

Celebrity and Glamour: Modernism for the Masses

Michael Newbury, *American Literary History*, 23:1, pp. 126-134, Spring 2011. Published by Oxford

Sự nổi tiếng và sự quyến rũ: Chủ nghĩa hiện đại cho Quần chúng

Michael Newbury

*Glamour in Six Dimensions:
Modernism and the Radiance of
Form*, Judith Brown, Cornell
University Press, 2009.

*Gertrude Stein and the Making of
an American Celebrity*, Karen
Leick. Routledge, 2009

Rất nhiều tác giả và những người đọc phê phán từ thế kỷ 20 trở đi đã đặt chủ nghĩa hiện đại văn học đối nghịch với cái, theo nghĩa rộng, gọi là sự hiện đại. Nếu những thập kỷ đầu tiên của thế kỷ 20 chứng kiến sự xuất hiện của người tiêu dùng tiên bộ thích sử dụng hàng xa xỉ và văn hóa quần chúng – sự nổi lên của các công ty quảng cáo hiện đại, sự sùng bái các cửa hàng bách hóa, sở hữu ô-tô một cách rộng rãi, và cái nhìn ngày càng say đắm với sự nổi tiếng của Hollywood – những nhà hiện đại học trong văn học ở mức độ cao, với những miêu tả rắc rối, xử lý cú pháp, và tham chiếu một cách uyên bác tới các văn bản nhà nghề, thường đứng đối lập với văn hóa quần chúng, thậm chí coi nó là tầm thường. Chủ nghĩa hiện đại trong văn học, về phía này, tách ly khỏi các dạng văn tường thuật và thơ trowcs đó, thậm chí kể cả khi nó tuyên bố bảo vệ và thúc đẩy một cách đầy quan tâm với ý tưởng của một xu hướng sáng tác thuộc giới uyên bác. Trong *Gertrude Stein and the Making of an American Celebrity* (2009), Karen Leick gợi ý rằng “Fredric Jameson và Andreas Huyssen đã đặc biệt có ảnh hưởng khi gợi ý rằng những nhà hiện đại học đã phân tích văn hóa quần chúng một cách tiêu cực là thứ khác biệt, định nghĩa những thứ khác là chủ nghĩa hiện đại,” và bà đã có lý (4). Nhưng từ quan điểm của tôi, những nỗ lực quyết liệt nhằm xây dựng nên thái cực này đôi khi được viết bởi ngay chính những nhà hiện đại học. Tôi nghĩ về, chỉ đưa ra một ví dụ, “Tradition and the Individual Talent” của T.S. Eliot. Ở đây, Eliot nói với chúng ta rằng chỉ những người nhát nhẽo và không có óc phán xét “chú ý tới những tiếng kêu hỗn loạn của các nhà phê phán trên báo” và, trong đôi mắt không chút nghi ngờ về các danh mục bán chạy nhất,

ông than văn sự giới thiệu của “cá tính” vào lĩnh vực văn học, kết tội những “dạng quảng cáo giả dối” (“Tradition”). Eliot, có thể nói rằng, đã thấy được phần nhiều về tính hiện đại trong gia

đoạn đầu thế kỷ 20 và những dạng thương mại của quyền tác giả mà (sự hiện đại) đã trao cho tác giả là tượng trưng của một bãi rác văn hóa.

Gertrude Stein, Leick nhấn mạnh, đã trải nghiệm trong những mối quan hệ của bà với văn hóa hiện đại, truyền thông, và chủ nghĩa tiêu dùng theo những cách rất khác biệt. Tác phẩm *Glamour in Six Dimensions: Modernism and the Radiance of Form* (2009) của Judith Brown cũng cho rằng một vài nhà hiện đại học kinh điển, bao gồm Stein- bắt nguồn vững chãi trong một văn hóa tiêu dùng thay vì đứng trên hoặc bên ngoài văn hóa đó với một đôi mắt khinh bỉ. Cả hai cuốn sách đều tự đặt mình tương đồng với một “nghiên cứu theo trường phái tân hiện đại” được hình thành trong vòng 10 đến 20 năm qua, trường phái này tìm cách thách thức ý tưởng của một nhà văn kinh điển theo chủ nghĩa hiện đại đứng tách rời khỏi các điều kiện vật chất của quyền tác giả trong vòng nửa đầu của thế kỷ 20 (Brown 8). Với Leick, điều này có nghĩa là chúng ta phải đặt câu hỏi cho ý tưởng rằng văn học trường phái hiện đại là một “văn học kinh điển ... chỉ có thể được hiểu bởi các chuyên gia văn học” (4). Brown cũng rất quan tâm tới mối quan hệ của chủ nghĩa hiện đại văn học với văn hóa quần chúng, đặc biệt ở một điểm là cả hai đều ưu tiên cái mà bà gọi là mỹ học và lập ngôn của sự quyến rũ. Lập ngôn này nhấn mạnh chủ yếu vào sự phủ định bất kỳ ý tưởng nào về một cá thể chủ thể con người nhất định, và tập trung vào đối tượng được cấu trúc, có cơ cấu, được sắp xếp, được phong cách hóa, và dễ nhận biết.

1. Sự nổi tiếng của chủ nghĩa hiện đại và Văn hóa Quần chúng

Việc sự nổi tiếng và hào quang nên trở thành những trọng tâm của nghiên cứu gần đây về chủ nghĩa hiện đại văn học là một điều nực cười khi chúng ta nghĩ về Eliot, nhưng trên thực tế, điều đó dường như là hiện thực. Brown nói với chúng ta rằng “trong những năm gần đây, nghiên cứu về sự nổi tiếng đã nổi lên như một lĩnh vực chuyên môn” và cả bà và Leick đều chỉ ra một vài công trình có giá trị trong các nghiên cứu của chủ nghĩa hiện đại đã biến các công trình này trở thành một phần của loại nghiên cứu đó – Aaron Jaffe, *Modernism and the Culture of Celebrity* (2005); Faye Hammill, *Women, Celebrity, and Literary Culture between the Wars* (2007); và Loren Glass, *Authors, Inc.: Literary Celebrity in the Modern United States, 1880–1980* (2004)- là một trong một vài tác phẩm như vậy (Brown 103, 186; Leick 3). Tác phẩm có tính học thuật dưới dạng phim, thiết kế và các dạng văn hóa khác ngoài văn học cũng đã tập trung vào các mối liên kết giữa những nhà hiện đại học đã từng bị cho là xa rời thực tế và văn hóa quần chúng mà đôi khi họ cũng tham gia một cách lung chừng. Trên thực tế, sách của Brown, cùng với mối quan tâm của nó về Greta Garbo, Chanel No. 5, và giấy bóng kính như những nhân tố mỹ học của ánh hào quang của chủ nghĩa hiện đại, lập luận một cách khéo léo cho sự tham gia sâu sắc của các tác giả như Wallace Stevens, F. Scott Fitzgerald, và Stein trong các lập ngôn văn hóa của họ mở rộng ra ngoài các phạm vi của văn học hay sách vở.

Những nghiên cứu về việc thâm nhập lẫn nhau của văn hóa quần chúng và sự nổi tiếng với chủ nghĩa hiện đại “uyên bác” đã... đủ để trở thành quy chuẩn đến nỗi nó khó có thể là một sự khám phá để nói rằng rất nhiều nhân tố kinh điển... đều có một phần của quá trình marketing doanh nghiệp và đương nhiên là gắn liền với các lập ngôn văn hóa quần chúng vào thời đại của họ, tuy nhiên, chúng ta có thể tiếp tục coi tính nguyên bản của các tác phẩm của họ dưới dạng hình thức và chủ đề.

Những nghiên cứu về sự thâm nhập của văn hóa quần chúng và doanh nhân vào chủ nghĩa hiện đại “uyên bác” trên thực tế đã đủ để trở thành quy chuẩn đến nỗi nó khó có thể là một sự khám phá để nói rằng rất nhiều nhân tố kinh điển – Stein, Hemingway, Fitzgerald, Faulkner, và gần như tất cả các tác giả mà ai đó có thể nghĩ ra- đều có một phần của quá trình marketing doanh nghiệp và đương nhiên là gắn liền với các lập ngôn văn hóa quần chúng vào thời đại của họ, tuy nhiên, chúng ta có thể tiếp tục coi tính nguyên bản của các tác phẩm của họ dưới dạng hình thức và chủ đề. Theo cách nào đó, Leick và Brown có một chương ngại vật phải vượt qua, bắt nguồn từ sự làm sáng tỏ thành công và xuyên suốt về quy chuẩn sáng tạo và quyền tự trị của tác giả đã được nảy nở trong vòng 20 năm qua. Cuối cùng, tôi ngờ rằng hầu hết người đọc uyên thâm sẽ bất ngờ hơn khi biết rằng những nhà hiện đại học đã đứng tách biệt khỏi nước hoa, nhựa, phim, và quần chúng nhân dân một cách thành công, so với việc họ sẽ bất ngờ khi biết được sự tham gia phức tạp của những tác giả này vào cuộc sống hàng ngày được xác nhận một cách đầy đủ. Tuy nhiên, Leick và Brown thực sự cung cấp những cơ sở thuyết phục nhưng cũng khác biệt về những trao đổi giữa chủ nghĩa hiện đại và văn hóa quần chúng.

Người đọc tìm kiếm sự phân tích sâu sắc về tác phẩm của Stein từ cuốn sách của Leick có lẽ sẽ bị thất vọng, vì phân tích bối cảnh không phải là mối quan tâm lớn của bà. Có lẽ, Leick nhận thức được sâu sắc về cách mà, trên thực tế, các tác phẩm của Stein đã được đọc một cách thấu đáo. Người đọc tìm kiếm một cơ sở xuyên suốt đáng chú ý về sự tiếp nhận phổ thông của Stein, tuy nhiên, đã tìm đến đúng địa điểm. Leick đã thực hiện một nghiên cứu ấn tượng về các nhận xét và tham chiếu phổ biến đến Stein trong báo chí trong suốt giai đoạn sự nghiệp của tác giả này, chủ yếu với mục tiêu chứng minh rằng từ giai đoạn đầu, thậm chí trong một vài tác phẩm thử nghiệm của bà vào những năm 1910, Stein đã phổ biến với người đọc “dòng chính”. Leick chỉ ra hàng loạt những bức tranh biếm họa về Stein được vẽ cho các tạp chí định kỳ phổ biến, các bài viết nhại lại tác phẩm của bà, và cuối cùng, tham vọng rõ ràng và thành công của Stein nhằm xuất bản tại những tờ báo hàng đầu. Không chỉ khảo sát sự nghiệp của Stein mà cả bối cảnh rộng lớn của các bài bình luận về sách, các tạp chí và các nhà xuất bản, Leick lập luận trong lời giới thiệu rằng các tác giả di chuyển một cách chậm qua các cung bậc được đưa ra và “một cách hợp lý thì không có người đọc uyên bác (elite readership) nào ở Mỹ vào những năm 1920 và 1930” (22). Với lời khẳng định này, kết luận là chỉ có bản thân Stein, bất kể việc một số nhà phê phán hàn lâm có thể nghĩ sai về những tác phẩm của bà vào giai đoạn sau, không thể là người viết cho

một người đọc uyên bác không tồn tại. Thay vì đó, các nhà hàn lâm đã, theo cách nào đó, đánh giá thấp độ nhạy bén và sự quan tâm của người đọc chính thống mà, trong quá khứ, sẵn sàng tham gia vào các tác phẩm có tính phi truyền thống như những tác phẩm ban đầu của Stein. Stein, trong đánh giá của Leick về sự nghiệp của bà, không trở nên nổi tiếng khi bà xuất bản *The Autobiography of Alice B. Toklas* (1933). Thay vì đó, bà đã luôn, theo một số cách tính, là một người viết phổ biến, người đã khát khao được nổi bật hơn nữa với các thành công của các cuốn sách được công nhận là có thể dễ dàng tiếp cận đã được bán chạy nhất. Mặc dù Stein có thể đã trở thành một tác giả được đọc chủ yếu bởi những người đọc chuyên môn hóa, hàn lâm trong suốt thế kỷ 20, cuốn sách của Leick gợi ý một cách thuyết phục rằng tác phẩm của bà – và có lẽ tác phẩm của những nhà hiện đại học thực nghiệm- quay vòng rất khác nhau và theo những con đường phức tạp hơn qua những năm 1920. Điểm này là tương đối hợp lý về mặt cảm tính, do rất nhiều các số liệu quy chuẩn về phong trào hiện đại vẫn không được biết trong thời đại của họ. Trên thực tế, học bổng văn học đã không làm được nhiều trong việc phục hồi các hình ảnh của nhà hiện đại học mà đã bị làm mờ đi một cách tương đối trong thời đại của họ, đặc biệt nếu chúng ta nhìn lại vào các giai đoạn lịch sử xa hơn, nơi những sự phục hồi như vậy là phổ biến hơn.

Nhưng nếu cuốn sách của Leick đưa ra một loạt bằng chứng ấn tượng về điều mà mọi người biết về tác phẩm mang tính thử nghiệm nhất của Stein, điều đó thực sự không thuyết phục được tôi rằng người đọc chính thống đọc nó một cách thường xuyên và rằng thị trường văn học của những năm 1920 không có phân đoạn và cấp bậc. Chỉ vì báo chí chính thống thường xuyên tham chiếu đến Stein, chúng ta không thể giả định rằng những người đọc phổ thông thực sự ưa thích một trong những tác phẩm khó hiểu nhất của bà, mặc dù tôi không có ý nhấn mạnh rằng điều đó chắc chắn không thể xảy ra với bất kỳ một số lượng cá nhân nào. Đánh giá từ những nhận xét mà Leick đã thu thập một cách cẩn thận, đơn giản là không phải lúc nào tôi cũng thấy rõ được ai là người thực sự đọc Stein và ai chỉ nghe về Stein, biết được bà là một người có cá tính văn học. Bằng lập luận phủ định sự tồn tại của người đọc uyên bác mà chúng ta có thể xác định được vào những năm 1920, Leick có xu hướng đồng nhất những cách thức phức tạp mà các thị trường văn học phân đoạn với nhau trong các nền kinh tế người tiêu dùng. Một người đọc uyên bác trước đây có thể không phải là nhóm khách hàng mục tiêu lớn hay mang lại lợi nhuận; những người trong số đó có thể đã đọc và hứng thú với những tác phẩm uyên bác cũng như tác phẩm phổ thông, do các cá nhân, như Leick cũng đồng ý, thường có những sở thích đa dạng và không thể phán đoán. Tuy nhiên, tôi không nghĩ rằng T.S. Eliot, ví dụ, coi bản thân ông ta là người đọc phổ thông- hay nếu ông nghĩ vậy, ông cũng đồng thời thuộc các kiểu người đọc khác, những dạng khác mà tôi chỉ có thể gọi là đọc kiểu uyên bác. Tôi không biết liệu Eliot có từng cầm cuốn *The Saturday Evening Post* trên đường từ nơi làm về nhà không, và sẽ rất vui khi biết được rằng ông đi chuyển rất nhuần nhuyễn giữa hai biên giới quá cách xa và quá cứng mà những nhà phê bình

sau đó đã thiết lập giữa người đọc văn học cấp thấp và cấp cao. Nhưng thậm chí nếu Eliot thực sự đọc những tạp chí đó, và nếu những người như William Faulkner đã đôi khi có bài viết trên đó, điều đó khó có thể khiến Eliot và Faulkner trở thành những người duy nhất hoặc trở thành người đọc và người viết phổ thông khác biệt với tất cả những người khác. Nếu việc xây dựng các biên giới văn học không một kẽ hở là quá đơn giản, có lẽ cũng rất đơn giản để gợi ý rằng những biên giới đó không có sự tồn tại hay ý nghĩa chức năng đối với những tác giả chủ nghĩa hiện đại và người đọc của họ.

Sự khác biệt phức tạp ở đây giữa những người biết về Stein và những người đọc tác phẩm thử nghiệm của bà một cách thích thú dường như quan trọng khi chúng ta nghĩ về bản chất của sự nổi tiếng của Stein và việc lý thuyết hóa hiện tượng nổi tiếng một cách rộng rãi hơn. Leick đã làm sáng tỏ một cách thuyết phục rằng Stein đã có hỗ trợ to lớn từ những phân khu thuộc những người có danh tiếng trong văn học; Sherwood Anderson và Carl Van Vechten, ví dụ, trở thành những người ủng hộ nhiệt tình tác phẩm của bà. Không nghi ngờ gì, một số người đọc nhấn chính thích toàn bộ hoặc hầu hết các tác phẩm của Stein. Nhưng lập luận của Leick rằng Stein được nhiều người đọc phổ thông quan tâm về những tác phẩm khó hiểu nhất của bà nhằm đối lập với sự nổi tiếng rộng rãi của cá nhân bà trong văn học nói chung thường dựa vào một số giả thuyết quyết định, hợp lý, nhưng rất thiếu chắc chắn. Ví dụ, Leick gợi ý liên tục rằng do Stein được vẽ rất nhiều trong tranh biếm họa và bị nhại lại trong tác phẩm khác rằng “người đọc đã quen thuộc với tác phẩm của Stein” (77). Thiếu sự “quen thuộc” đó, người đọc chỉ đơn thuần không thể hiểu được những câu nói đùa trong bài viết. Nhưng, đặc biệt với một tác giả như Stein, có thể dễ dàng tưởng tượng một kiểu nổi tiếng với những âm điệu và sự kỳ quặc về phong cách của một tác phẩm mà người đọc không cần phải đọc nhiều hoặc thậm chí không cần đọc cũng nắm được. Trên thực tế, Leick liên tục đưa ra những bài viết nhại và những nhận xét về Stein mà trong tác phẩm của bà là một điều gì đó gần với việc “không thể hiểu nổi”. “Rất nhiều điều không thể lý giải nổi, nhưng không có gợi ý nào rằng tác phẩm của Stein là khó tiếp cận, xa rời thực tiễn hay chuyên sâu” (80). Tương đối đủ, nhưng “điều không lý giải được” bất kể có xa rời thực tiễn hay không, thông thường sẽ không phải là đối tượng quan tâm lớn của người đọc phổ biến, thậm chí nếu nó có thể khiến tác giả của tác phẩm đó là một đối tượng đáng chú ý cho sự nhại văn.

Tất cả những vấn đề này đặt ra câu hỏi về việc làm thế nào mà sự nổi tiếng của Stein được tạo ra và chúng ta nghiên cứu điều gì khi nghiên cứu sự nổi tiếng. Tựa đề cuốn sách của Leick hứa hẹn khám phá cơ chế tạo ra sự nổi tiếng gắn liền với Stein nói riêng, nhưng nó tập trung quá nhiều vào việc phân loại việc tiếp nhận phổ thông về Stein trong các bản in. Các câu hỏi lý thuyết và thực tiễn khó về quá trình xây dựng sự nổi tiếng trong trường hợp của tác giả này vẫn còn đó. Liệu người đọc có đơn thuần nắm bắt các bài văn và thơ đầy khí chất cung với cá tính sắc sảo và

công cộng có tính toán của bà? Làm thế nào Stein được nâng lên một cách có hệ thống, mà không có sự hỗ trợ của Van Vechten và Sherwood Anderson? Trên quy mô lớn hơn, cấu trúc tổng thể nào cho việc tự khẳng định với một tác giả có những tham vọng thử nghiệm và kỳ cục như của Stein? Đây là “sự nổi tiếng” trong bối cảnh của Stein và trong bối cảnh chủ nghĩa hiện đại văn học? Đó có đơn thuần là trường hợp “được biết đến rộng rãi”? Với những người tham gia vào “nghiên cứu sự nổi tiếng” được nhắc đến bởi Brown ở trên, khán niệm này thường gắn liền theo những cách phức tạp với các doanh nghiệp truyền thông dưới những dạng đặc biệt của chủ nghĩa tư bản, nhưng việc xem xét cấu trúc như vậy (và được công nhận là trừu tượng) không giúp nhiều cho việc xem xét tác phẩm của Leick.

Leick nói với những người đọc trong lời cảm ơn rằng cuốn sách bắt đầu như một dự án về sự tiếp nhận của phổ biến của người Mỹ về Stein, Ezra Pound và T.S.Eliot. Nó đã phát triển thành một công trình xuyên suốt về sự công nhận với Stein trong các tờ báo phổ biến; nó chỉ ra với một sự chắc chắn về sự nổi tiếng cá nhân của bà, tác động của bà về các khía cạnh của văn hóa quần chúng, và động lực của bà để trở thành một nhân vật nổi tiếng. Nếu cuốn sách của Leick để lại những câu hỏi khó không được trả lời về cách Stein trở thành một nhân vật quá phổ biến với phần lớn người đọc Mỹ, người có thể đã hoặc chưa đọc tác phẩm của bà, nó thực hiện một công việc tuyệt vời trong việc chỉ ra rằng Stein, ít ra với vai trò là một cá tính, thuộc về một nhóm khán giả lớn hơn những gì mà các nhà bình luận hiện nay tưởng rất nhiều. Những rường hợp của sự nổi tiếng hiện đại (hay của những người theo trường phái hiện đại?) một cách khác biệt đối lập với các dạng nổi tiếng tiền hiện đại, tiền kinh doanh, tuy nhiên, vẫn khó có thể phân biệt được cho tới tận khi kết thúc đọc cuốn sách của Leick. “Sự nổi tiếng” trở thành điều gì đó gần như đồng nghĩa với tình trạng được biết đến rộng rãi.

2. Hào quang

Judith Brown nghĩ về chủ nghĩa hiện đại, sự nổi tiếng và văn hóa quần chúng dưới những thuật ngữ khác rất nhiều. Trong khi Leick dường như cho rằng Stein và một vài người ủng hộ bà đã tạo ra và quản lý sự nổi tiếng của bà, những nhà hiện đại học như Brown ít tập trung hơn vào sự sáng tạo và sản phẩm nghệ thuật của họ. Phạm vi ảnh hưởng văn hóa rộng mà Brown thảo luận – bất kể có chủ tâm hay không – làm sống sò và đóng góp vào một lập ngôn và mỹ học của cái mà bà gọi là hào quang của chủ nghĩa hiện đại. Trong bàn tay của Brown, hào quang là một khái niệm hoàn toàn hữu ích để nhìn nhận tác phẩm của nhà hiện đại học và những mối quan hệ của nó với ngôi sao điện ảnh, nước hoa và thậm chí là sự xuất hiện của giấy bóng kính, nhưng, giống như sự nổi tiếng, hào quang cũng là một thể rất trơn của cảm giác, ý nghĩa và các tập quán văn hóa. Và ở trung tâm của ánh hào quang là sự trống rỗng, chán nản, bất mãn, những thuật ngữ mà chúng ta có thể không gắn liền một cách bản năng với ánh hào quang. Bề ngoài của hào quang được sắp xếp thành hàng, thiếu số, và ít, nhưng dạng bề ngoài đẹp đẽ này có một kiểu rỗng tuếch

ở bên trong, thậm chí là một vỏ ngoài bóng bẩy che đậy cái chết ở phía bên dưới nó. Hào quang được gắn liền theo cách này với ý niệm của Burk hay Kant về điều hùng vĩ, thiếu mối liên kết với tính thần thánh, nhưng nắm chặt vào nó sự trộn lẫn của sắc đẹp, sự kính sợ, thú nhục dục, và cái chết. Ánh hào quang hấp dẫn một cách đau đớn trên bề mặt của nó, chết người trong sự chân phương của sự hấp dẫn về thẩm mỹ.

Cái đẹp của phương pháp tiếp cận với hào quang là ở chỗ nó cho phép chúng ta nhìn nhận nó như một điều gì đó nhiều hơn một đặc tính bề mặt được quy kết là một phần của một đám đông của công nghiệp văn hóa chạy theo và chịu sự điều chỉnh của khán giả. Hào quang có thể thoải mái người đọc với sự quyến rũ bên ngoài của nó, nhưng nó cũng chỉ tới “những khả năng quyến rũ” (13), tới sự phức tạp của các dạng văn hóa, tính mơ hồ của sự tiếp nhận của họ, và những cuộc phiêu lưu không dự kiến của họ qua các biên giới nghệ thuật và thương mại. Ví dụ, trong chương đầu của Brown về Chanel No. 5 và bài thơ của Wallace Stevens. Loại nước hoa này, hơn bất kỳ loại nào trước nó, là một sự trừu tượng hóa với ý tưởng về nước hoa, từ cái tên “hiếm” và không giống cái gì trước đó của nó, vỏ ngoài màu đen trắng và bình đựng nước hoa hình vuông đơn giản, hướng toàn bộ đến việc nó được sản xuất hóa học thay vì hương hoa thơm đích thực. Chanel No. 5, Brown nhấn mạnh, tạo ra “sự hấp dẫn phi nhân bản” (23) và tạo ra cùng một lúc tính nhục dục và “sự thoải mái tiêu cực” (34) về sự thiếu hụt và tính đơn giản, mặc dù ở một cái giá cao.

Stevens, Brown lập luận một cách thuyết phục, những công trình với khái niệm đồng đẳng về hào quang nhằm “phi vật chất hóa, nhằm khuếch tán tính vật chất của ngôn ngữ nhằm mục tiêu tạo ra sự tiếp cận tới hình ảnh có tính thẩm mỹ, và do đó dễ xúc động và khả thi” (25). Bản thân ông cũng quan tâm tới những sự thiếu hụt, một dạng chiếu sáng lên bản thân các thuật ngữ của nó, tạo ra sự thoải mái xác thịt và tinh vi về một cảm giác trống trải sâu sắc. Với tôi, Brown thực sự nắm bắt được kinh nghiệm của việc đọc Stevens phù hợp với nơi sự thiếu hụt tồn tại: “Tôi không biết nên ưa thích điều gì/.../, Con chim đen đang hot/ Hay ngay sau đó” (qtd. trong Brown 25). Stevens vừa là một nhà thơ của ngôn ngữ chói lọi, quá mức, cường điệu và một nhà thơ của sự yên lặng cảm xúc, đau đớn, và thẩm mỹ của ánh hào quang mà Brown chỉ ra nắm bắt cả thơ và tình huống văn hóa của nó một cách ngưỡng mộ.

Đôi khi, với Brown, “hào quang” dường như đơn giản là bất nơi nào và bất kỳ điều gì, theo cách cách không được khác biệt hóa đầy đủ để phân biệt với nhau, và điều đó làm mất đi sức mạnh của khái niệm của thuật ngữ này. Stevens, Chanel No. 5, bức ảnh, Greta Garbo, Nella Larsen, và giấy bóng kính, tất cả đều chia sẻ trong vẻ đẹp của ánh hào quang. Có lẽ đơn giản là không công bằng khi nói rằng Brown không có nỗ lực nào trong việc phân biệt giữa các sự vận hành của “hào quang” trong sáu nghiên cứu về ý tưởng hình thành cuốn sách của bà, nhưng đôi khi, khái niệm lý thuyết dịch chuyển một cách miễn cưỡng hướng tới việc trở thành một tập hợp của các

đặc điểm của nhà hiện đại học quen thuộc và có cá tính. Điều này không rõ ràng lắm với tôi, khi đưa ra ví dụ mà tôi đã thảo luận ở trên, nếu chúng ta hiểu Chanel No. 5 là “hào quang” một cách độc đáo, do đó, tương ứng với Stevens theo cách mà âm cà-phê của Bauhaus không tương ứng. Hay, liệu chúng ta có thể đưa bất kỳ mảnh thiết kế chủ nghĩa hiện đại cổ điển nào vào và so sánh nó với các dòng viết đẹp và sự trống rỗng ma quái của một bài thơ của Steven? Có lẽ chính trong việc đọc của mỗi cá nhân với các kiệt tác văn hóa chứ không phải ở mức độ lý thuyết mà những phân biệt hữu ích giữa các “hào quang” của nhà hiện đại học được tạo ra, nhưng theo một cách tương đối kỳ dị, Brown sử dụng “hào quang” như một dạng đá Rosetta cho chủ nghĩa hiện đại dường như nhằm mục đích đưa ra một vài vấn đề tương tự nhau mà một người đối mặt với việc tổng hợp các lời giải thích của văn hóa và văn học giữa thế kỷ 19, điều phụ thuộc vào một mỹ từ pháp giải thích và các mô hình như “khu vườn” hay “tiền tuyến”.

Với tất cả những điều không thoải mái mà tôi đang diễn tả về tính phổ biến của hào quang trong sách của Brown, tôi cũng nên nhấn mạnh không chỉ khung hấp dẫn mà nó đưa ra, mà cả việc đọc có tính sắc thái về các đối tượng văn hóa bắt nguồn từ đó. Tôi sẽ không bao giờ thấy Wallace Stevens hay Chanel No. 5 tương đối giống nhau thêm một lần nữa. Lịch sử văn hóa của giấy bóng kính với vai trò “bao hàm bất kỳ thứ gì hiện đại” vào những năm 1920, với điểm nhấn của nó vào sự sắp xếp theo thứ tự, minh bạch và trống rỗng, có lẽ là quant rộng với bất kỳ ai đang nghĩ về văn hóa quần chúng và những phép ẩn dụ vào giai đoạn đầu tiên của thế kỷ (166). Sự thanh lịch dễ chịu của áo tô-ga được làm từ giấy bóng kính và những nếp gấp bất tận của loại vật chất này gập lên hệ thống sân khấu cho *Four Saints in Three Acts* của Stein (1934) trao cho vật chất này một gợi ý về ý nghĩa mỹ thuật và chính thức đã bị mất hoàn toàn vào thời đại của chúng ta. Giấy bóng kính là tất cả các dạng, toàn bộ sự thiếu hụt minh bạch trong sự hiện diện của nó, dấu hiệu trống rỗng đẹp nhưng đau khổ mà Brown đặt vào trung tâm của hào quang chủ nghĩa hiện đại.

3. Chủ nghĩa hiện đại trong vận động

Đặt cùng nhau, hai cuốn sách này chỉ ra cho chúng ta chủ nghĩa hiện đại đang vận động. Họ nhìn thấy tính lưu động của chủ nghĩa hiện đại văn học không chỉ trong những vòng xoắn chính thức nổi tiếng được trao cho phong trào này bởi một vài người viết trong tác phẩm của họ, mà còn, thú vị hơn nhiều, theo cách những người viết này và những giả thuyết mỹ thuật của họ xoay vòng qua và chia sẻ những sự tương đồng quyết định với nhau cùng một loạt các không gian văn hóa bên ngoài bất kỳ chuyên gia văn học được vật chất hóa nào. Tất cả điều này, tôi nghĩ, là đặc biệt hữu ích khi chúng ta nghĩ về những nhà hiện đại học trong văn học, người thường (nhưng không phải luôn luôn, như Leick đã làm rõ) lỗi cuống chúng ta, thông qua những sự tự định nghĩa của bản thân công chúng của họ, nhằm nhìn thận họ là đối nghịch một cách sâu sắc với sự xuất hiện của văn hóa người tiêu dùng, sự nổi tiếng và hào quang đi kèm với họ. Chủ nghĩa hiện

đại văn học một phần là một sản phẩm của chủ nghĩa tiêu dùng và sự sản xuất trong thế kỷ 20 về danh tiếng chỉ có thể trở nên đáng ngạc nhiên ở điểm náyh trong sự hiểu biết có tính phê bình của chúng ta với những người mong muốn xem xét một số người viết như Eliot thông qua ngôn từ của họ một cách quá mức, nhưng Leick và Brown đặt ra những xem xét đặc biệt hấp dẫn về những thuật ngữ về ý nghĩa và việc sản xuất văn hóa của chủ nghĩa hiện đại. Trên thực tế, tôi có xu hướng, sau khi đọc những cuốn sách này, nói rằng “chủ nghĩa hiện đại” với vai trò thuật ngữ, bản thân nó thường được hiểu thông qua chính mỹ học của ánh hào quang được làm rõ bởi Brown. Từ này dường như luôn luôn bị đe dọa trở thành một dạng vai nổi tiếng uy nghi và có tính lý thuyết một cách rực rỡ. Hơi giống những hình ảnh tĩnh tại của các ngôi sao phim như Greta Garbo với việc nắm bắt một tý towngr về sự hoàn ảo mỹ học bị đóng băng trong cuốn sách của Brown, “chủ nghĩa hiện đại” có xu hướng mang trong nó một khái niệm về sự đấu tranh hướng về vẻ đẹp được làm in khiết của một dạng tinh khiết nằm ngoài “những ý nghĩa hỗn tạp của tính chủ quan của con người” (Brown 102).

Các cuốn sách của Leick và Brown chỉ ra cho chúng ta rằng “chủ nghĩa hiện đại” nên được hiểu một cách ít trừu tượng hơn một chút so với mọi người thường nghĩ, rằng chúng ta nên nhìn và ngạc nhiên trước ánh hào quang của những sản phẩm của nó mà không ngã vào nỗi kinh sợ do bị thôi miên. Cùng lúc chiêm nghiệm và giữ một khoảng cách nhất định với sự hùng vĩ rực rỡ của sự thử nghiệm của nhà hiện đại học, chúng ta có thể thấy rằng mỹ học và các nhân vật của thời điểm đó là một nguồn gốc của những phản ứng xúc động đa dạng với người đọc xuyên suốt các mức độ khác nhau của không gian văn hóa. “Chủ nghĩa hiện đại” với sự lấp đầy bởi ánh hào quang, hóa ra vừa được tinh khiết hóa một cách cao độ và vừa trần tục hơn chúng ta nghĩ một cách bản năng.

Tài liệu trích dẫn

Brown, Judith. *Glamour in Six Dimensions: Modernism and the Radiance of Form*. Ithaca: Cornell UP, 2009.

Eliot, T. S. “Tradition and the Individual Talent.” *The Sacred Wood: Essays on Poetry and Criticism*. London: Methuen, 1920. 1 Nov. 2010.

http://www.mnstate.edu/gracyk/courses/web%20publishing/Eliot_Tradition.htm.

Leick, Karen. *Gertrude Stein and the Making of American Celebrity*. New York: Routledge, 2009.