nije zadovoljna. Ili se ona pak ne uklapa u novo društvo kojem se Charlotta želi dodvoriti. Također, za mjesto bračnog putovanja bira Englesku no Humbert ju od toga odgovara naglašavajući kako je za njega to truli i stari kontinent za kojega ga vežu loše uspomene. Humbertu možemo, ali i ne moramo vjerovati jer je vjerojatnije da ne želi u Europu jer bi tada bio još dalje od Lolite. Dakle, kroz čitav prvi dio romana Charlotta je ta koja idealizira Europu. Možda razlog tomu leži u njenom dodvoravanju gostu iz Europe. Humbert ne ostavlja dojam toliko tradicionalnog i tipičnog stanovnika staroga kontinenta. U drugom pak dijelu romana Charlottino mjesto zauzima Dolores, Lolita. Ona je ta koja predstavlja američku kulturu, a Humbert odjednom postaje tradicionalan i ozbiljan. Sve ono što u prvom dijelu nije. To naravno možemo objasniti činjenicom da na početku Charlotta odgaja Dolores, a kasnije njenu ulogu preuzima Humbert. Isto tako, on ju pokušava zaštititi svim silama, ali ne zbog lošeg utjecaja nove kulture na djevojčicu već zbog vlastite posesivnosti i osjećaja posjedovanja. Nakon što

Lolita upiše novu školu u Beardsleyu svi profesori misle kako je Humbert tradicionalan i strog zbog svoga europskog podrijetla. Smatraju da Loliti ništa ne govori o seksualnosti i općenito spolnosti. Dakako, ne razgovara s njom na način na koji to profesori u školi očekuju. Čak ga nazivaju strancem i neutraliziranim Amerikancem. Naravno, nitko ne zna pravi uzrok njegove posesivnosti. Dakle, najvažnija razlika između onodobne Amerike i Europe predstavlja upravo Lolita. Humbert predstavlja Europu, Lolita Ameriku, a Charlotta je prijelaz između dva kontinenta i dvije kulture. Ona je i poveznica i razdjelnica.

### **4.3. Motiv putovanja u romanu**

Gotovo cijeli drugi dio romana možemo nazvati romanom ceste ili romanom putovanja. Veći dio ovoga dijela prati Humberta i Lolitu na putu kroz Ameriku. Njihov je put kreirao sam Humbert i to s ciljem da se udalje od sredine u kojoj je nesretno stradala njegova supruga. To je bio službeni razlog za susjede, a u početku i za Lolitu. Stvarna svrha i cilj bili su da provede vrijeme s Lolitom, njegovom najvećom ljubavlju i brigom. Njihovo je putovanje započelo u kolovozu 1947. godine i trajalo je do otprilike istoga mjeseca 1948. godine. Nakon cjelodnevne vožnje u automobilu gospodina Hazea večeri su provodili u motelima, hotelima, raznim bungalovima... Humbert je najviše volio motele. Smatrao ih je pouzdanima, čistima i urednima.

*Uskoro sam više od svakih drugih turističkih prenoćišta zavolio motele – čista, uredna, pouzdana utočišta što se sastoje od zasebnih kućica ili od soba pod istim krovom, idealna mjesta za spavanje, svađu, pomirbu i nezasiťnu i nedopuštenu ljubav. (Nabokov, 2004: 157.)*



Oboje su mrzili obične kolibe, a Humbert se znao ismijavati imenima svojih kratkotrajnih destinacija. Iako su ta imena trebala biti primamljiva posjetiteljima bila su predmet njegovih poruga. Na primjer Zalazak sunca, Zeleni dvori, Šumski dvori, Rajski i svi drugi slični dvori, gorja i borja. Često su uz ceste kojima su prolazili bile reklame za hotele ili pak hranu. Šareni i svijetli plakati koji su mamili i dozivali sve, osim Humberta koji se brinuo o drugim stvarima. Svaka je reklama bila specifična i imala neko svoje geslo ili slogan. Humbertu su najprimamljivije bile one koje su nudile besplatan smještaj djeci do četrnaest godina. Lolitu su osim reklama fascinirali i veselili svi popratni sadržaji koji su u hotelima bili dostupni, uz nadoplatu, naravno. Redovito bi tako palila bučni ventilator u sobama za koji se moralo izdvojiti nekoliko centi. Također se redovito zaustavljala pokraj muzičkih automata, a redovito je pregledavala prospekte koje bi pronašla u sobi. Tijekom putovanja također su opisani i nužnici uz cestu koje je Lolita koristila.

*Moja neizbirljiva Lolita rado se služila nužnicima uz cestu – očaravali su je njihovi natpisi: Momci – Cure, Ivica i Marica, On i Ona pa čak i Adam i Eva.*(Nabokov, 2004: 166)

Sam motiv putovanja u romanu blisko je povezan s popularnom kulturom. Osim što su pokraj cesta bile postavljene reklame te iste su pozivale i na posjetu. Pejzaž kojim putuju prikazuje uobičajen američki pejzaž. Od ravnica pa sve do gorja i planina koje vide kroz prozore automobila. Specifičnost i razlika između pejzaža iz *Lolite* i svakog drugog je u tome što je iza svakog brdašca, na svakoj livadi i na uvijek oku ugodnom mjestu bila reklama. Reklama koja je iskakala iz prirodnog okruženja i kao takva, isticala se i pozivala na dolazak, ali i na samu konzumaciju. Reklama koja je, na neki način, narušavala sklad i idilu prirode, ali je opet takva neprirodna, na neki drugi način, ondje savršeno odgovarala. Hotelske sobe bile su također prepune prospekata i svih tekovina nove američke

kulture. Katkad je Lolita uspjela nagovoriti Humberta da odsjednu u pravom, luksuznom hotelu. Osim hotela, Lo je voljela i svratišta u kojima su se posluživala najfinija jela u neograničenim količinama. Putovao je različitim dijelovima zemlje pa je tako naišao i na izrazito rasističke i njemu drugačije sredine.

*Izbjegavali smo takozvane „privatne sobe“ (srodne pogrebnim zavodima), staromodne, dozlaboga malograđanski namještene, bez zasebnih kupaonica, s kićenim toaletnim stolicima u ubitačnim bijeloružičastim spavaćim sobama ukrašenim slikama gazdaričine djece u svim stadijima razvoja.* (Nabokov, 2004: 159.)

Budući da je njihovo putovanje trajalo dosta dugo, javilo se pitanje financija koje su se topile. Kako su putovanja postajala skupa, bungalove i lijepe motele i hotele zamijenili su jeftinijim motelima. Razlog kraju njihova putovanja bila je i škola u koju se Lolita morala vratiti. Na svoje drugo putovanje u ovom dijelu romana odlaze nakon svađe oko nove škole, društva... Plan putovanja ovoga je puta birala Lolita. Upravo je to bio uvjet za novu pustolovinu. Ovo putovanje ne završavaju zajedno jer Lolita bježi pa Humbert ostaje sam. Humbertovo putovanje prestaje i započinje potraga, a Lolitino se nastavlja.

## 5. FILMSKA OSTVARENJA

Prva ekranizacija Nabokove *Lolite* u režiji Stanleya Kubricka seže u 1962. godinu. Dakle, samo sedam godina nakon što je knjiga postala dostupna čitateljima. U glavnim su ulogama James Mason koji utjelovljuje Humberta Humberta i Shelley Winter u ulozi Lolite. U filmu postoje odstupanja od knjige.

Na samom početku Humbert dolazi na Quiltyjevo imanje i ondje ga ubija. Razlog tomu je ono što se dogodilo Loliti. Zatim se radnja vraća četiri godine natrag u prošlost. Humbert dolazi u Sjedinjene Države provesti mirno ljeto. Nema pregleda njegova života u Europi. Sam dolazak Hazeovima je drugačiji od onoga u knjizi. Charlotta je na samom početku izrazito napadna te Humberta vodi u svoju sobu kako bi mu pokazala slike poznatih slikara. Humbert je, kao i u knjizi, očaran Lolitom na prvi pogled. Također, sve važne likove upoznajemo na plesu; obiteljske prijatelje Jean i Johna, Quiltya, ali i Lolitinu pratnju Kennya. Iz razgovora s Charlotte saznajemo da je Quilty spavao s njom i poznaje njenu kćerku Lolitu. Svade Lolite s majkom nisu toliko intenzivne kao što nam Nabokov predstavlja u romanu. Lascivne su scene maksimalno ublažene. Ostale su situacije više – manje iste (putovanje, problemi i nova iskustva u školi). Kraj romana je također pomalo izmijenjen, no srž čitavog djela je prenesena na filmsko platno. Ublažavanje nekih scena i male promjene u samom scenariju mogu se pripisati i vremenu u kojem je film nastao.

Druga i za sada posljednje ekranizacija je iz 1997. godine. Režiju potpisuje Adrian Lyne, a u glavnim su ulogama Jeremy Irons i Melanie Griffith. Očekivano, s obzirom na godinu u kojoj je film snimljen, puno je realniji i vjerodostojniji.

Na samom početku saznajemo da je Humbert počinio ubojstvo, ali ne vidimo taj događaj. Sačuvan je za veliko finale filma. Dolazak u Sjedinjene Države sličan je onom iz Kubrickovog filma, ali nam Humbertov glas u pozadini otkriva važne dijelove i uvelike se oslanja na knjigu. U čitavom filmu situacije više odgovaraju onima iz knjige, a scene koje su u prvoj ekranizaciji cenzurirane ovdje su prikazane. Barem su detaljnije prikazane. Lolita više odgovara pravoj Nabokovljevoj Loliti; i po godinama i po načinu odijevanja.

## 6. ZAKLJUČAK

Konzumerizam i popularna kultura postali su bitna odrednica dvadesetoga stoljeća. Događaju se promijene u svakodnevnom načinu života. Od tada i oni koji proizvode mogu kupovati, što ranije nije bio slučaj. Razvija se društvo ovisno o kupovini koje osim neophodnim stvarima teži i potpuno nevažnima, ali njima se ukazuje na društveni status. Razvojem marketinga mislimo da smo mi ti koji smo ga stvorili i da utječemo na njegov razvoj, a ustvari je marketing stvorio svog kupca i čitavu hordu sljedbenika. Pojedincu izmiče kontrola nad samim sobom, a on toga nije svjestan.

Roman *Lolita* zasigurno je najveća Nabokovljeva uspješnica, a objavljena je 1955. godine. U prilog tomu ide činjenica da je prevedena sve svjetske jezike, a ima i dvije ekranizacije. Prva iz 1962., a druga iz 1997. godine. Knjiga je zanimljiva čitateljima jer govori o nažalost svakidašnjoj temi o kojoj se ne govori, a to je fascinacija sredovječnog muškarca s djevojčicom. Iako se na prvo čitanje ovo može činiti kao jedina i glavna tema čitavoga romana, tomu nije tako. Uz glavnu temu ima i niz sporednih kojima nas Nabokov upoznaje s kulturom onodobne Amerike. Uz prikaz popularne kulture i kulture konzumerizma općenito, daje nam temu odnosa kćeri i majke, prikazuje razlike između tradicionalne Europe i suvremene Amerike, ali i donosi motiv putovanja. Taj motiv putovanja i žanr romana ceste Nabokov nam donosi u čitavom drugom dijelu romana. Nabokov nam donosi pregled američkog pejzaža. Priroda je zamijenjena tekovinama modernoga društva. Velike i svjetleće reklame koje pozivaju na konzumaciju i trošenje, moteli te zabavni parkovi. Također, pokazuje nam i kako ta kultura utječe na razvoj mladog čovjeka koji je zaslijepljen njome.

Popularna kultura, koja se razvija zajedno s konzumerizmom u drugoj polovici dvadesetoga stoljeća, savršeno je prikazana u romanu *Lolita* Vladimira

Nabokova. Autor nam probleme popularne kulture oslikava odnosom između tradicionalne Europe i moderne Amerike. Amerike u potpunosti uronjene u popularnu kulturu i konzumerizam. Osim toga, problemi su vidljivi i kroz odnos majke i kćeri. Majke kao predstavnice tradicionalne i stare kulture te kćeri koja je odraz prodiranja nove kulture. Kulture koja se, kao i ona sama, buni protiv ustaljenoga i tradicije te teži novom.

## *Sažetak*

Tema ovoga rada je konzumerizam u *Loliti* Vladimira Nabokova. Uz konzumerizam bavila sam se odnosom majke i kćeri, razlikom između Europe i Amerike te motivom putovanja (žanr romana ceste) u samome romanu. Teme kojima sam se bavila povezala sam sa samim konzumerizmom i popularnom kulturom. U svrhu što boljeg razumijevanja navedenih tema kojima sam se bavila bilo je potrebno objasniti temeljne pojmove vezane uz konzumerizam i popularnu kulturu. Konačno, spomenula sam i ekranizacije ovoga romana te dala kratak osvrt o istima.

## *Ključne riječi*

konzumerizam, popularna kultura, Lolita, sukob generacija, putovanje

## IZVORI

Nabokov, Vladimir: *Lolita*. Jutarnji list, Zagreb, 2004.

## LITERATURA

Baudrillard, Jean: *Simulacija i zbilja*. Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001.

Čolić, Snježana: *Suvremena potrošačka kultura neoliberalnog kapitalizma i održivosti: globalni aspekti*. Zagreb, 2013. u *Potrošačka kultura i konzumerizam*; Biblioteka Centra za kulturne studije – Knjiga prva, Institut za društvene znanosti Ivo Pilar. Zagreb, 2013., str. 11. - 24.

Fisher, Mark: *Kapitalistički realizam*. Naklada Ljevak, Zagreb, 2011.

Fiske, John: *Popularna kultura*. Clio, Beograd, 2001.

Hromadžić, Hajrudin: *Konzumerizam. Potreba, životni stil, ideologija*. Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2008.

Lipovetsky, Gilles: *Paradoksalna sreća. Ogled o hiperpotrošačkom društvu*. Biblioteka Antibarbarus, Zagreb, 2008.

Peračković, Krešimir: *Osnovni pojmovi u sociologiji potrošnje*. Zagreb, 2013. u *Potrošačka kultura i konzumerizam*; Biblioteka Centra za kulturne studije – Knjiga prva, Institut za društvene znanosti Ivo Pilar. Zagreb, 2013., str. 24. – 46.

Solar, Milivoj: *Suvremena svjetska književnost*. Školska knjiga, Zagreb, 1997.

## INTERNETSKI IZVORI

<http://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=> 15.9.2016.