

# Elementi popularne kulture u američkoj književnosti 20. st.

---

Jašarević, Iris

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:301056>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
University of Zagreb  
Faculty of Humanities  
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb  
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**  
**FILOZOFSKI FAKULTET**  
***ODSJEK ZA KOMPARATIVNU KNJIŽEVNOST***

**Ak. god. 2019./2020.**

**Iris Jašarević**

**Elementi popularne kulture u američkoj književnosti 20. stoljeća**  
*diplomski rad*

**mentorica: prof. dr. sc. Maša Grdešić**

**Zagreb, 2019.**

## Sažetak

Popularna kultura nastaje, rapidno se razvija i širi prvenstveno u Sjedinjenim Američkim Državama, i ostatku Zapadnog svijeta, početkom 20. stoljeća. Od prvih pojava popularna kultura postaje neizbježan dio većine segmenata modernog načina života američkih građana. Tako se njezini tragovi pronalaze u industriji, svakodnevnim aktivnostima i proizvodima, razonodi i općenitom stilu života, ali i u visokoj kulturi. Kulturalni studiji 60-ih godina istog stoljeća zaživjeli su kao akademsko polje koje pokušava naglasak izučavanja i znanja staviti na raznolike manifestacije kulture, posebice na one nerijetko previđene kao što je popularna kultura. Elemente popularne kulture moguće je pronaći u skoro svim sferama ljudskog djelovanja, pa tako i u velikoj većini umjetničkih djela. Proizvodi takozvane visoke kulture također obiluju segmentima popularne kulture, no taj aspekt visoke kulture rijetko kada dolazi u fokus izučavanja iste. Fokus rada na trima je svjetski poznatim romanima, *Velikom Gatsbyju*, *Lovcu u žitu* i *Loliti*, ali umjesto uobičajenih, sadržajnih, formalnih, simboličkih i sličnih, analiza proučava se ono *popularno*. Takvi elementi nerijetko bivaju zanemareni i viđeni kao nešto trivijalno što nema značajniji utjecaj na razumijevanje cijelog djela, ali gubitkom tih *trivijalnih* elemenata izabrana djela ne bi bila ono što ustvari jesu. *Velikog Gatsbyja* ne možemo percipirati na isti način bez utjecaja jazz glazbe ili automobila jednako kao što ni *Lovac u žitu* bez sporta ili *Lolita* bez potrošačke kulture ne mogu biti u potpunosti *zatvorena* i *konačna* djela. Pružanjem drugačijeg, ne toliko standardnog, pogleda na čitanje i shvaćanje ovih djela rad se bavi promoviranjem šireg kulturološkog shvaćanja književnosti, to jest umjetnosti kao takve.

**Ključne riječi:** popularna kultura, američka književnost, *Lolita*, *Veliki Gatsby*, *Lovac u žitu*

# Sadržaj

Uvod .....	4
Definiranje popularne kulture .....	6
Popularna kultura Sjedinjenih Američkih Država 1900.-1960. ....	10
Komparativna analiza elemenata popularne kulture .....	14
Popularno kao glavni lik djela .....	24
Veliki Gatsby .....	24
Lovac u žitu .....	25
Lolita .....	27
Zaključak .....	28
Literatura.....	29

## Uvod

Popularna kultura fenomen je neodvojiv od nastanka i rapidnog širenja suvremenih medija, kao što su novine, časopisi, radio, televizija ili film, i tehnologije koja navedene medije omogućava.<sup>1</sup> Zbog rasprostranjenosti popularne kulture na Zapadu u 20. stoljeću bilo je nužno pokušati definirati istu te se popularnom kulturom najčešće smatra ono što se sviđa velikom broju ljudi i što je suprotstavljeno tradicionalnoj visokoj kulturi namijenjenoj samo određenim, najčešće visoko obrazovanim, pojedincima.<sup>2</sup> Među raznim teoretičarima i njihovim pristupima popularnoj kulturi istaknulo se viđenje popularne kulture kao proizvoda koji ljudi stvaraju sami za sebe u tjesnacu između industrije kulture i svakodnevnog života.<sup>3</sup> Samim time što popularnu kulturu i njezine proizvode stvara industrija s kakvim određenim ciljem, a njezini potrošači, odnosno, obični svakodnevni ljudi, konzumacijom stvaraju vlastita osobna značenja proizvoda koja se ne drže nužno inicijalne zamišljene industrijske ideologije, popularna kultura je kontradiktorna industrijskom društvu u kojem nastaje.<sup>4</sup> Popularna kultura prolazi kroz sve procese kružnog toka kulture – kreće s reprezentacijom i identifikacijom, potom započinje proizvodnja te konačno potrošnja i regulacija iste, a za potpuno razumijevanje njezinog nastanka nužno je poznavanje njezinih proizvoda i načina konzumacije istih.<sup>5</sup> Popularna kultura i njezini sveprisutni produkti dio su naše svakodnevnice, no nerijetko zapadaju u pozadinske planove. Umjetnička djela nerijetko obiluju elementima popularne kulture koji se kreću od trivijalnih detalja koji nikako ne utječu na radnju, karakterizaciju ili shvaćanje djela, do toga da određen aspekt popularne kulture dominira djelom do razine gdje bez njega, iako se na prvi pogled ne čini toliko bitnim, ne bi bilo ni samog djela. Prilikom konzumiranja umjetnosti, posebice kod literarnih djela, analiza mnogobrojnih tragova popularne kulture predstavlja iznimno mali postotak, ako je uopće postojan.

*Veliki Gatsby*, *Lovac u žitu* i *Lolita* iznimno su poznata i popularna književna djela, čitana diljem svijeta, s velikim brojem studija i tumačenja te značajnim utjecajem na modernu kulturu, no zbog najčešćeg fokusa na radnju ili simboliku zanemaruje se plodnost elemenata popularne kulture toga doba koji otvaraju mogućnost detaljnijeg razumijevanja samog djela,

---

<sup>1</sup> Fiske, J. Popularna kultura. Beograd: Clio, 2002.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Duda, D. Kulturalni studiji: ishodišta i problemi. Zagreb: AGM, 2002.

<sup>5</sup> Ibid.

ali i konteksta, vremena, u kojem je nastalo. Moglo bi se reći da bez *nebitnih* stvari iz područja ljudske svakodnevnice i trivijalne popularne kulture navedenih djela ne bi ni bilo jer su, uz sve svoje *visokokulturne* i intelektualne vrijednosti, nerazdvojivo isprepletena s utjecajem nove popularne kulture američkog društva svoga doba. Ovaj rad posvetit će se upravo analizi takvih elemenata popularne kulture u navedenim književnim djelima, uz definiranje popularne kulture i komparativni prikaz prisutnosti elemenata popularne kulture u djelima, rad će naglasiti važnost neizostavnih segmenata popularne kulture u svakom pojedinačnom djelu bez kojeg ono ne bi bilo onakvo djelo kakvo poznajemo.

## Definiranje popularne kulture

Kultura je pojam neodvojiv od popularne kulture i bez primarnog definiranja kulture kao takve, očekivano, nije moguće definirati ni popularnu kulturu kao potkategoriju iste.<sup>6</sup> Riječ *kultura* opravdano možemo smatrati jednom od najkompliciranijih riječi zbog njezine bogate raznovrsne pojave i mnoštva značenja.<sup>7</sup> Povijest samog pojma i njegova raširenost upućuju na to da *kultura* ne posjeduje dogovorenu i općenitu upotrebu, već njezino značenje uvelike ovisi o ostalim diskurzivnim elementima kojima je okružena i njihovom značenju i kontekstu u kojem se nalazi.<sup>8</sup>

Neki od prvih teoretičara kulture i kulturalnih studija kulturu opisuju kroz tri definicije, odnosno, razlikuju tri drugačije upotrebe termina. Prvi pristup kulturi definira ju kao proces duhovnog, estetičkog i intelektualnog razvoja čovječanstva u odnosu na prethodne i općeprihvaćene društvene vrijednosti.<sup>9</sup> Odmicanjem od ovakve idealistične slike kulture razlikujemo preostale dvije kategorije, kulturu kao način života ljudi i određenog vremena te kulturu kao rezultat intelektualnih i umjetničkih djelovanja.<sup>10</sup> Primijenimo li opisanu slojevitú kategorizaciju kulture na Zapadni svijet, *idealna* kultura referira se na filozofe, umjetnike i znanstvenike koji su svojim estetskim ili intelektualnim radom doprinijeli daljnjem razvoju zapadne civilizacije, *socijalna* kultura opisuje specifični način života određene skupine ili vremenskog perioda čije vrijednosti ne prepoznamo isključivo u umjetničko-intelektualnoj domeni već i u institucionalnom i svakodnevnom životu, a *dokumentarna* je kultura vezana uz industriju kulturnih proizvoda i njihovih značenja.<sup>11</sup> Za dublje razumijevanje kulture potrebno je posvetiti pozornost svim navedenim kategorijama, no za definiranje popularne kulture teoretičari posežu samo za *socijalnom* i *dokumentarnom* kulturom.<sup>12</sup>

Osim definiranja termina *kultura*, za teorijsko bavljenje popularnom kulturom nužno je spomenuti i pojam *ideologija*, jer u kulturalnim studijima termini *kultura* (a posebice popularna kultura) i *ideologija* nerijetko su korišteni kao svojevrsni sinonimi.<sup>13</sup> Kao što smo

---

<sup>6</sup> Storey, J. Cultural theory and popular culture: an introduction. III. izdanje. Harlow [etc.]: Pearson education: Prentice Hall, 2001.

<sup>7</sup> Duda, D. Kulturalni studiji: ishodišta i problemi. Zagreb: AGM, 2002.

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Williams, R. Analyses of culture / The long revolution. Harmondsworth: Penguin books, 1965.

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Storey, J. Cultural theory and popular culture: an introduction. III. izdanje. Harlow [etc.]: Pearson education: Prentice Hall, 2001.

<sup>12</sup> Ibid.

<sup>13</sup> Ibid.

kulturu definirali kroz tri zasebne kategorije, ideologiju također razumijemo kroz slojeve, točnije, razlikujemo nekoliko pristupa terminu. Ideologija tako predstavlja sustavni korpus ideja određene skupine pojedinaca, ali također se koristi za naglašavanje manipulacije i iskrivljavanje slike stvarnosti kulturnim proizvodima i običajima koji stvaraju određenu *lažnu svijest* koja onemogućuje ljudima da ispravno percipiraju društvenu ili ekonomsku situaciju u kojoj se nalaze.<sup>14</sup> Slično prethodnoj definiciji ideologije, unutar kategorije ideologije razlikujemo ideološke forme koje fokus stavljaju na izgradnju, ne nužno točne, slike svijeta kroz razne oblike medija.<sup>15</sup> Ideologiju tako već možemo promatrati kao običaje i svakodnevne aktivnosti, a ne više samo kao ideje i teorije.<sup>16</sup> Konačno, ideologiju možemo *barthesovski* promatrati, odnosno, možemo je definirati kao prostor kojim dominira ograničavanje ili prepravljavanje već postojanih kulturalnih značenja i konotacija.<sup>17</sup> Iako se područje djelovanja kulture i ideologije nerijetko dodiruje, pa i isprepliće, temeljna je razlika neizbježna politička sfera ideologije.

Uz pojmove *kultura* i *ideologija*, prije definiranja popularne kulture potrebno je još pojasniti višestruka značenja *popularnog*. *Popularno* može predstavljati nešto što se sviđa velikom broju ljudi, nešto što je proizvedeno s namjenom da se sviđa široj masi, kultura koju masa proizvodi za samu masu te, konačno, definicija koja odskače od prethodne tri, popularno označava kulturne proizvode lošije kvalitete, inferiorne takozvanoj visokoj kulturi.<sup>18</sup> Kao što smo sve pojmove koji prethode razumijevanju popularne kulture opisali na više načina, ne čudi što i definiranju popularne kulture pristupamo slojevito, odnosno s više gledišta, a sve varijante podrazumijevaju kvantitativnu domenu. Problematičan je, pri definiranju popularnog i popularne kulture, kontradiktoran stav koji ono što je popularno smatra važnim i uspješnim jer je osvojilo široku publiku, a u isto vrijeme, iz istog razloga, to isto smatra komercijalnim i od manje vrijednosti.<sup>19</sup>

Primarno popularnom kulturom možemo smatrati onu kulturu koja se sviđa velikom broju ljudi, no tu dolazimo do problema analize takve statistike popularnosti jer ne svrstavamo sve

---

<sup>14</sup> Storey, J. *Cultural theory and popular culture: an introduction*. III. izdanje. Harlow [etc.]: Pearson education: Prentice Hall, 2001.

<sup>15</sup> Ibid.

<sup>16</sup> Ibid.

<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> Williams, R. *Analyses of culture / The long revolution*. Harmondsworth: Penguin books, 1965.

<sup>19</sup> Storey, J. *Cultural theory and popular culture: an introduction*. III. izdanje. Harlow [etc.]: Pearson education: Prentice Hall, 2001.



što je popularno u ono *popularno*.<sup>20</sup> Mnoga umjetnička djela iz domene visoke umjetnosti i kulture široko su i učestalo konzumirana, no to ne znači automatski da ih možemo gledati kao dio popularne kulture, na primjer, *Zločin i kazna* Dostojevskog izrazito je čitano djelo koje je doživjelo više filmskih inačica i poznato je diljem svijeta, ali usprkos tome taj naslov ne prepoznamo kao dio korpusa *popularne kulture*.

Drugi pristup popularnoj kulturi smatra visoku kulturu onom primarnom, a u popularno se svrstava ono što je preostalo nakon što smo kategorizirali visoku i *vrijednu* kulturu.<sup>21</sup> Popularno tu vidimo kao nešto u potpunosti inferiorno i, nerijetko, kao kakav bezvrijedni komercijalni proizvod koji radi strogu distinkciju između društvenih slojeva. Kao i u prethodnom slučaju, ovakvo definiranje popularne kulture jest problematično jer, na primjer, Shakespeareova djela danas pripadaju kategoriji visoke kulture (iako su, kao i *Zločin i kazna*, podosta *popularna*), a u vrijeme njihovog nastanka smatralo ih se proizvodima *niske* popularne kulture.<sup>22</sup>

Izjednačavanje popularne kulture i kulture masovne komercijalne proizvodnje još je jedan način pristupa istoj. Masovna kultura komercijalna je industrija koja manipulira pasivnom i zatupljenom masom, a često se identificira kao *američka* kultura.<sup>23</sup> *Amerikanizacija* tako označava privlačnog barbara<sup>24</sup>, odnosno primamljivu ali agresivnu *kulturu*, najvećeg neprijatelja visoke intelektualne kulture, ali i tradicionalnih pučkih tradicija.<sup>25</sup>

Nasuprot definiciji popularne kulture kao one agresivne komercijalizacije, četvrti pristup popularnoj kulturi vidi ju kao kulturu koja dolazi od samih ljudi. Identificira ju se kao pučku kulturu građanstva.<sup>26</sup>

Posljednje dvije definicije popularnu kulturu razumiju kao prostor između onog visokog i onog klasificiranog inferiornim.<sup>27</sup> Prostor interkulturene razmjene i međusobnih razmjena značenja za neke predstavlja dugo očekivani završetak nametnutih granica i ratova visoke i

---

<sup>20</sup> Storey, J. *Cultural theory and popular culture: an introduction*. III. izdanje. Harlow [etc.]: Pearson education: Prentice Hall, 2001.

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Strinati, D. *An introduction to theories of popular culture*. London; New York: Routledge, 1995.

<sup>25</sup> Storey, J. *Cultural theory and popular culture: an introduction*. III. izdanje. Harlow [etc.]: Pearson education: Prentice Hall, 2001.

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Ibid.

niske kulture, dok za druge ono predstavlja pobjedu komercijalizacije i početak kraja *kulture* kao takve.<sup>28</sup>

Feministički pristup popularnoj kulturi ne možemo smatrati definicijom iste, ali ga je važno spomenuti kako bi dobili širu sliku o području kojim se bavimo. Feminističke teorije popularne kulture rod razumiju kao bitnu kategoriju pri analizi.<sup>29</sup> Fokus je stavljen na problematični prikaz masovne, odnosno popularne kulture kao nečeg što pripada ženskoj, potrošačkoj domeni, dok visoka kultura pripada muškoj, to jest intelektualnoj i proizvodnoj sferi.<sup>30</sup> Izjednačavanje ženstvenosti sa slijepim konzumerizmom, a muškosti s intelektualnim i umjetničkim stvaralaštvom pred teorije popularne kulture stavlja seksistički predznak.

Popularnoj kulturi možemo prići na mnogo načina i definiranje neizbježno povlači subjektivnu povezanost s istom, a jedino što zasigurno možemo reći jest da je moderna popularna kultura izravno povezana s industrijalizacijom i urbanizacijom koje su stvorile novu generaciju i njihov osobni kulturni prostor, omogućivši im međusobnu suradnju i isprepletenost, ali i oštru distinkciju.<sup>31</sup> Ubrzanim rastom gradova, smanjenjem broja poljoprivrednih obrtnika, mehanizacijom industrije, sekularizacijom društva i širenjem moderne znanosti nastala je nova generacija radničke klase koja je zahtijevala novu i vlastitu kulturu.<sup>32</sup> Tehnološkim napretkom reprodukcija kulture postala je instantna i neograničena, a medijima poput radija, filma, televizije i dnevnog tiska potencijalno manipulativna.<sup>33</sup> Mlada i urbana radnička klasa korištenjem simbola i drugih proizvoda popularne kulture, kao što su hollywoodski filmovi, moda, popularna glazba i reklame, kao svojevrsnim protestom protiv prošlog poretka, osnovala je novu, popularnu, kulturu koja nerijetko iznevjerava onu originalnu ideologiju industrije.<sup>34</sup> Industrija kulture proizvodi određeni korpus kulturnih usluga i proizvoda, no pravo upotrebno značenje, i stoga formiranje kulture kao takve, određuju i postavljaju krajnji korisnici.<sup>35</sup>

---

<sup>28</sup> Storey, J. *Cultural theory and popular culture: an introduction*. III. izdanje. Harlow [etc.]: Pearson education: Prentice Hall, 2001.

<sup>29</sup> Strinati, D. *An introduction to theories of popular culture*. London; New York: Routledge, 1995.

<sup>30</sup> Ibid.

<sup>31</sup> Storey, J. *Cultural theory and popular culture: an introduction*. III. izdanje. Harlow [etc.]: Pearson education: Prentice Hall, 2001.

<sup>32</sup> Strinati, D. *An introduction to theories of popular culture*. London; New York: Routledge, 1995.

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> Duda, D. *Kulturalni studiji: ishodišta i problemi*. Zagreb: AGM, 2002.

<sup>35</sup> Fiske, J. *Popularna kultura*. Beograd: Clio, 2002.

## Popularna kultura Sjedinjenih Američkih Država 1900.-1960.

Početak 20. stoljeća Sjedinjene Američke Države (nadalje u tekstu: SAD) obuhvaćene su takozvanom progresivnom erom u kojoj u prvi plan osobnih života građana dolazi slobodno vrijeme, a slobodnim vremenom u fokus dolaze obiteljski i drugi odnosi te razonoda.<sup>36</sup> Naglom promjenom u društvu i u mentalitetu ljudi biti Amerikancem uskoro poprima jednačenje s kapitalizmom i konzumerizmom, odnosno industrija usluga i dobara strahovito se brzo širi, a ekonomski rast dopušta građanima da nekontrolirano sudjeluju u novom američkom konzumerizmu.<sup>37</sup>

Dok je Europa bila u oslabljenom stanju zbog Prvog svjetskog rata, SAD u ostatku svijeta dolazi na glas kao snažna i obećana zemlja. Povećani dolazak imigranata dovodi do miješanja raznih kultura i do jakih internacionalnih utjecaja na kulturu novog američkog društva, posebice afričkih korijena.<sup>38</sup> Industrija filma poprima sve veću ulogu u kontroli gradnje nove američke kulture te dolazi do proboja raznih filmskih kuća (Warner Brothers, Paramount Pictures, Columbia Pictures, i tako dalje) i velikih filmskih ikona, a zlatno doba američkog filma postavlja Hollywood na vrh industrije i kulturnog utjecaja ne samo u SAD-u već i u ostatku Zapadnog svijeta.<sup>39</sup>

Uz film, *lude dvadesete* obilježene su i drugim medijima, a posebice radijem koji poprima krucijalnu ulogu u svakodnevnom životu običnog građana. Takav snažan utjecaj filma i radija najočitiji je u pojavi novog *slenga* koji, uz pratnju jezika novodoseljenih nacionalnih manjina, ulazi u svakodnevni govor i postepeno mijenja engleski jezik u SAD-u.<sup>40</sup> 1920-e godine u SAD-u također se nerijetko nazivaju *jazz dobom*, velike lude zabave, jazz glazba i proslavljeni umjetnici, radio, gramofon i sve popularniji ples *Charleston* postaju neizbježan dio američke kulture, a utjecaj se, i jazz glazba kao takva, ubrzano širi mnogo dalje od granica Sjeverne Amerike.<sup>41</sup> Utjecaj glazbe i plesa očitovao se i u ženskoj modi, najpopularniji odjevni predmet i modni simbol 20-ih bila je haljina *flapper* kroja koju je ponajviše promovirala Coco

---

<sup>36</sup> American history & identity: 1900 – 1950. Schoolwork helper, 2017.

Dostupno na: <https://schoolworkhelper.net/american-history-identity-1900-1950/> (10.07.2019.)

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> Ibid.

<sup>41</sup> Ibid.

Chanel.<sup>42</sup> Nakon jazz glazbe i *Charleston* plesa, swing postaje novi veliki trend koji je dominirao glazbenom i plesnom scenom Amerike 1930-ih i 1940-ih. *Jazz doba* još je snažnije promoviralo potrošačku kulturu – automobili i tehnološki proizvodi bili su izrazito popularni, a materijalističko bogatstvo i reprezentacija dobrostojećeg društvenog položaja postala je opsesija Amerikanaca.<sup>43</sup> Paralelno s novom materijalističkom obuzetosti SAD-a, javlja se nova generacija umjetnika, *izgubljena generacija*, koja inspiraciju pronalazi u ismijavanju, parodiranju i kritiziranju novih društvenih praksi izrazito kapitalističkih razmjera.<sup>44</sup> 1920-e su bile velika prekretnica u ljudskoj ravnopravnosti, dugogodišnja borba sufražetkinja početkom desetljeća rezultirala je zakonskim prihvaćanjem *Devetnaestog amandmana američkog ustava* kojim su žene dobile pravo glasa. Također, homoseksualnost je postala javno vidljivija i nešto liberalnije prihvaćena.<sup>45</sup> Obzirom na prohibiciju alkohola, kockanja i narkotika koja je u to vrijeme strogo vladala u SAD-u, ilegalni poslovi uvoza bili su relativno popularni zbog velikog financijskog unosa.<sup>46</sup>

1929. godine, nakon *crnog utorka*, to jest, sloma svjetskog vodećeg tržišta dionicama, preokrenuti su tokovi američkog kapitala, stopa nezaposlenosti naglo je i značajno porasla, stopa međunarodne razmjene usluga i dobara je oslabjela i SAD se našao pred velikom gospodarskom krizom, takozvanom *Velikom depresijom*.<sup>47</sup> Takvim neočekivanim ekonomskim slomom razonoda građana tražila je jeftinije opcije pozitivne naravi te film postaje idealistično utočište za Amerikance.<sup>48</sup> Marketinška industrija prepoznala je razvoj nove *tinejdžerske kulture* te u novi fokus marketinških projekata dolaze adolescenti i njima specifični sadržaji.<sup>49</sup>

Drugim svjetskim ratom SAD bio je ponovno lišen *važnih* informacija iz Europe, kao što su novi modni trendovi i njihove ikone te 1940-ih Amerika prestaje vjerno pratiti modni svijet Francuske ili Italije, a novi centar američke mode postaje New York.<sup>50</sup> Europski luksuz, visoku

---

<sup>42</sup> 1920 – 1929. Fashion history timeline, 2018.

Dostupno na: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1920-1929/> (10.07.2019.)

<sup>43</sup> American culture in the 1920s : jazz, flappers and the lost generation. Khan Academy, 2018.

Dostupno na: <https://www.khanacademy.org/humanities/us-history/rise-to-world-power/1920s-america/a/jazz-and-the-lost-generation> (04.08.2019.)

<sup>44</sup> Ibid.

<sup>45</sup> Ibid.

<sup>46</sup> Ibid.

<sup>47</sup> American history & identity: 1900 – 1950. Schoolwork helper, 2017.

Dostupno na: <https://schoolworkhelper.net/american-history-identity-1900-1950/> (10.07.2019.)

<sup>48</sup> Ibid.

<sup>49</sup> Ibid.

<sup>50</sup> 1950 – 1959. Fashion history timeline, 2017.

cijenu ali i visoku kvalitetu, zamjenjuju niže cijene, brža proizvodnja, niska kvaliteta i široka domena publike američke tekstilne industrije. Kasni američki ulazak u Drugi svjetski rat prihvaćen je polariziranim stavovima, no filmska industrija Hollywooda imala je jak utjecaj na formiranje političkih i moralnih mišljenja stanovnika SAD-a.<sup>51</sup> Filmovi su slavili američku snagu, nacionalizam i ulogu koju su odigrali u ratu, simbolizirali su Amerikance i njihovu državu pomoću Supermana, svjetskog heroja.<sup>52</sup>

Usprkos postratnoj atmosferi, SAD je zabilježio ponovni ekonomski rast i razvoj industrije, posebice industrije alkoholnih pića koja je napokon bila oslobođena dugogodišnjih posljedica prohibicije alkohola.<sup>53</sup> Iako je *Hladni rat* između SAD-a i Sovjetskog saveza stvorio relativno konzervativnu društvenu orijentiranost, Hugh Hefner početkom 50-ih osniva časopis *Playboy* koji instantno osvaja široku publiku. Ženska moda tih godina bila je pod utjecajem poznatih filmskih zvijezdi, a marketinški fokus vraćen je na *idealnu* ženu koja u svakom trenutku mora biti dotjerana i reprezentativna za svoj društveni status.<sup>54</sup> 1950-ih, uz dugogodišnju dominaciju jazz i swing glazbe, na američkoj glazbenoj sceni počeli su se probijati novi žanrovi glazbe i nova umjetnička imena. Tako su Amerikanci u svoje slobodno vrijeme, uz jazz i swing, pažnju počeli pridavati *country* glazbi, kojom su dominirali Frank Sinatra, Tony Bennett i Dean Martin, te *rock-n-rollu* i *rockabillyju* koje su ponajviše proslavili Elvis Presley, Little Richard i Johnny Cash.<sup>55</sup> Javnom umjetničko-kulturnom scenom kretale su se mnoge proslavljene i omiljene ličnosti (poput Elizabeth Taylor, Marilyn Monroe, Edwarda Montgomeryja Clifta, Marlona Branda, Jamesa Deana i mnogih drugih) koje su svojim profesionalnim djelovanjem, modnim izričajem i karakterom značajno utjecale na izgradnju američke, ali i svjetske, popularne kulture. Nakon *Velike depresije* i niskih cijena automobilske industrije, 1950-e obilježene su i statističkim porastom broja Amerikanaca koji su posjedovali automobile, a krajem desetljeća *Formula jedan* osvojila je SAD i cijeli zapadni svijet. Sportski događaji postali su jedno od središnjih okupljališta građanstva, a sportske

---

Dostupno na: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1950-1959/> (10.07.2019.)

<sup>51</sup> American history & identity: 1900 – 1950. Schoolwork helper, 2017.

Dostupno na: <https://schoolworkhelper.net/american-history-identity-1900-1950/> (10.07.2019.)

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> Borus, D. American mass culture: 1900 – 1945. American history, 2018.

<sup>54</sup> 1950 – 1959. Fashion history timeline, 2017.

Dostupno na: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1950-1959/> (10.07.2019.)

<sup>55</sup> Ibid.

ikone imale su jednaku popularnost i ulogu u svakodnevnom životu kao i filmske i glazbene zvijezde.<sup>56</sup>

Ubrzanim razvojem tehnologije, masovnih medija i nove alternativne društvene generacije, 1960-e predstavljale su doba protesta američkog građanstva za ravnopravnost Afroamerikanaca, žena i homoseksualaca, ali i pobuna protiv aktualnog Vijetnamskog rata.<sup>57</sup> 60-e su također bile godine ponovnog procvata američke ekonomije, otvarajući građanstvu vrata u još slobodniji i masovniji konzumerizam i kapitalizam. Automobili, televizija u boji, film i kino, telefon, radio, dnevni tisak i popularna glazba bile su glavne sastavnice građanskog života.<sup>58</sup> Pod utjecajem novih umjetnika poput Andyja Warhola, glazbenika John Lennona, Paula McCartneyja, Micka Jaggera, Keitha Richardsa, Boba Dylana, Jimija Hendrixa i sličnih, američka moda drastično se mijenja. Popularne postaju fluorescentne boje i uzorci pod utjecajem mnogih naroda i supkultura, a ženska moda uvodi nove odjevne trendove poput mini suknje i bikinija, dok hlače postaju dio svakodnevne mode žena.<sup>59</sup>

Od 1960-ih pa do kraja stoljeća Amerika je ostala pod snažnim utjecajem svakodnevnog znanstvenog i tehnološkog napretka popraćenog razvojem tehnologije i industrije te, shodno tome, napretkom medija, popularne glazbe, magazina, popularne literature, mode, automobilske industrije, filmova, serija, TV emisija, igračaka, marketinga, sporta i slično, odnosno popularne kulture 20. stoljeća.

---

<sup>56</sup> 1950 – 1959. Fashion history timeline, 2017.

Dostupno na: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1950-1959/> (10.07.2019.)

<sup>57</sup> 1960s important news and events, key technology fashion and popular culture. The people history, 2018.

Dostupno na: <http://www.thepeoplehistory.com/1960s.html> (19.07.2019.)

<sup>58</sup> Ibid.

<sup>59</sup> 1960s fashion: what did women wear?. Vintage dancer, 2018.

Dostupno na: <https://vintagedancer.com/1960s/1960s-fashion-womens/> (19.07.2019.)

## Komparativna analiza elemenata popularne kulture

Od svojih začetaka moderni roman se razvijao kao književna vrsta izrazito obilježena popularnom kulturom, kroz tijek razvoja roman je bio u neprekidnom kontaktu s pučkom tradicijom, kulturom naroda, ali i dalje unutar kategorije književnosti, odnosno kulture *veće vrijednosti*. Izabrana djela, *Veliki Gatsby*, *Lovac u žitu* i *Lolita*, nalaze se u nezgodnoj žanrovskoj kategorizaciji, možemo ih smatrati modernističkim djelima, odnosno djelima koja se na formalnoj i ideološkoj razini odmiču od tradicionalnog pristupa romanu, uvode nepouzdanog, nesavršenog i ograničenog pripovjedača, ne drže se tradicionalnog kronološkog slijeda fabule, dotiču se određenih tema i obiluju novim simbolima, ali ujedno i djelima jednostavno nastalim u modernom dobu.<sup>60</sup> Naum modernističkog romana nije zahvatiti široku domenu čitateljstva, dapače, cilja se na izabranu i limitiranu publiku, na neki način odvajajući se od *popularne* i *niže* kulture, ali paralelno, oslanjajući se na teme i simbole novog vremena i njegove kulture, neizbježno je zahvatiti iznimno mnogo elemenata iz domene popularne kulture.<sup>61</sup> Izučavanje modernističkog romana, stoga, nije moguće potpuno izvesti bez vođenja računa o kulturnom kontekstu.

Roman odmah po nastanku ostvaruje status najpopularnijeg žanra, a kako se razvija i širi domena i snaga industrijske popularne kulture, usporedno ju prati porast popularnosti konzumacije modernog romana kao jednog od proizvoda popularnokulturne industrije. Iako postoje izražene razlike modernističkog romana, koji i dalje teži biti dio visoke kulture namijenjene samo izabranima, i romana novog modernog doba koji u potpunosti poprima ulogu produkta nove potrošačke industrije i nastaje s ciljem brze i masovne konzumacije prije nego li ga zamijeni neki novi proizvod, odnosno naslov, modernistički roman i roman modernog doba neizbježno dijele određene karakteristike uvjetovane kontekstom u kojem nastaju, to jest vremenom i kulturom koji se u njima očituju.<sup>62</sup> Popularna kultura i njezina umjetnička domena neodvojiv su dio ljudske svakodnevnice, slika društva najizraženije se pojavljuje u umjetnosti, pa tako i u književnosti. Interakcija književnosti, točnije romana, i potrošačke popularne kulture prisutna je na nekoliko razina, a prvenstveno su to tematska i simbolička obilježja književnih djela koje autori povlače iz života oko sebe, na primjer, aktualna glazbena scena, nova tehnološka i znanstvena otkrića, mediji, modni trendovi i

---

<sup>60</sup> Gelder, K. *Popular fiction: the logics and practices of a literary field*. London: Routledge, 2005.

<sup>61</sup> *Ibid.*

<sup>62</sup> *Ibid.*

slično, a takva obilježja mogu utjecati na karakterizaciju likova, razumijevanja djela, pa i razvoj fabule.<sup>63</sup> Uz tematsku interakciju važno je napomenuti i narativne sličnosti koje se ponajviše očituju u nerijetkoj uporabi živog jezika, odnosno popularnog diskursa koji obuhvaća vulgarizme, popularne fraze, skraćenice, posuđenice i sleng.<sup>64</sup> Prateći kulturni razvoj društva u kojem, i za koje, nastaje književnost, također se zalazi u određene populističke i promotivne strategije kojima pisci i njihova djela postaju važan sudionik marketinške industrije i medijske razglašenosti.<sup>65</sup>

Takva isprepletenost i ovisnost romana o industriji popularne kulture dovela je do toga da se upravo popularna kultura ponajviše bavi proučavanjem romana, no svojim pristupom zanemaruje ono popularno kao fenomen koji je odvojiv ili čak nepovezan s uobičajenim žanrovskim, sadržajnim, karakternim, simboličkim i sličnim analizama književnog djela. Moguće je samouvjereno reći da svaki roman ikad napisan obiluje mnoštvom simbola, ideja, svakodnevnih predmeta i radnji koje svrstavamo u kategoriju popularnog ili popularne kulture, no unatoč tome, takvi elementi rijetko kada dolaze u fokus pri čitanju ili analizi djela.

Korpus izabranih djela sadrži čitavo bogatstvo elemenata popularne kulture koji prilikom površnog čitanja ne utječu na konstrukciju i razvoj radnje djela već predstavljaju samo popratne elemente, motive i slično. No iako se može doimati kao da navedeni elementi popularne kulture nemaju utjecaj na samu radnju, oni ustvari vrše snažan utjecaj na istu, a eliminacijom svih poveznica s popularnom kulturom izabrana djela izgubila bi jednu domenu koja gradi velik dio njihovog književnog i kulturnog smisla. Obzirom da su djela nastala u vremenu značajno obilježenom mijenama društva i kulture u Sjedinjenim Američkim Državama, rad će analizirati upravo te kulturne novitete, a neće se baviti uobičajenim književnim analizama koje fokus stavljaju na radnju, karakterizaciju likova, naraciju i slično.

Specifična kultura SAD-a prve polovice 20. stoljeća proizašla je iz masivne proizvodnje i potrošačke ekonomije obilježene sve izraženijim porastom radio stanica, filma i hollywoodskih zvijezda te beskonačnim reklamiranjem.<sup>66</sup> Razvojem nove generacije i njezinih tehnoloških, ekonomskih i kulturnih promjena nisu bili obuhvaćeni, odnosno oduševljeni, svi. Napuštanjem seoskih imanja i stvaranjem velikih gradova seljaci se nisu

---

<sup>63</sup> Slunjski, K. Utjecaj popularne kulture na suvremeni hrvatski dječji roman: doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2018.

<sup>64</sup> Ibid.

<sup>65</sup> Ibid.

<sup>66</sup> Culture in the 1920s. Shmoop.

Dostupno na: <https://www.shmoop.com/1920s/ideology.html> (04.08.2019.)



snalazili u novoj ekonomiji, razvojem znanosti izražavao se sukob s religijom te tradicionalisti koji nikako ne zagovaraju *raskalašenu* mladež novog doba.<sup>67</sup> Po završetku Prvog svjetskog rata mlađe generacije otrgnule su se od dotadašnjih dodijeljenih uloga i počele su stvarati vlastite sudbine; *povlaštena* mladež je izbjegavala u potpunosti odrasti i sve obveze koje s time dolaze, a novac, ugled i glamur upravljali su životima manjeg djela, ali najglasnijeg, nove američke zajednice. Hijerarhija staleža, no i rasa, bila je veoma podijeljena u svojim životnim stilovima i uopće ponuđenim prilikama za isti.<sup>68</sup>

Automobilska industrija postaje jedna od vodećih industrija svijeta, Hollywood izbacuje jedan po jedan kulturni film s filmskim zvijezdama poput Charlieja Chaplina i Bustera Keatona te krajem desetljeća *The jazz singer* prekida doba nijemih filmova.<sup>69</sup> Disney stvara lik Mickeyja Mousea, a jazz izvođači nastupe iz uglednih hotela i koncertnih dvorana polako sele na dostupnija mjesta.<sup>70</sup> Alkoholizam se otvoreno prakticirao i promovirao, a serviranje alkohola prije obroka postao je neizbježan društveni običaj. Staromodni moral svakim je danom opadao, a zabave su bile plodno tlo za razne seksualne eksperimente. Iako Sjevernom Amerikom još uvijek vlada postratna atmosfera, popularna kultura za razbibrigu je na vrhuncu. Organiziraju se javne i privatne gozbe, plesne veselice, sport postaje sveprisutan i neizbježan dio svakodnevnog razbibrige, grade se stadioni diljem velikih gradova Sjeverne Amerike, bejzbol prvenstva prenose se preko uglednih radio stanica, a Babe Ruth postavlja rekord koji desetljećima nitko neće uspjeti srušiti.<sup>71</sup>

Industrijalizacijom i urbanizacijom cjelokupno se američko društvo mijenja, potomci oslobođenih robova dobivaju veća prava glasa nego što su prije imali, a Amerika postaje obećana zemlja za mnoge strance. Dolaskom imigranata iz raznih dijelova svijeta američka kultura nalazi se pred izazovom prihvaćanja nove društveno-kulturne situacije, a problematika rasne (ne)jednakosti mijenja se iz desetljeće u desetljeće.

Sva tri izabrana djela u fokusu imaju likove bijelce koji bi za svoje postupke odgovarali mnogo rigoroznije bez urođenih klasnih i rasnih privilegija.

U dobu nastanka *Velikog Gatsbyja* (1920-te godine) dominira rasistički stav više i srednje bijele klase prema *inferiornijoj* crnoj rasi, časopisi i radio emisije redovito ismijavaju kulturu,

---

<sup>67</sup> Culture in the 1920s. Shmoop.

Dostupno na: <https://www.shmoop.com/1920s/ideology.html> (04.08.2019.)

<sup>68</sup> Ibid.

<sup>69</sup> Ibid.

<sup>70</sup> Ibid.

<sup>71</sup> Ibid.

naglaske, modu i ponašanje afričkih i laltinoameričkih imigranata, naglašavajući povijesnu superiornost *civiliziranih bijelaca zapada*.<sup>72</sup> Iako postoje teorije da je sam Jay Gatsby potencijalno bio afričkog podrijetla i da je to dio tajnovitosti i skrivanja identiteta<sup>73</sup>, u djelu se nerijetko jasno ocrtavaju rasistički pristupi generacije:

„Danas se ljudi počinjju izrugivati obiteljskom životu i obiteljskom moralu, a sutra će odbaciti sve i početi sklapati brakove između crnaca i bijelaca.“<sup>74</sup>

1950-ih, kada nastaju *Lovac u žitu* i *Lolita*, Afroamerikanci se nalaze u boljem društvenom položaju nego što su bili u *jazz dobu* Gatsbyja, no očita nejednakost ističe se u raspodjeli poslova i hijerarhiji odnosa. Bijela rasa dominirala je visoko profitabilnim i uglednim profesijama, dok su crnci i dalje većinom radili teške fizičke poslove ili opsluživali vladajuće.

*Lovac u žitu* na nekoliko mjesta spominje usputne likove Afroamerikance kojima se pristupa na isti način kao i ostalim nebitnim ili prolaznim likovima u djelu, a ponekad čak i s dozom admiracije, ali uvijek s naglaskom na to da *nisu bijeli*.

„Ernie, to vam je jedna velika, debela momčina, Crnac, i svira klavir.“<sup>75</sup>

Humbert učestalo navodi kako ga tamnopute djevojčice crne kose nikako ne privlače, dapače, odbojne su mu, Eskimke naziva *morskom prasadi s ribljim vonjem i ružnom crnom kosom*<sup>76</sup>, a jedini navedeni likovi nebijeje rase jesu posluga i osobni vozači, koje se na trenutke čak ni ne imenuje.

---

<sup>72</sup> Kendi, Ibram X. A history of race and racism in America, 2017.

Dostupno na: <https://www.nytimes.com/2017/02/22/books/review/a-history-of-race-and-racism-in-america-in-24-chapters.html> (04.08.2019.)

<sup>73</sup> Savage, J. Jay Gatsby: a black man in Whiteface. USA: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017.

Dostupno na: <https://www.scribd.com/document/365464668/Jay-Gatsby-A-Black-Man-in-Whiteface> (04.08.2019.)

\*\*\* Autorica se poziva na prvu verziju naslova djela *Trimalchio in West Egg* povlačeći paralelu između Trimalchija, oslobođenog roba iz *Satirikona*, i Jaya, po kojoj je Jay potomak afričkih robova u SAD-u. Također navodi razne druge razloge zbog kojih smatra da bi glavni lik *Velikog Gatsbyja* potencijalno mogao biti miješane rase, na primjer, citat o potamnjoj koži, uživanje u jazz glazbi i plesu afričkih korijena, žuta boja auta kao aluzija na „high yellow“ kožu (pripadnici negroidne rase, ali s velikim udjelom bijelih predaka) i tako dalje.

<sup>74</sup> Fitzgerald, F.S. Veliki Gatsby. Zagreb: Bookglobe, 2002.

<sup>75</sup> Salinger, J.D. Lovac u žitu. Zagreb: Znanje, 1978.

<sup>76</sup> Nabokov, V. Lolita. Zagreb: Globus Media, 2004.

*„Neka starica (...) posudila je McCoou svoju limuzinu (...) kojom je upravljao veseo Crnac.“<sup>77</sup>*

Sva izabrana djela nastala su u određenom kontaktu sa svjetskim ratovima te je rat bio relativno popularna tema svakodnevnog života građana, ali i knjiga, filmova i drugih umjetničkih djela. Prvi svjetski rat imao je značajnu ulogu u stvaranju nove generacije i njezine kulture. U *Velikom Gatsbyju* rat se ne spominje izravno, ali je itekako imao ulogu u djelu. Nick i Gatsby preživjeli su prekomorski borci, mladenačka ljubav Gatsbyja i Daisy idealistički je uzdignuta u nadi da će, nakon što se Gatsby vrati kao plemeniti ratni heroj, njihova ljubav napokon biti uistinu realizirana, a i na više mjesta u djelu javljaju se glasine među uzvanicima zabava da je Gatsby njemački špijun.

*„Hm, govore za njega da je nećak ili sinovac Kaisera Vilima. Otud i potječe sav njegov novac.“<sup>78</sup>*

Djela *Lovac u žitu* i *Lolita* nastala su u postratnom dobu kada je ratna tematika slabjela, ali i dalje aktivno postojala. *Lovac u žitu*, prvo kao ideja, a potom kao književno djelo, fizički je nastajao na ratnim bojištima Europe za vrijeme Drugog svjetskog rata, te iako se, kao i u *Velikom Gatsbyju*, ratna situacija izravno ne dodiruje, spominju se ratni filmovi i knjige te je Holdenov stariji brat D.B. služio u vojsci.

*„Moj brat D.B. bio je u vojsci četiri beskrajne godine. Bio je i u ratu – iskrcao se u Francuskoj na dan invazije – ali mislim da je, sve u svemu, omrznuo vojsku više nego rat.“<sup>79</sup>*

*Lolita* je najmanje obilježena tom postratnom atmosferom, spominje se kao svega jedan izdvojeni detalj Humbertove prošlosti.

*“(...) pomrčina još jednog svjetskog rata bila je već obavila kuglu zemaljsku kad sam se naposljetku, nakon dosadne zime u Portugalu gdje sam prebolio upalu pluća, dohvatio obala Amerike.”<sup>80</sup>*

---

<sup>77</sup> Nabokov, V. *Lolita*. Zagreb: Globus Media, 2004.

<sup>78</sup> Fitzgerald, F.S. *Veliki Gatsby*. Zagreb: Bookglobe, 2002.

<sup>79</sup> Salinger, J.D. *Lovac u žitu*. Zagreb: Znanje, 1978.

<sup>80</sup> Nabokov, V. *Lolita*. Zagreb: Globus Media, 2004.

Novo američko doba bilo je vođeno alkoholom, automobilima, Hollywoodom, časopisima, glamuroznim zabavama, popularnom glazbom, plesom, i ostalim elementima novonastale popularne kulture. Organiziranje velikih, javnih ali i privatnih, raskalašenih zabava postao je uobičajeni oblik razonode više i srednje klase novog američkog društva. Gatsby na tjednoj bazi organizira domjenke za sve poznanike, ali nerijetko i nepoznate uzvanike, kojima pokušava privući Daisynu pozornost te detaljnije *prodati* svoju životnu priču i društveni status. Gatsbyjeve zabave poprimaju toliku važnost u djelu da ih se može smatrati zasebnim likom koji itekako utječe na razvoj fabule i razumijevanje djela, ali također predstavlja snažan trend američke moderne, popularne kulture. Ta druženja vjerodostojna su preslika novog američkog društva i njihove kulture; okupljaju se pripadnici raznih umjetničkih, estradnih i sličnih društvenih krugova, odnosno društvena elita, njihovi se automobili pretvaraju u izložbu luksuza, Gatsbyjeva vila postaje modna pista, skup i brendirani alkohol teče u potocima te svira živa i popularna glazba. Dok su Gatsbyjeve zabave neopisivih razmjera s jednim pomno zacrtanim ciljem, u *Loliti* one nisu toliko razvikane, te iako za Humberta najčešće iza njih postoji kakav njemu svojstven cilj, one se skrivaju pod krinkom nevinih obiteljskih druženja. *Lovac u žitu* zabavama ne pripisuje kakvu veću važnost, spominju se uglavnom usputno kao površna druženja Holdena i njegovih vršnjaka.

„... obećao sam joj organizirati kućnu zabavu na koju bi smjela pozvati svoje ljepše prijateljice i pristojnije dječake...”<sup>81</sup>

„Ne sjećam se zove li se Edmund ili Edward. Upoznao sam ga samo jednom na nekom prokletom tulumu.”<sup>82</sup>

Razvojem filmske industrije i Hollywooda kao njezinog centra, film i filmske zvijezde nerijetko se spominju u izabranim djelima. Filmski redatelji i poznati glumci bili su redoviti posjetitelji Gatsbyjevih zabava, no dok u *Gatsbyju* članovi filmske industrije i dalje predstavljaju malobrojnu i rijetku elitu, u *Loliti* se glumice spominju kao najopćenitija svakodnevna pojava. Humbert na film gleda kao na relativno pozitivan medij koji otvara novi svijet mogućnosti uživanja, film kao jednu od glavnih aktivnosti pomoću koje se *povezuje* s Lolitom. Dok u *Loliti* film i Hollywood predstavljaju ljubljene aktivnosti, Holden, upravo suprotno, ne podnosi film, a Hollywood kao glavno mjesto filmske industrije prezire u

---

<sup>81</sup> Nabokov, V. *Lolita*. Zagreb: Globus Media, 2004.

<sup>82</sup> Salinger, J.D. *Lovac u žitu*. Zagreb: Znanje, 1978.

potpunosti, možda iz osobnih razloga što se Holdenov stariji brat D.B., među *Holdenovim najdražim piscima*,<sup>83</sup> prodao Hollywoodu, slavi i kapitalizmu.

„(...) filmske komedije s pjesmicama, filmski žurnali i tako dalje, pripadahu, očito, onome što je ona najviše voljela.“<sup>84</sup>

„Sada živi u Hollywoodu, D.B., kao prostitutka. Ako postoji na svijetu nešto što mrzim, onda je to film. Nemojte ga preda mnom ni spominjati.“<sup>85</sup>

Pojavom novih zanimljivih tehnoloških i znanstvenih otkrića, medija i ostalih kulturno-društvenih proizvoda, kulturna industrija učestalije i izraženije poseže za raznim marketinškim strategijama i trikovima kako bi svoje proizvode promovirala na tržištu na kojem vlada konkurencija. Reklame u raznim oblicima postaju dio svakodnevice američkog društva u 20. stoljeću, korisnici radija i televizije bombardirani su oglasima, novine i časopisi sve veći dio svojih izdanja posvećuju kratkim oglasima, a s jumbo plakata na otvorenim cestama oči doktora T. J. Eckelburga promatraju buduće žrtve.<sup>86</sup>

„Vjerojatno ste već čuli za nju. Ako ništa drugo, vidjeli ste sigurno njene reklamne oglase. Ti oglasi izlaze valjda u tisuću raznih časopisa...“<sup>87</sup>

Usko vezano uz marketinšku propagandu, američka kultura može se izjednačiti s kulturom shopping centra i brzo mijenjajućih modnih i sličnih trendova. Industrija i njezini proizvodi redovito eliminiraju stare i stvaraju nove kategorije popularne kulture i, shodno tome, stilove i trendove. Velika imena estradne scene modu koriste ujedno kao način umjetničkog izražavanja, ali i kao provjereno uspješan način prikupljanja veće publike, te potrošači i obožavatelji takvih *trendsettera* prihvaćaju njihov stil kao svoj osobni. Potrošačka industrija sve veći fokus stavlja na promoviranje kupovine kao savršenog načina razonode, a potrošački mentalitet američkog društva čini ju iznimno unosnom industrijom. Diljem Amerike, ali i

---

<sup>83</sup> Salinger, J.D. *Lovac u žitu*. Zagreb: Znanje, 1978.

<sup>84</sup> Nabokov, V. *Lolita*. Zagreb: Globus Media, 2004.

<sup>85</sup> Salinger, J.D. *Lovac u žitu*. Zagreb: Znanje, 1978.

\*\*\* Salinger nikada nije dozvolio da *Lovac u žitu* bude ekraniziran; na razne optužbe da ne voli i ne podržava film kao umjetnički oblik autor je izjavio da iako nije najveći obožavatelj filma kao medija, nema ništa protiv filma kao medija ili oblika umjetnosti, već da preferira individualnu i personaliziranu *industriju književnosti*, nego masovnu i standardiziranu filmsku industriju.

<sup>86</sup> Fitzgerald, F.S. *Veliki Gatsby*. Zagreb: Bookglobe, 2002.

<sup>87</sup> Salinger, J.D. *Lovac u žitu*. Zagreb: Znanje, 1978.

svijeta, otvaraju se lanci brendiranih prodajnih mjesta i trgovački centri koji postaju glavno okupljalište i omiljeno *izletište* Amerikanaca.

Modni trendovi u Gatsbyju su sveprisutna i neizbježna posljedica *doba jazz* i njegovih mnogih modnih ikona. Fitzgeraldovi likovi uvijek su dotjerani i vjerno prikazuju svoj položaj u društvenoj hijerarhiji. Iako veliki lanci trgovačkih centri tada nisu bili aktualni, kupovina je prisutna kao jedan od glavnih načina razonode više klase.

„„ (...) *Gatsby u odijelu od bijelog flanela i košulji srebrne boje sa zlatnom kravatom.*“<sup>88</sup>

„*Moram popisati što mi sve treba. (...) pa ogrlica za psa, pa ona mala zgodna pepeljara s oprugom, pa vijenac (...) moram sastaviti popis da ne zaboravim ništa...*“<sup>89</sup>

Iako Holden ne bismo smatrali kakvom modnom ikonom, odjevni predmeti i način na koji im se pristupa u *Lovcu u žitu* način su određivanja društvenog staleža, ali i fizička reprezentacija duševnog stanja. Uvijek u svom dugačkom tankom kaputu i crvenoj lovačkoj kapi Holden modu koristi kao alat *prepoznavanja* i osuđivanja ljudi.

„*Na sebi sam imao samo kišnu kabanicu sa dva lica ... netko je ukrao moj kaput od kamelhara...*“<sup>90</sup>

„... *crvena lovačka kapa s onim vrlo vrlo dugačkim špicevima.*“<sup>91</sup>

Roba, moda i modni dodatci u *Loliti* predstavljaju najučestalije darove kojima Humbert uporno kupuje Lolitinu ljubav, a konzumeristički način života možda je i glavno obilježje njihovog odnosa. Odlasci u kupovinu svakojakih predmeta, od robe do časopisa, načini su na koji Lolita biva zaokupljena, kupljena, impresionirana i pred kraj već pomalo iziritirana.

„*Djevojčica je probala najprije kostimić od modre vune, pa onda jedan drugi, koji se sastojao od bluze bez rukava i prozračne kockaste suknjice...*“<sup>92</sup>

Amerika obilježena raznim tehnološkim i industrijskim napretcima te marketinškim načinima za daljnje promoviranje istih postala je iznimno jaka sila u svijetu automobilske industrije. Automobili su uz svoj aspekt korisnosti Amerikancima predstavljali i određeni indikator društvenog i financijskog položaja. Viša klasa nerijetko je automobilima pristupala

---

<sup>88</sup> Fitzgerald, F.S. *Veliki Gatsby*. Zagreb: Bookglobe, 2002.

<sup>89</sup> Ibid.

<sup>90</sup> Salinger, J.D. *Lovac u žitu*. Zagreb: Znanje, 1978.

<sup>91</sup> Ibid.

<sup>92</sup> Nabokov, V. *Lolita*. Zagreb: Globus Media, 2004.

kolekcionarski, a nižu klasu, koja se divila skupocjenim *ljubimcima* više klase, se osuđivalo i vrijeđalo zbog manje vrijednih, češćih i jeftinijih vozila. Iako su u izabranim djelima osobni automobili najzastupljeniji, nerijetko se spominju i drugi oblici vozila koji na sličan način kao automobili ocrtavaju status i položaj vlasnika ili onih koji se njima mogu koristiti. Gatsby kao svojevrsni društveni vrhunac tako posjeduje nekoliko skupocjenih automobila i dva motorna čamca koja *vuku hidroavion preko slapova zapjenjenog mora*<sup>93</sup>, dok je stari Wilson *vozio neku prašnjavu Fordovu krtiju*<sup>94</sup>.

*„Vidio je kako zadivljeno promatram njegov automobil ... sočne žučkaste boje, optočen blistavom mjedi, strašno dugačak...“*<sup>95</sup>

Dok su automobili u *Velikom Gatsbyju* još bili moderni novitet koji je interesirao i impresionirao mnoge, Holden prema autima pristupa pretežito nezainteresirano, kao i prema većini stvari, vozila su samo to, način da s jedne točke dođe na drugu, ali također ih smatra jednim od elemenata iskvarenosti čovjeka. Humbert mnogo putuje, često dugo leti te taksijem ili vlakom odlazi na kratke avanture, te dok Gatsby pomoću svojih vozila pokušava uspostaviti i dokazati svoj društveni status, Holden im ne pridaje neku posebnu pozornost, Humbert ih povezuje sa samim činom putovanja te ih tretira kao određeni luksuz povezanog modernog vremena. Putovanja, turistički, poslovno ali pretežito eskapistički, spominju se u svim odabranim djelima. Holden uživa u samoći noćnih vožnji vlakom, Daisy i Tom poslije nesreće odlaze u nepoznato kako bi započeli novi život, a Humbert putovanje tretira kao svojevrsni bijeg. Smrću Lolitine majke Humbert legalno nasljeđuje Lolitu i automobilom, koji postaje njihovo jedino utočište, sigurnost nalik domu, odlaze na dugotrajno, doslovno eskapističko putovanje diljem raznih država SAD-a kojim Humbert neuspješno pokušava održati njihov odnos živim i relativno funkcionalnim.<sup>96</sup>

*„Tada je započelo naše opsežno putovanje kroz države Sjedinjenih Američkih Država ... Svako jutro za vrijeme našeg dugogodišnjeg putovanja morao sam osmisliti kakvo očekivanje, neko posebno mjesto u vremenu i prostoru kojem se (Lo) mogla veseliti...“*<sup>97</sup>

*„...ona i Tom otišli su na put rano poslijepodne, uzeli su i prtljagu.*

---

<sup>93</sup> Fitzgerald, F.S. *Veliki Gatsby*. Zagreb: Bookglobe, 2002.

<sup>94</sup> Ibid.

<sup>95</sup> Ibid.

<sup>96</sup> Tinsley, D. M. *Car culture and Lolita*. Savoirdolor, 2017. Dostupno na: [www.savoirdolor.wordpress.com](http://www.savoirdolor.wordpress.com) (06.09.2019.)

<sup>97</sup> Nabokov, V. *Lolita*. Zagreb: Globus Media, 2004.

- Jesu li rekli kad se vraćaju? - Ne.

- Zate li gdje su otišli? ...- Ne znam. Ne mogu reći.<sup>98</sup>

---

<sup>98</sup> Fitzgerald, F.S. Veliki Gatsby. Zagreb: Bookglobe, 2002.



## Popularno kao glavni lik djela

Kao što je u prethodnom poglavlju prikazano, sva tri izabrana djela obiluju elementima iz raznih sfera popularne kulture koji, iako učestali i u velikom broju, većinu vremena nemaju presudnu važnost za razumijevanje djela. Paralelno uz obilje tragova popularne kulture svako od izabranih djela obilježeno je barem jednim proizvodom zapadnjačke kulture toga doba bez kojeg djelo ne bi postojalo ovakvo kakvo jest, to jest obrađivana djela posjeduju određene elemente popularne kulture koji na neki, sebi svojstven, način čine srž djela, možebitni glavni lik djela. Bez prisutnosti tih likova i bez uviđanja njihove važnosti i detaljnijeg razumijevanja ne bismo u potpunosti razumjeli ni samo djelo.

### Veliki Gatsby

*Veliki Gatsby* optočen je glazbenim epizodama koje imaju mnogo važniju ulogu nego što je stavljanje likova i radnje u povijesni kontekst. Takve epizode čine svojevrsni *soundtrack* djela. Uporabom glazbe naglašavaju se, propituju i slamaju razne društvene granice, uglavnom izražavajući klasne i rasne razlike likova.<sup>99</sup> Društvena elita čiji član Gatsby pokušava postati od početka sumnja u vjerodostojnost njegove životne priče, a niz *Tin Pan Alley* (nadalje u tekstu: TPA)<sup>100</sup> pjesama koje se kroz djelo vezuju uz Gatsbyjev lik detaljnije ga vežu uz kulturu *outsajdera*, a ne *kreme* američkog društva.<sup>101</sup> Spominje se nekoliko TPA pjesama u često teškim i važnim trenucima djela, *The Sheik of Araby* (1921.), orijentalna pjesma koja u fokus stavlja stereotipnog Arapina, svira dok se čitatelja upoznaje s odnosom Gatsbyja s Daisy; M. Wolfsheim, lik židovskog podrijetla, pjevuši *The Rosary* (1917.), kršćansku skladbu, dok se pravda zašto nije bio prisutan na sprovodu svoga

---

<sup>99</sup> Tipton, C. A. Race, class and music in *The Great Gatsby*. *The avid listener*, 2016. Dostupno na: <https://www.theavidlistener.com/2016/01/race-class-and-music-in-the-great-gatsby.html> (07.09.2019.)

<sup>100</sup> \*\*\* Tin Pan Alley kolektivni je naziv za veći broj glazbenika i glazbenih izdavačkih kuća u New Yorku koji su dominirali američkom popularnom scenom krajem 19. stoljeća i početkom 20. stoljeća. Pjesme Tin Pan Alley žanra uglavnom se mogu povezati s klasnim i rasnim problematikama američkog društva toga doba, a smatralo ih se glazbom za nižu i srednju klasu te doseljenike koji neuspješno teže velikom američkom snu.

<sup>101</sup> Tipton, C. A. Race, class and music in *The Great Gatsby*. *The avid listener*, 2016. Dostupno na: <https://www.theavidlistener.com/2016/01/race-class-and-music-in-the-great-gatsby.html> (07.09.2019.)

navodnoga prijatelja; jedan od uzvanika Gatsbyjevih zabava pjevuši *The Love Nest* i *Ain't We Got Fun*, pjesme koje artikuliraju socijalne i financijske razlike društvenih klasa itd.<sup>102</sup>

Kroz djelo se provlače razna umjetnička imena i popularne pjesme toga doba, pretežito jazz glazba, ali autor samo jednom uvodi fiktivno glazbeno djelo. Prilikom scene kojom ga se uvodi u roman Gatsby na zabavi od orkestra traži da odsviraju djelo *Jazz History of the World* Vladimira Tostoffa koje je *izazvalo senzaciju u dvorani Carnegie*.<sup>103</sup> *Jazz History of the World* moguća je aluzija na *Rhapsody in Blue*, djelo kojim je orkestar Paula Whitemana<sup>104</sup> pokušao legitimirati jazz kao glazbeni žanr, to jest pretvoriti ga iz žanra niskoklasnih novodoseljenika u visoko cijenjenu popularnu glazbu američke elite, proces sličan Gatsbyjevom prividnom društvenom rastu.<sup>105</sup>

Fitzgerald jazz glazbu koristi kao kritiku američke opsesije propitivanja rasnog i društvenog identiteta te istom naglašava atmosferu pojedinih situacija ili raspoloženje likova. Takva bogata upotreba glazbe pretvara ju u svojevrni lik djela, ali također i u narativ. Ispreplitanjem radnje i raznih popularnih glazbenih naslova autor izravno komunicira s čitateljem *jazz doba* i nudi mogućnost detaljnijeg razumijevanja samog djela. *Jazz doba*, odnosno početak 20. stoljeća, vjerodostojan je primjer skandalaznog i raskalašenog života visokog američkog društva i mnogobrojnih bezuspješnih pokušaja dosezanja takozvanog američkog sna.

## Lovac u žitu

Baseball odnosno bejzbol u *Lovcu u žitu* ne predstavlja samo sportsku igru koja se povremeno i besciljno spominje u pozadini fabule već se simbolika bejzbola provlači kroz razne situacije djela kojima daje na težini. Slično kao što jazz glazba pomaže staviti *Velikog Gatsbyja* u određeni kulturno-povijesni kontekst, bejzbol također, uz simboličke vrijednosti, kontekstualno određuje ovo djelo.

---

<sup>102</sup> Tipton, C. A. Race, class and music in The Great Gatsby. The avid listener, 2016. Dostupno na: <https://www.theavidlistener.com/2016/01/race-class-and-music-in-the-great-gatsby.html> (07.09.2019.)

<sup>103</sup> Fitzgerald, F.S. Veliki Gatsby. Zagreb: Bookglobe, 2002.

<sup>104</sup> \*\*\* Paul Whiteman američki je dirigent, skladatelj i direktor orkestra koji je djelovao u prvoj polovici 20. Stoljeća.

<sup>105</sup> Tipton, C. A. Race, class and music in The Great Gatsby. The avid listener, 2016. Dostupno na: <https://www.theavidlistener.com/2016/01/race-class-and-music-in-the-great-gatsby.html> (07.09.2019.)

Tragovi bejbola prisutni su u nekoliko prividno rijetkih i ne toliko bitnih epizoda, to jest elemenata djela koji zapravo nose mnogo dublje značenje za razne pristupe njegovoj analizi. Najupečatljivije spominjanje bejbola nalazi se već u samom naslovu, djelo originalno nosi naslov „*Catcher in the Rye*“, a *catcher* ili hvatač je jedna od glavnih pozicija u bejbolu jer uz hvatanje, to jest spašavanje loptice, *catcher* zauzima poziciju iz koje vidi cijeli sportski teren i time je u najboljoj mogućnosti vođenja i navođenja ostalih igrača. Holdenova najveća želja je hvatati, odnosno spašavati zalutale loptice od pada u proplanak odraslosti i pokvarenog svijeta.

U djelu postoje i fizički elementi navedenog sporta, a najočitiiji su bejbol rukavica Holdenovog mlađeg brata Allieja i crvena lovačka kapa koja je neodvojiv dio Holdenovog identiteta. Holden se nije u mogućnosti pomiriti s gubitkom mlađeg brata i hvata se njegove *catcher* rukavice kao zadnjeg preostalog materijalnog traga njegove egzistencije. Bratova rukavica može se povezati s naslovom jer je Allie trenirao bejbol i bio je na poziciji *catchera*, a nakon njegove smrti Holden se nikada nije pomirio s činjenicom da je on još uvijek živ dok njegov mlađi, neviniji i pametniji brat više nije te svoju konačnu ulogu vidi kao ulogu njegove rukavice – želi spašavati nevinu djecu od nemilog pada u odrasli svijet. Holdenov cjelokupni karakter vezan je uz Alliejevu rukavicu, ali i uz crvenu lovačku kapu koji nosi u svim trenutcima, a nosi ju naopako kao što igrači bejbola popularno nose svoje šilterice.

Kontekstualno, iako je bejbol u SAD-u postao popularan već početkom 20-ih godina 20. stoljeća, 50-ih godina počeo se širiti njegov utjecaj prvenstveno po Americi, a onda i ostatku svijeta. Utjecaj bejbola osjećao se u raznim aspektima svakodnevnog života američkog naroda, predstavljao je najpopularniji sport toga doba, a možebitno i danas, jednu od najunosnijih industrija, izvor raznih modnih i sociokulturnih ponašanja, postao je uobičajeni dio radničke klase, ali i visokog društva (uz golf, bejbol je predstavljao najpopularniji sport i uopće zanimaciju visoko obrazovnih institucija, to jest *Ivy league*<sup>106</sup> društva), a svoje tragove proširio je i u kulturalne proizvode kao što su glazba, književnost i ostali oblici umjetnosti.

---

<sup>106</sup> \*\*\* *Ivy League* je akademsko, društveno i sportsko udruženje nekoliko prestižnih fakulteta Sjedinjenih Američkih Država koje uglavnom nosi konotacije akademskog i društvenog elitizma.

## Lolita

Odnos Humberta i djevojčice Lolite glavni je fokus radnje romana *Lolita*, ali njihov osobni odnos ima i drugu stranu, na određeni način poslovnu. Humbert s Lolitom posluje i vodi odnos poslovnih transakcija i drugih razmjena dobara; odlaskom u kupovinu i uvijek novom robom Humbert dobiva mogućnost poigravanja djevojčinim labilnim identitetom dok ju raznim proizvodima popularne kulture, točnije, masovnim medijima poput časopisa, reklamnih sadržaja i popularnih filmova toga doba drži zaokupljenom i nesvjesnom situacije u kojoj se nalazi.

Djelo *Lolita* slika je i prilika američkog potrošačkog društva. Konzumerizam mlade Lolite lajtmotiv je koji iz sjene upravlja cijelim razvojem događaja. Lolita je odrasla u izravnom kontaktu s novim potrošačkim, materijalističkim i luksuznim običajima srednje i više klase američkog društva. Kako bi Humbert utažio svoje želje i potrebe, cijena je bila ispuniti sve, isključivo materijalističke i komocijske, Lolitine prohtjeve. Odnos likova utemeljen na potrošnji započeo je Humbertovim učestalim darivanjem Lolite kako bi ju pridobio, a zatim pokloni više nisu bili dovoljni te Humbert Lolitinu *ljubav* počinje doslovno isplaćivati u obliku *džeparca* koji raste iz dana u dan. Uz novac i izobilje poklona Lolita nije pristajala na osrednje životne uvjete, prilikom njihovog dugog putovanja odsjedali su u luksuznim hotelima, objedovali samo u preporučenim i visoko ocijenjenim restoranima te nerijetko posjećivali kina i slično. Iako je većinu navedenih stvari Humbert radio preko volje i samo kako bi udovoljio Loliti, u kupnji odjeće i obuće uživao je više nego li sama Lolita, uživao je u biranju dezena, krojeva i boja, a sve njezine mjere znao je napamet. Humbert je kroz izbor robe i naglašavanje njezinog tijela tako stvarao stereotipno feminiziranu djevojčicu kao sliku i predmet erotske opsesije muškaraca.

Pojava novih medija 20. stoljeća poput televizije, filma, radio emisija i neizbježnih reklama utjecala je na ponašanje ljudi i na formiranje novih društvenih običaja, a reklamiranje je predstavljao možda najutjecajniji oblik masovnih medija. Marketinškim trikovima industrija je izravno utjecala na društveno i potrošačko ponašanje ljudi, a Lolita je bila ciljani i savršeni potrošač koji je marketing pratio kao kakvu religiju. Lolita je uz luksuz i modu najviše voljela filmove, kroz godinu dana zajedničkog putovanja pogledala je *150 ili 200 naslova*. Filmovi su joj pružali varljivo olakšanje, kratkotrajno mijenjanje stvarnosti koju živi za filmsku priču. Lolita je od malih nogu bila izgrađivana u novom potrošačkom društvu te nije neshvatljivo što se izgubila u masi privlačnih iluzija, luksuza i materijalnih dobara.

## Zaključak

Akademsko proučavanje popularne kulture započinje 1960-ih godina razvojem kulturalnih studija koji pokušavaju fokus bavljenja književnošću staviti na razne elemente i fenomene novonastale kulture. Naglašavanjem svakodnevnih stvari kao što su proizvodnja i potrošnja, marketing, reprezentacija i identitet, glazba, film i slične industrije, kulturalni studiji popularnoj kulturi pristupaju kao svojevrsnom društveno-kulturnom proizvodu koji svoje značenje dobiva u življenoj kulturi društva. Popularna kultura fenomen je koji se pojavljuje i u književnosti te ne može biti izdvojena kao zasebna kategorija; ona je isprepletena društvenim, kulturnim, ekonomskim i sličnim promjenama, odnosno popularna kultura ovisi o kontekstu u kojemu nastaje. Moderna književnost, posebice roman, poseže za elementima ljudske svakodnevice iz područja popularne kulture kako bi lakše komunicirala s modernim čitateljem, no takvi elementi nerijetko se zanemaruju, proglašavaju trivijalnim i ne zadobivaju pozornost koju zaslužuju. Čitanje iz rasonode ili formalni pristup djelu uglavnom se oslanjaju na neke tradicionalnije pristupe djelu, fokusirajući se na radnju djela, likove, političke, simboličke i slične analize. Razmišljanje o popularnoj kulturi koja je neizbježan element svakog proznog djela tako pada u drugi plan. Iako razni elementi popularne kulture, poput nerijetke pojave automobila, radio programa, marketinških propagandi, filma kao novog medija i estradnih imena, često nemaju dublje značenje već su u djelo uvršteni kao pozadinski tragovi vremena u kojem djelo nastaje, poneki elementi popularne kulture od neopisive su važnosti za kvalitetno i kompletno razumijevanje cijelog djela. Određeni elementi popularne kulture od tolike su važnosti za djelo da na sebi svojstven način čine jedan od glavnih likova, ili čak jedan od izraženijih narativa, bez kojeg to književno djelo ne bi bilo ono djelo koje poznajemo.

Popularna kultura jest ono što ljudi čine od problema i privilegija koje su dobili kulturnom industrijom. Stvaranje i uživanje popularne kulture može predstavljati izrazito plodno i kvalitetno inspirativno tlo, a može biti i opasan teren pasivne konzumacije industrijske manipulacije. Popularna kultura ono je što se od nje učini.

## Literatura

1. 1920 – 1929. Fashion history timeline, 2018.  
Dostupno na: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1920-1929/> (10.07.2019.)
2. 1950 – 1959. Fashion history timeline, 2017.  
Dostupno na: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1950-1959/> (10.07.2019.)
3. 1960s fashion: what did women wear?. Vintage dancer, 2018.  
Dostupno na: <https://vintagedancer.com/1960s/1960s-fashion-womens/> (19.07.2019.)
4. 1960s important news and events, key technology fashion and popular culture. The people history, 2018.  
Dostupno na: <http://www.thepeoplehistory.com/1960s.html> (19.07.2019.)
5. American culture in the 1920s : jazz, flappers and the lost generation. Khan Academy, 2018.  
Dostupno na: <https://www.khanacademy.org/humanities/us-history/rise-to-world-power/1920s-america/a/jazz-and-the-lost-generation> (04.08.2019.)
6. American history & identity: 1900 – 1950. Schoolwork helper, 2017.  
Dostupno na: <https://schoolworkhelper.net/american-history-identity-1900-1950/> (10.07.2019.)
7. Borus, D. American mass culture: 1900 – 1945. American history, 2018.
8. Culture in the 1920s. Shmoop.  
Dostupno na: <https://www.shmoop.com/1920s/ideology.html> (04.08.2019.)
9. Duda, D. Kulturalni studiji: ishodišta i problemi. Zagreb: AGM, 2002.
10. Fiske, J. Popularna kultura. Beograd: Clio, 2002.
11. Fitzgerald, F.S. Veliki Gatsby. Zagreb: Bookglobe, 2002.
12. Gelder, K. Popular fiction: the logics and practices of a literary field. London: Routledge, 2005.
13. Kendi, Ibram. A history of race and racism in America, 2017.  
Dostupno na: <https://www.nytimes.com/2017/02/22/books/review/a-history-of-race-and-racism-in-america-in-24-chapters.html> (04.08.2019.)
14. Nabokov, V. Lolita. Zagreb: Globus Media, 2004.
15. Salinger, J.D. Lovac u žitu. Zagreb: Znanje, 1978.

16. Savage, J. Jay Gatsby: a black man in Whiteface. USA: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017.  
Dostupno na: <https://www.scribd.com/document/365464668/Jay-Gatsby-A-Black-Man-in-Whiteface> (04.08.2019.)
17. Slunjski, K. Utjecaj popularne kulture na suvremeni hrvatski dječji roman: doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2018.
18. Storey, J. Cultural theory and popular culture: an introduction. III. Izdanje. Harlow [etc.] : Pearson education : Prentice hall, 2001.
19. Strinati, D. An introduction to theories of popular culture. London; New York: Routledge, 1995.
20. Tinsley, D. M. Car culture and Lolita. Savoirdolor, 2017.  
Dostupno na: [www.savoirdolor.wordpress.com](http://www.savoirdolor.wordpress.com) (06.09.2019.)
21. Tipton, C. A. Race, class and music in The Great Gatsby. The avid listener, 2016.  
Dostupno na: <https://www.theavidlistener.com/2016/01/race-class-and-music-in-the-great-gatsby.html> (07.09.2019.)
22. Williams, R. Analysis of culture / The long revolution. Harmondsworth: Penguin books, 1965.