

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

KATARINA KOŽEL

mentor:izr. prof. dr. MITJA VELIKONJA

KULT OSEBNOSTI - MIT O VODITELJU: CHE GUEVARA

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA, 2004

UVOD	3
STRUKTURA ANALIZE	5
1. MIT	6
1.1. SODOBNI POLITIČNI MIT	10
2. IDEOLOGIJA	12
2.1. IDEOLOŠKA MOBILIZACIJA	14
3. PROPAGANDA	16
4. KRATEK OPIS ŽIVLJENJA CHE GUEVARE, ZNAČILNOSTI KUBANSKE REVOLUCIJE IN GVERILE	20
4.1. ŽIVLJENJEPIŠ.....	20
4.2. GVERILA IN MODELI REVOLUCIONARNEGA BOJA.....	24
5. VODITELJ	26
5.1. ZNAČILNOSTI VODITELJA.....	26
5.1.1. Osebne karakteristike	26
5.1.2. Voditelj množice	28
5.2. MIT VODITELJA.....	31
5.3. TEMELJNE ZNAČILNOSTI SODOBNEGA MITA O VODITELJU NA PRIMERU CHE GUEVARE	33
5.3.1. Navezava na zgodovino	33
5.3.2. Navezava na religijo	34
5.3.3. Navezava na znanost	35
5.3.4. Družinska naveza	36
5.3.5. Neomejene organizacijske in duhovne sposobnosti.....	36
5.3.6. Neposredna zveza s skupino, v kateri ima vodstveno vlogo	37
5.3.7. Voditelj kot izbravec majhne skupine.....	37
5.3.8. Prizemljitev podobe voditelja v sodobnosti	38
5.4. KULT OSEBNOSTI	39
5.4.1. Nastanek kulta osebnosti	39
5.4.2. Girardetova klasifikacija	41
5.4.3. Gverilci, aktivisti in kult Che Guevare danes.....	43
5.4.4. Kult proti kultu.....	49
5.4.5. Komercializacija Cheja.....	53
5.5. CHE KOT IKONA.....	55
5.6. CHE KOT SIMBOL	57
ZAKLJUČEK	61
LITERATURA	64

UVOD

Živimo v družbi, ki jo lahko poimenujemo na različne načine: postindustrijska družba, postmoderna družba, potrošniška družba, medijska družba, družba informacijske tehnologije, družba tehnološkega napredka in razvoja... Vsekakor je to družba, v kateri vlada predstava, da smo svet docela spoznali in raziskali. Vedno večjo vlogo ima znanost, ki dominira nad ostalimi sistemi in podsistemi v družbi. Poudarja se možnost preverljivega, empiričnega, racionalnega. *»Kar ne moremo aplicirati na preverljivo stvarnost izkustva, enostavno ne izpolnjuje kriterijev znanstvenosti!* je postalo geslo novega tisočletja« (Komel, 2003: 167). Pozablja se zasluga stoletnih tradicij, ki so se prenesle skozi neštete generacije rodov in ustvarile obliko družbe, v kakršni živimo danes. *»Zgodovina in sedanost naroda in države sta videti očiščeni iracionalnih, verskih primesi«* (Velikonja, 1996: 20-21).

Vendar moramo pri preučevanju današnje družbe, njenih sistemov in podsistemov, pogledati še izza racionalnega utemeljevanja sveta okoli nas; preučiti tiste dele, ki se zdijo manj pomembni, skriti in pozabljeni nekje v preteklosti; dele, ki jih s sabo prinese tradicija in za katere se ne zavedamo, s kakšnim vplivom posežejo v naš svet. Miti so svoje zgodbe iz davne preteklosti prenesli v svet današnjega dne in s tem sooblikovali okvir današnje družbe. Proces racionalizacije sveta je povzročil, da sodoben človek ne verjame v mit, mu ne zaupa, ga enači z zgodbo iz preteklosti ali ga celo jemlje kot laž. Ne zaveda pa se vpliva, ki ga imajo miti na način mišljenja, obnašanja in delovanja vsakega posameznika kot tudi družbe kot celote. Bistvenega pomena so predvsem tisti miti, ki jih družba ustvarja danes za namene sodobnega in prihodnjega sveta. Mit nastopa kot sredstvo oziroma instrument organiziranja skupnega življenja neke skupine. Mitološke interpretacije sveta so neke vrste navodila, kako se obnašati, kako ravnati, delovati... Zato sodobne mitologije, kljub poenostavljenim razlagam sveta, iracionalnosti in primitivizmu, ostajajo pomemben segment pojasnjevanja delovanja določene družbe in njene sestave: tisti del, kjer posamezniki najdejo odgovore na široko paleto vprašanj in možnost identifikacije z mitskimi junaki. To mitom daje nek poseben čar in veliko moč vplivanja na posameznikove odločitve. S prefinjenim jezikom miti pripovedujejo zgodbe, v katerih se zrcalijo preteklost, sedanost in prihodnost, kultura, vzorci obnašanja in delovanja, norme in vrednote neke družbe. S svojo pravljíčnostjo mit tako na neki ravni hipnotizira posameznika, začara njegov racionalni svet in ga prevzame.

Tema pričujoče naloge je namenjena razmišljanju o posebnosti, izbranosti, večvrednosti posameznika, ki je s svojo pojavnostjo v svetu sooblikoval zgodovino določenega obdobje določene družbe; ugotoviti, kaj posameznika dvigne iznad meja običajnosti in ga naredi za enega najbolj prepoznavnih, najbolj vplivnih in najbolj oboževanih voditeljev 20.stoletja; predstaviti pomen in prisotnost mita o Che Guevari v postmoderni družbi tako v globalnem razmaku kot znotraj samega jedra nastanka tega mita, torej na Kubi. Zanimalo me bo, kje in kdaj prihaja do velikega vpliva Che-jevih idej, katere družbene skupine oz. gibanja jih predstavljajo, v kakšnem okolju je vpliv bolj razviden oziroma kje je večja dovzetnost za njegove revolucionarne ideje ter kje je opaziti največjo podporo.

Skozi nalogo želim potrditi naslednje hipoteze:

1. Kult osebnosti izpostavi posameznika kot odrešitelja celotnega človeštva, ki lahko vedno računa na božjo ali kakršnokoli drugo absolutno pomoč na primer pomoč naroda, narave, zgodovinske usode ipd. Od ostalih ga ločijo neomejene duhovne in organizacijske sposobnosti ter znanstveni um.
2. Mit o Che-ju je skomercializiran; mit izgublja na svoji političnosti, postal je trend, marketinški produkt, izdelek na tržišču, pri čemer njegove vrednote in revolucionarne ideje niso več pomembne.
3. Znotraj kubanske družbe je prišlo do delne dekonstrukcije Castrovega kulta in večjega čaščenja Che Guevare kot Castra (čeprav izhajata iz istega ideološkega jedra in sta skupaj začela kubansko revolucijo).

STRUKTURA ANALIZE

Prvemu delu diplomske naloge, v katerem bom predstavila definicije in pomen mita (vključno s sodobnim političnim mitom) ter njegove temeljne značilnosti, bo sledilo poglavje o ideologiji ter ideološki mobilizaciji, ki omogočata obstoj in ohranjanje mita.

Tretji del je namenjen propagandi kot načinu širjenja vsebin mita in prenosa njegove ideologije. Četrty del sestavlja kratek opis življenja Che Guevare in temeljnih značilnosti kubanske revolucije, gverile in njenega načina vojskovanja.

Voditelju, kot osrednjemu subjektu naloge, okrog katerega sta razpeta mit in kult, bo namenjeno peto poglavje. Predstavila bom vlogo voditelja, njegove temeljne lastnosti in karakteristike ter njegov vpliv na množice. Nadalje bom opisala temeljne značilnosti mita voditelja ter jih navezala na Che Guevaro. Pomemben del poglavja o voditelju predstavlja kult osebnosti oziroma kult voditelja, kjer bom opisala dejavnike, povezane z nastankom kulta, Girardetovo klasifikacijo, prisotnost kulta danes, boj kulta proti kultu ter komercializacijo kulta. Predstavila bom tudi uporabo Che Guevare kot ikone in simbola.

V zaključnem delu naloge bom opisala bistvene ugotovitve, do katerih sem prišla pri preučevanju in analizi sodobnega političnega mita in njegovega vpliva na delovanje določene družbe; še posebej na primeru mita voditelja in kulta osebnosti, ki sta izoblikovana in razpeta okrog enega najvidnejših, najbolj popularnih, čaščenih in oboževanih voditeljev 20.stoletja, Ernesta Che Guevare.

Pri pisanju diplomskega dela in preverjanju zastavljenih hipotez sem uporabila sekundarne analize besedil, vsebine obstoječih podatkov v okviru zgodovinskih in sodobnih virov, kot so biografije, monografije, časopisi, revije, zborniki in viri na svetovnem spletu.

1. MIT

Danes mit razumemo na različne načine; največkrat ga pojmuje kot nasprotje resnici, mitologijo pa kot prefinjen sistem laži. Zato kot najvidnejši mit »odčarane dobe« nastopa mit o stanju brez mita. Vendar pa se v sodobni družbi mit kljub njegovemu zanikanju vseeno ohrani, saj »novodobne demitologizacijske poskuse odčaranja veže uzda vnovičnega začaranja, mitologiziranja« (Velikonja, 1996: 20). Tako moderen človek ne gradi pogleda na svet le na logosu, ampak se opira tudi na mit. Ker mu samo logos ni zadoščal, je po poskusih ukinitve mita prišlo do remitologizacije (Jocić, 2003: 193).

Za psihoanalitike je mit »dnevno sanjarjenje rase«, ki ga je možno razložiti s potopitvijo v »globoke vode podzavesti« (Malinowski, 1999: 35). Nekateri avtorji, ki nastopajo znotraj zgodovinske šole, razumejo mit, sveto zgodbo kot resnično zgodovinsko sled preteklosti. Malinowski pojmovanje mitologij zgolj kot kronik razume kot napačno, kajti s tem se odkrije le del resnice. Ugotavlja, da je »v primitivnih kulturah velikanska uporabnost mita povezana z religioznim obredom, moralnim vplivom in sociološkim principom« (Malinowski, 1999: 34-35). Tako za zgodovinarje in antropologe mit predstavlja zgodbo iz davne preteklosti, ki se je uspela ohraniti do danes in ima zaradi tega veliko razlagalno, pojasnjevalno vrednost pri preučevanju preteklosti, zgodb o nastanku univerzuma ter življenja, navad in običajev primitivnih družb. Vendar so miti mnogo več kot to. »Mitov ni mogoče zvajati na čiste predstave, razlage, utelešenja elementarnih čustev, opis obredov ipd.« (Meletinski, 2001: 34). Sveta tradicija in mit globoko segata v sodobnost, v življenje neke sedanje družbe, saj močno obvladujeta družbeno in moralno obnašanje posameznikov znotraj te družbe. Zato nikakor ne moremo in ne smemo prezreti njune vloge in vpliva na nek obstoječi sistem. Kot ugotavlja Malinowski, »mit dejansko ni nesmiselna rapsodija, brezciljni izliv ničevih umislekov, temveč je dejavna, skrajno pomembna kulturna sila« (Malinowski, 1999: 34). Naloga mita je, da stvari osmisli, jih naredi jasne, jih obda z avro univerzalnosti in absolutne resnice (Jocić, 2003: 186). V mitu in skozi mit posamezniki dobijo odgovore na bistvena družbena, politična ter osebna vprašanja. Mit zagotavlja sprejemljivi red, stabilnost, legitimnost in neizogibne forme, potrebne za eksistenco (Škamperle, 2001: 240). »Mit je zgodba, v kateri je pomen vsajen z zgodovinskimi simboli in dogodki, hkrati pa vsebuje ideje, ki so jih ljudje že sprejeli« (Vreg, 2000: 158). Zato je analiza mitov neke družbe vselej analiza njenih opažanj,

samopredstav, dojemanj, kulturnih vzorcev, norm, vrednot, obrazcev obnašanja in delovanja, navad in običajev, razlag in predstav, najpomembnejših resnic, ki jih goji o sebi in o drugih.

Pogled na svet, kakršnega ponuja mit, je celovit, saj so v njem združeni funkcionalni, kognitivni in čustveni elementi. Kot pravi Kolakowski, je mitska zavest vseprisotna (Kolakowski, 1989: 45). Vpliv in moč mita se torej kažeta v vseh segmentih in področjih družbe, religije, umetnosti in celo znanosti. Zato mit »ni zgolj zgodba, ki se pripoveduje, temveč je realnost, ki se živi«. (Malinowski, 1999: 36) Mit ne nastaja le iz miselnih procesov, ampak hkrati izvira iz globokih ljudskih emocij. Vendar ga ne moremo opisati zgolj kot golo čustvo. Izraz čustva ni čustvo samo – je emocija, pretvorjena v sliko. Kar je do takrat veljalo za nejasno, nedefinirano, dobiva končno obliko (Cassirer, 1972: 70). Tako potreba, hrepenenje po mitu ni stvar naključja, ampak je posledica duhovnih, socialnih, kulturnih, političnih in zgodovinskih okoliščin (Đurić v Jocić, 2003: 196).

»Mit je objektivizacija človekovega skupinskega in ne individualnega izkustva« (Cassirer, 1972: 73). Prepričevalna moč mita je v tem, da zamenja splošno z osebnim. Splošno postane družbeno, politično, razredno, nacionalno, versko ter edina veljavna in dovoljena osebna identifikacija v mitskem diskurzu. Delitev med zasebnim in javnim v človeku izgine; posameznik se »pozunanji«, postane predstavnik splošnega (Velikonja, 1996: 22). Še več, kot trdi Girardet, »miti premostijo vrzel med individualnim in kolektivnim« (Girardet, 2000: 209).

Mit, ki kroži v vsakdanjem življenju in tako konstruira mitsko realnost vsakdanjega življenja, ima za Barthesa »konotativni« pomen; t.j. mit v smislu fiktivnega, iluzornega, napačnega pomena, ki se pripisuje objektom, ljudem in pojavom. To pomeni, da se nanaša na družbeno-kulturno pogojene in osebne asociacije, na primer ideološke in emocionalne, in nastopa v nasprotju očitnim zdravorazumskim pomenom (Hrženjak, 2002: 384-386). Frye pa meni, da objektivna resnica ni kriterij mita. Pomembnejšo vlogo kot njegovo dokazovanje ima preprečevanje vsakršnega suma v njegovo resničnost – mit mora imeti avtoriteto, zahteva brezpogojno verovanje vanj (Frye v Velikonja, 1996: 59). Zato posameznikov odnos do mita ne temelji na znanju, temveč je odraz popolnega sprejetja mita, brez vsakršnega dvoma vanj in brez potrebe po dokazovanju njegove resničnosti (Kolakowski, 1989: 64).

Mit ni simboličen, temveč je pripovedno oživljanje prvobitne realnosti; je izpolnitev globokih religioznih želja, moralnega hrepenenja, družbene podreditve, izpovedi in celo povsem

praktičnih zahtev (Malinowski, 1999: 36). Stalna prisotnost mitološke energije v vsej družbeni praksi – tehnološki, intelektualni, umetniški, seksualni – vsakič na novo ustvari željo, da se sama vsebina mitske zavesti spremeni v potencialne možnosti manipuliranja (Kolakowski, 1989: 167). Zato je stvar, povezanam z mitsko realnostjo, vedno pripisana manipulativna vrednost. Pri preučevanju mitov je treba biti pozoren na to, koliko je pri mitu dejansko resničnega in koliko imaginarnega, znotraj tega pa upoštevati, kaj je bilo ustvarjeno spontano in kaj je namerna konstrukcija (Girardet, 2000: 81). Kajti, kot ugotavlja Cassirer, sodobni politični miti ne nastajajo sami po sebi, ampak so narejeni načrtno, kot umetni proizvodi, ki so jih ustvarili izkušeni in spretni obrtniki (Cassirer, 1995: 15).

Teoretiki, ki se ukvarjajo s preučevanjem mitov, niso enotni v svojih stališčih glede nujnosti povezave mita z ritualom. Za nekatere se v mitih kaže zgolj odsev obredov oziroma vidijo mit kot njihov sestavni del. Med miti in obredi je večinoma res možno najti »notranjo enotnost in strukturno enakost, vendar to ni posledica tega, da so miti nastali iz obredov, kajti ob ritualnih mitih obstajajo tudi »amitični« rituali in »neritualni« miti« (Meletinski, 2001: 38). Hkrati pa obstaja medsebojna ujetost, saj se mit »uresničuje, udejanja v kulturno specifičnih obrednih aktivnostih, sama vsebina obreda pa je zajeta v mitu« (Velikonja, 2003: 9).

Mitske realnosti niso prikovane na neponovljivost dogodka (Kolakowski, 1989: 168). Preteklost se v mitu vidi kot večna sedanjost, ki se bo neskončno ponavljala v prihodnosti. Edino gibanje, ki ga dopušča mitična zavest, je ciklično vračanje enakega (Ošljaj, 1998: 83). Mit ni zgodovinsko odvisen pojav kulture, katerega čas je že minil, temveč je močna duhovna sila, ki se je obdržala do danes in bo ostala živa in delujoča tudi v prihodnosti (Đurić v Jocić, 2003: 196). Potreba po mitu izvira iz težnje po zaustavitvi fizičnega časa, saj mitska oblika časa omogoča ohranjanje preteklosti v sedanjosti (Kolakowski, 1989: 17). Mit je vezni člen, nezamenljivi del kolesja časa, ker posameznika poveže s skupino, teorijo in prakso, zgodovino s sedanjostjo in s prihodnostjo ter vse uredi v neko smiselno celoto. Zgodovina kozmosa in človeške družbe je sveta, ohranjena in posredovana z miti, torej zgodovina, ki se z miti večno ponavlja. Gre za upiranje konkretnemu, historičnemu času in vračanje mitskega časa (Eliade, 1992: 11).

Mitologija izoblikuje družbi okvir za njeno dožemanje, vrednotenje, pojasnjevanje vsega obdajajočega in prisotnega: ponudi ji torej razlago sveta in prvo resnico o njej sami. Kot sistem predstav in verovanj, ki jih neka družbena skupina goji o sebi ter o drugih, predstavlja

enega ključnih elementov političnih in družbenih praks. Politične mitologije sestavljajo nacionalne, zgodovinske, kulturne mitologije in vključujejo »organizirano in sankcionirano zavest članov neke skupine ali družbe kot celote o njeni posebnosti, izbranosti, večvrednosti v primerjavi z drugimi« (Velikonja, 2003: 7). Pojavljajo se lahko zavestno, očitno ali pa nezavedno, nevidno.

Velikonja ugotavlja, da lahko kljub kulturnozgodovinski raznolikosti najdemo neko matrico, mitski vzorec, ki je večinoma prisoten in se pojavlja v vseh družbah. Najpomembnejšo vlogo v vsaki družbi imajo *miti o njenem nastanku*, saj odgovarjajo na temeljna vprašanja o njenih prednikih, času in načinu rojstva (Velikonja, 2003: 10). Vsaka, še tako preprosta mitologija, prikazuje potek urejanja oziroma organizacije sveta. Mitično stvarjenje sveta tako ni zaporedje naključnih dejanj prednikov, ampak smotrna predzgodovina sveta v nekaj stopnjah, kar priča o nastajanju zgodovinskega mišljenja (Meletinski, 2001: 49). Pomembno vlogo pri samovidenju in samoopredeljevanju pripadnikov neke družbe igrajo tudi *miti o ključnih političnih, kulturnih, družbenih dogodkih* iz zgodovine. Eden največjih trenutkov v kubanski zgodovini je revolucija, ki jo je izpeljala skupina gverilcev pod Castrovim in Chejevim vodstvom in prinaša preporod v vseh sferah družbenega življenja. *Mit o času in prostoru* vključuje opredelitev časa glede na temeljne radikalne prelome, »mitizirano mesto postane zgodovinski prelom, ki doživi svoj krvavi, a odrešujoči vrhunec v končnem, odločilnem obračunu med dobrim in zlom« (Velikonja, 1996: 85). Mitsko so povzdignjeni tudi kraji, ki so v preteklosti odigrali vlogo prizorišč mitiziranih dogodkov, denimo bitke, rojstni kraji, grobnice pomembnih osebnosti itd.; eden takih krajev je Santa Clara, prvo osvobojeno mesto, kamor je Che vkorakal kot zmagovalec nad Batistinim režimom (naj omenim, da je v tem mestu Cheju posvečen celoten muzej). *Mitologija sodobnih političnih voditeljev in junakov* večkrat predstavlja osrednje mesto znotraj političnih mitologij nekega naroda. Pogosto se poudarja neomajna volja, trdo delo, znanje in trdna vera *self-made mana*. Glavni nosilci, ustvarjalci in vodje revolucije postanejo najbolj čaščeni junaki. Oblikuje se »osvoboditeljski mitski panteon« (Velikonja, 1996: 85). Naslednja pomembna kategorija znotraj mitologije neke družbe so *miti o žrtvah in mučenikih*, ki zahtevajo od naslovnikov brezpogojno nadaljevanje svoje poti. Žrtvovani posameznik se *pobožani*, torej zaživi večno. Seveda pa so za poudarjanje pomembnosti lastnega naroda potrebni tudi *miti o tistih, ki nastopajo »proti nam«*, tistih, ki so zunaj »našega« prostora. Takšni miti delujejo po principu »kar je tuje, neznano, je nevarno, grozeče«. Mitski sovražnik je »absolutna razlika idealiziranega pripadnika matične skupine: nima nikakršne kulture, zgodovine, vere, morale, je kužen,

neumen, zloben in nečloveški«. (Velikonja, 2003: 11) Kot sovražnika kubanska gverila dojema Američane, imperialiste, lastnike plantaž, ki jih je treba zatreti in uničiti. Kot zadnjo kategorijo mitskega vzorca Velikonja označi *mite o vizijah prihodnosti*, ki kažejo na lepšo prihodnost, boljši jutri, svetlejšo bodočnost za naše otroke ter na drugi strani apokaliptični miti, ki napovedujejo somrak ali celo propad družbe (Velikonja, 2003: 10-13).

1.1. SODOBNI POLITIČNI MIT

V času raznih kriz, ko različnim sistemom družbe in države, na primer socialnemu ali gospodarskemu, grozi popoln zlom, se vzpostavi idealno okolje za rast političnih mitov. »Do rojstva političnega mita pride v trenutku, ko se družbene travme spremenijo v psihične« (Girardet, 2000: 206). Začne se v skrivnem porastu strahu in negotovosti, v mraku teženj omejevanja in jalovih pričakovanj. Kot ugotavlja Cassirer, so današnji politični miti primer skrajnih sredstev, h katerim se zateče družba v skrajnih situacijah. Ko se posameznik znajde v brezizhodni situaciji in razumske razlage ter umske rešitve ne pomagajo več, nastopi *ultima ratio*, moč čudežnega in skrivnostnega. Prav za politiko, polje nenehne nestabilnosti brez možnosti vzpostavitve popolnega ravnovesja, so značilni konstantni pretresi in krize, kjer racionalne sile izgubijo gotovost same vase in prepustijo prostor času mita (Cassirer, 1995: 13). Tako je 20. stoletje z množtvom kriz »prineslo triumfalni povratek mitologij v areno družbenih in političnih predstav« (Velikonja, 1996: 20). Najbolj izrazito so se udeležile znotraj totalitarnih režimov, navzoče pa so tudi v demokratičnih sistemih. Kot odgovor na anomijo znotraj neke družbe politični mit preuredi skupino in krepí njeno identiteto, po drugi strani pa anomičnega posameznika ponovno vključi v družbeno skupnost (Girardet, 2000: 209). Mit tako odigra vlogo bistvenega dejavnika organiziranosti in produktivnega delovanja neke družbe, saj posameznike med seboj poveže, jim nudi oporo v kriznih situacijah in poda odgovore, ključne za uspešno asimilacijo posameznikov znotraj skupin. Vendar pa lahko po drugi strani, kot ugotavlja Kolakowski, s svojim stremljenjem k neomejeni ekspanziji nasilno prevzame vsa področja kulture in celo preraste v despotizem, teror ali laž. Nevaren je tudi, ker svoje naslovnike osvobaja vsakršnih odgovornosti za lasten položaj, ker zmanjšuje željo po svobodi in ker dvomi v samo vrednost svobode (Kolakowski, 1989: 136).

Sodobni politični miti nimajo funkcije zahtevanja ali prepovedovanja določenih dejanj; delujejo na način, da spremenijo ljudi, da lahko usmerjajo in nadzorujejo njihova dejanja.

Ljudje so postali njihove žrtve, ne da bi se tega zavedali (Cassirer, 1995: 19). Osnovna in najbolj očitna funkcija mita je namreč mentalno preurejanje, reorganizacija ljudske zavesti. Kljub svoji večpomenskosti in ambivalentnosti ima mit koherentno, prisilno logiko; ne glede na to, do kolikšne mere je njegovo delovanje nepopolno, ima vsak politični mit celovito in precizno zgrajeno vizijo kolektivne sedanjosti in prihodnosti (Girardet, 2000: 206- 207). Mit postane za posameznika neke vrste prisila, kajti celotna skupina, v kateri posameznik deluje, je podrejena njegovim pravilom. Tako mit omeji svobodo posameznika, ker mu poda že narejene vzorce delovanja in prepreči absolutno prvobitnost človeštva (Kolakowski, 1989: 33-34).

Mit je vedno nastopal kot proizvod nezavednega delovanja oziroma kot plod domišljije. Novi politični mit pa ne nastane svobodno, ampak s pomočjo določene sheme ali načrta (Cassirer, 1995: 15). Kot tak je izmišljena nadgradnja, izkrivljena ali neobjektivna, nezanesljiva, sporna razlaga obstoječega, pa vendar ima svojo razlagalno vrednost in predstavlja ključ za razumevanje sedanjosti (Girardet, 2000: 13). Zato mit »ni nesmiselna zgodba, ampak je učinkovita aktivna sila« (Malinowski, 1999: 36). Tako poleg eksplikativne vrednosti poseduje tudi mobilizacijsko moč. Politična imaginacija nima le vloge mentalne preusmeritve in preporoda, temveč tudi vlogo reorganiziranja družbenega napredka. Predstavlja sredstvo, s katerim se družbi povrne izgubljena identiteta (Girardet, 2000: 208). Je aktivističen in usmerjen točno k določenemu cilju, nastopa v vlogi modela za socialno akcijo (Vreg, 2000: 158). S svojimi pobudami nastopa kot vzvod, gibalo, naboj križarskih vojn in revolucij (Girardet, 2000: 13). Zato miti niso »neke domišljijske zgodbe, frivolni umisleki, brezčasni arhetipi, nezainteresirane nebuloze«, ampak so zgodbe, ki »navajajo k politični akciji, ki so angažirane, ki mobilizirajo, povezujejo, razlagajo, sporočajo« (Velikonja, 2003: 9).

Girardet ugotavlja, da je sodobnim političnim mitom in velikim verskim mitom tradicionalno urejenih skupnosti skupna glavna lastnost, t.j. *fluidnost*, ki se odraža v neobstoju nekih trajnih in trdnih okvirjev; njihova vsebina se namreč stalno spreminja, meje pa ostajajo nedefinirane (Girardet, 2000: 15). Mit je način izgradnje nove oblike družbene stvarnosti. Učinek revolucionarnih napovedi ni samo v tem, da se kot absolutne postavijo vrednote določene skupine, ki je izločena iz vladajočega sistema, ampak takšne napovedi in zahteve, s tem ko prispevajo k skupinski zavesti o lastni identiteti, skupino obenem še bolj povežejo, strukturirajo in afirmirajo (Girardet, 2000: 209). Sama identiteta in zavest znotraj določene skupine, ki je zatirana ali izkoriščana s strani vladajočega razreda, se formira šele skozi

projekcijo o določeni revoluciji, o uporabi uveljavljenim in vladajočim strukturam v družbenem prostoru. Tako so se kot možne nosilce revolucije videli uporniki šele tedaj, ko so jim idejni vodje revolucije podali idejo o uporabi in možnosti sodelovanja.

Ugotovimo lahko, da političen mit ni nikoli docela in samo političen. V njem so po eni strani zbrani in povezani različni segmenti družbe, religije, zgodovine, znanosti..., po drugi strani pa ravno ti vplivajo na sam razvoj, delovanje in moč nekega političnega mita znotraj določene skupnosti. V mitu so tako združeni različni pogledi, dejstva in utemeljitve sveta; v njem se prepletajo preteklost, sedanjost in prihodnost; v njem se zrcali mentaliteta neke družbe, kakor se tudi sama družba ravna po vzorcih, ki jih narekuje mit. Člane skupnosti, v kateri se določena mitologija oblikuje in vzpostavi, poveže, saj krepi skupinsko identiteto; jih usmeri k določenemu cilju ter mobilizira v politično akcijo in jim nudi oporo v kriznih situacijah. Tako političen mit v sodobni družbi izpelje funkcijo pomembnega segmenta pri ohranjanju ali vzpostavitvi ravnovesja, formiranju struktur ter izpeljavi pričakovanih in želenih vzorcev obnašanja ter načinov delovanja znotraj neke družbe; saj s svojimi vsebinami na posameznike deluje zelo prepričljivo, si jih manipulativno podredi in s tem obvladuje njihove družbene in politične akcije.

2. IDEOLOGIJA

Da se mit voditelja razvija po pravi poti, mora z njim obstajati ideologija. Delujeta vzajemno, se pomensko zaokrožata in skupaj sestavljata mitologijo neke družbe. Ideologija najde v mitu sredstvo, način za svojo potrditev, hkrati pa oblikuje teoretični okvir, ki potrjuje veljavnost mita. Tako mit v ideologiji najde svojo utemeljitev, oziroma, kot ugotavlja Velikonja, »ideologija je sedanjost mita« (Velikonja, 1996: 28).

Po mnenju Velikonje je mit sprejet brez utemeljevanj in dokazov kot nekaj najbolj samoumevnega: nekaj, kar predstavlja najpomembnejšo resničnost za pripadnika matične skupnosti in kar je zasidrano v kolektivnem spominu. Ideologija pa se mora nenehno potrjevati, utemeljevati in stalno išče dokaze za svojo pravilnost; pride od zunaj, z novo vladajočo elito (Velikonja, 1996: 23-28). Zato ideologija izrablja zgodbe, vzorce, simbole,

vsebine mita, mit osmisli, dopolni, prikroji za svoje potrebe, ga izkoristi za uresničitev svojih potencialov.

Pri Therbornu se pojem ideologije nanaša na »tisti vidik pogojev človeškega obstoja, pod katerim človeška bitja živijo svoje življenje kot zavestni akterji v svetu, ki je zanje v različnih stopnjah smiselno. Ideologija je medij, skozi katerega te zavesti in te pomenskosti delujejo« (Therborn, 1987: 16). Ideologija je »imaginarno razmerje med individui in njihovimi realnimi eksistenčnimi pogoji« (Althusser, 1980: 66). Tako nastopa kot celota predstav, praks in zavestnih in nezavednih obnašanj. Ideologije podredijo in usposobijo subjekte s tem, da jih obveščajo o tem, kaj obstaja in kaj ne; kaj je dobro, pravilno, pravično, lepo, privlačno; kaj je možno in kaj ni (Therborn, 1987: 32-33).

Struktura ideologije zagotavlja interpelacijo individuov v subjekte, njihovo podrejanje Subjektu, vzajemno prepoznavanje med subjekti in Subjektom, med subjekti samimi in subjektovo prepoznavanje samega sebe ter popolno jamstvo, da je tako prav in da bo vse dobro (Althusser, 1980: 80-81). Vloga ideologij je, da obvladajo, pojasnijo, angažirajo kontingenčne situacije, v katerih se je družba znašla, grozeče nedojete in nevzdržne slučaje, ki bi lahko ogrozili izgrajevanje družbene samopodobe (Velikonja, 1996: 30). Zdravorazumska vednost vedno vsebuje nekoherentnosti, dvoumnosti, nekonsistence, protislovje, praznine, luknje, spodrsnjaje itd., vloga ideologije pa je prikriti, potlačiti in zatreti te praznine za ohranitev obstoječih razmer, pri čemer so prav ta protislovja in dvoumnosti mesta potencialnih družbenih sprememb (Hrženjak, 2002: 382). Eagleton opredeljuje ideologijo kot koncept imaginarne rešitve realnih nasprotij, ki se vzpostavi zaradi prikrivanja in potlačitve družbenih konfliktov. »Dominantna oblast se legitimira s pomočjo verovanj in vrednot, ki so ji sorodni; z naturalizacijo in univerzalizacijo teh prepričanj, tako da se zdijo samoumevna in navidez nujna; z zanikanjem idej, ki bi jo lahko ogrožala; z izključitvijo konkurenčnih oblik razmišljanja...« (Eagleton v Hrženjak, 2002: 385).

Saleclova ugotavlja, da pri definiranju pojma ideologija najdemo zelo različne teze, kjer ideologija nastopa bodisi kot skupek idej določenega razreda, kot napačna zavest, kot mišljenje, ki je motivirano z družbenimi interesi, kot napačne ideje, ki pomagajo legitimirati politično oblast, družbeno nujna iluzija, konjunktura diskurza in oblasti, nujno potrebno sredstvo, skozi katero individui doživljajo svoj odnos do družbene strukture, bodisi kot proces, v katerem je družbeno življenje dojet kot naravna realnost (Salecl, 1993: 7).

Vovelle opozarja na soobstoj dveh rivalskih konceptov, dedičev dveh različnih tradicij, ideologije in mentalitete. Pa vendar se njuni področji prekrivata. Tako kot se »mentalitate čisto naravno vpisujejo v polje ideologije«, je ideologija v ožjem pomenu besede »vidik ali raven polja mentalitet« na primer na ravni ozaveščanja, racionalne misli (Vovelle, 2004: 16-17). Koncept mentalitet se kaže širši od koncepta ideologije, saj vključuje tisto, »kar ni izoblikovano, kar ostaja na videz nepomembno, in tudi, kar je neujemljivega, na ravni nezavednih motivacij« (Vovelle, 2004: 18).

Saleclova dvomi v smotrnost in smisel ideologije v današnjem času, kajti »sodobne teorije, ki izhajajo iz postmodernizma in poststrukturalizma, namreč o ideologiji ne govorijo več oziroma dojemajo koncept ideologije kot zastarek« (Salecl, 1993: 5). To velja še posebej za teorije s področja problematike družbenega nadzora, ki se ukvarjajo z razmerjem med subjektom in oblastjo. Teoretiki »konca ideologije«, ki je sledilo drugi svetovni vojni, so dojemali koncept ideologije kot dogmatičen in nefleksibilen, postmodernisti pa ga vidijo kot »totalitarnega« in metafizično osnovanega; Foucault se denimo dosledno izogiba konceptu ideologije, ker ga dojema kot še enega od preživelih marksističnih pojmov. »Zdi se da sta danes »nadzorovanje« in »disciplina« povsem nadomestila ideologijo: namesto njene »metafizičnosti« uvajata »materialnost« oblastnih bojev« (Foucault v Salecl, 1993: 5). Tudi postmarksisti ne govorijo več o ideologiji. Habermas denimo poudarja, da so nekdanje »metafizične« oblike družbenega nadzora danes nadomeščene s »tehnološkimi« oblikami; v kapitalizmu koncept ideologije ni več aktualen, ker sistem »deluje sam zase«, zagotavlja svojo reprodukcijo z notranjo logiko, kjer so subjekti le ubogljiv, podrejen učinek njenega delovanja. Avtor poudarja, da je v kapitalizmu učinkovitost postala legitimacija sistema in s tem njegova lastna ideologija. Tehnologija tako vodi vsa področja življenja, ljudje pa sami niso več zmožni odločati o tem, kaj je zanje vrednota (Salecl, 1993: 5-6).

2.1. IDEOLOŠKA MOBILIZACIJA

»Vsaka družba skuša oblikovati mehanizme nadzorovanja, katerih naloga je utrjevanje določene ideologije, hkrati pa želi z nadzorovanjem posegati v procese socializacije« (Salecl, 1993: 10). Ideologija drži družbo skupaj le v stanju stalne napetosti, boja, ogroženosti, nikakor ne brez tega, kajti zadovoljiti mora še neizpolnjene zahteve, pretenzije, ponuditi

perspektive, organizirati nezadovoljstvo (Velikonja, 1996: 24). Zato je za ideološko mobilizacijo značilno povzemanje dominantnega vidika krize, postavitve odločilnih ciljev in načina, kako jih doseči. Takšna mobilizacija se razvija skozi razpoko v matrici afirmacij in sankcij režima. Ta razpoka raste do te mere, da se uspešno afirmira v demonstracijah, dejanjih neposlušnosti, uporu. Uspešna ideološka mobilizacija se vedno prevaja v prakse politične mobilizacije ali se v njih manifestira (Therborn, 1987: 140-141).

Nova ideološka mobilizacija vključuje dva procesa: dekompozicijo starega sistema in kompozicijo novega. Procesi, kjer razpadejo matrice sankcij-afirmacij in s tem povezana razveljavitev sistema in dominacije, oslabitev notranjega sankcioniranja in zmanjšanje moči represivnega aparata, so lahko rezultat poraza v zunanji vojni ali pa primer, ko režim osami njegova lastna razredna baza (kar se je zgodilo Batisti konec petdesetih let prejšnjega stoletja) (Therborn, 1987: 144). Ključni akterji v procesih ideološke mobilizacije so govorniki, pisci pamfletov, pridigarji, politiki, pobudniki ključnih praktičnih akcij.

Therborn loči tri glavne vire ideološke mobilizacije. Mobilizacijo na osnovi preteklosti, preteklih izkustev, vrednot in simbolov, ki so se je posluževali reakcionarji in kontrarevolucionarji ter je pogosto predstavljala element nacionalistične mobilizacije, imenuje *mobilizacija s ponovno oživitvijo*. Naslednji tip je *mobilizacija z zgledom*, ki predstavlja zelo močan in vpliven vir mobiliziranja; tukaj lahko omenimo kubansko revolucijo, ki je navdihnila poskuse posnemanja v drugih deželah Latinske Amerike. Mobilizacija pa lahko poteka tudi v smeri prihodnosti, na primer kot rešitev iz sedanjega trpljenja ali kot zagotovilo dokončne zmage. Za *mobilizacijo z vnaprejšnjim strahom* je značilna družbenopolitična mobilizacija, kjer prihodnost nastopa v obliki neposredne grožnje in tekoče tendence zahtevajo vnaprejšnjo akcijo (Therborn, 1987: 146-148).

Ideološka mobilizacija implicira zlitje številnih ideoloških diskurzov v eno glavno pretečo napoved. Tako so se v vseh revolucijah, ki so spremenile razredni značaj, elementi razrednih ideologij spojili z drugimi tipi ideološke mobilizacije, na primer nacionalne (Therborn, 1987: 141). Izpostavi se nacionalna pripadnost; ljudje so preplavljeni s čustvi, čutijo, da so del skupnosti. Poudarja se pomen vsega, kar je »naše«, do »tujega« pa se vzpostavi sovraštvo.

»Uradna ideologija mora slikati podobo sovražnika ljudstva, ki je tuj, zunanji element, nasprotnik socializma, v službi tujih sil, sovražnik naroda itd.« (Salecl, 1991: 68). Da ljudstvo

lahko nastopi in deluje kot »Ljudstvo-kot-eno«, se mora vzpostaviti fantazma sovražnika ljudstva. Če sovražnika ni, si ga je treba izmisliti, da lahko sploh obstaja identiteta neke homogene družbe. Ne sme pa sovražnik biti preprosto najden, temveč je potrebno ustvariti situacijo, ko »sovražnik nikoli ni jasno viden, je pa vseprisoten« (Salecl, 1991: 68). Vendar je v zgodovini dostikrat prihajalo do tega, da se je sovražnika jasno definiralo, opredelilo, poimenovalo, se ga s fizično silo tudi uničevalo in poskušalo iztrebiti.

3. PROPAGANDA

Beseda propaganda se je sprva nanašala na širjenje katoliške vere: prvotno je imela pomen širjenja, »sejanja« vere. Politično konotacijo je propaganda dobila v času francoske revolucije, ko je jakobincem pomenila bojevanje proti političnim nasprotnikom (Vreg, 2000: 116).

Ljudje so že od nekdaj verjeli v magično moč besede. Prepričevanje se je ohranilo kot sredstvo za upravljanje s čustvi in dejanji ljudi že od primitivnih družb naprej; še danes, v sodobnih družbah, vsa propaganda idej, politične in verske ideologije, oglaševanje potrošniškega blaga in politično manipuliranje z množicami temeljijo na prepričevanju anonimnega posameznika, ujetega v svet množičnih medijev. Že Aristotel je poudarjal prepričevanje kot temeljni cilj komuniciranja. Filozofi in teoretiki so se ukvarjali s pojavom prepričevalne funkcije komunikacije in tako komuniciranje spremenili v »akt prepričevanja, filozofski dialog človeštva v sredstvo duhovnega pritiska, delovni dogovor v diktat monopolov in nenazadnje, množične medije v odiozne instrumente propagande« (Vreg, 2000: 90). Vsekakor dobra propaganda že od nekdaj nastopa kot temeljno orožje in sredstvo manipulacije vsakega voditelja, saj z njeno pomočjo doseže politične cilje.

Garth Jowett in Victoria O'Donnel opredeljujeta propagando kot sredstvo za »razsejevanje« ali pospeševanje določenih idej ter kot nameren in sistematičen poskus oblikovanja dojemanj, manipuliranja znanja in usmerjanja obnašanja za dosego odziva, ki podpira namen propagandista (Pečjak, 1995: 133). Za Ellula je propaganda »garnitura metod, ki jih uporablja neka organizirana skupina z namenom, da bi množico posameznikov – psihološko povezanih s psihološkimi manipulacijami in združenih v neki organizaciji – spodbudila k aktivni ali

pasivni dejavnosti« (Ellul v Velikonja, 2003: 130). S politično propagando se oblikujejo in nadzorujejo mnenja in stališča ciljnega občinstva oziroma vpliva na spremembe stališč (Vreg, 2000: 116).

Jowett in O'Donnell ugotavljata, da je propagandno komuniciranje odvisno od kulturnega okvira in socialnozgodovinskega konteksta. Od tega je odvisen stil komuniciranja, izvedba in uspešnost neke propagande v določenem okolju. »Propaganda je produkt sil, ki so vzpostavljene že prej in te sile jo nadzorujejo in dovoljujejo propagandi njeno delovanje« (Vreg, 2000: 106); to pomeni, da »ne tvori nečesa novega, ampak reinterpreterira in usmerja že obstoječe, ga eksplicira, ostri« (Velikonja, 2003: 127). Zato je propaganda učinkovita tam, kjer gradi na že obstoječi mentaliteti in je v skladu s politično kulturo tistega področja.

»Po eni strani je družbeno-kulturno determinirana, ostaja v svetu iz katerega izhaja, po drugi pa to seveda ne pomeni, da je odsev družbe, ampak teži k njeni konstrukciji« (Velikonja, 2003: 127). Zato je propaganda vedno usmerjena v prihodnost, v nek cilj, k spremembam v družbi, kljub temu pa v svojem delovanju posega po že preverjenih metodah in načinih, ki ji zagotavljajo zaželene reakcije ciljne skupine in vodijo v uspeh. Tako bi politično propagando lahko označili kot »premišljeno manipulativno komuniciranje, s katerim vplivamo na izide soočanj v korist preferenc propagandista« (Vreg, 2000: 117). Propaganda spremlja vsakršno obliko politične oblasti. Da voditelj doseže zastavljene cilje, mora »poseči po nekem obče sprejetem in zaželenem načinu delovanja, stremeti za cilji, ki bodo prinesli obče dobro in uporabiti besede, ki bodo nagovorjenega posameznika pritegnile do te stopnje, da bo postal zagovornik in izvrševalec voditeljevih idej v smislu potrjevanja že splošno sprejetih norm in vrednot« (Velikonja, 2003: 21). Najhitrejša in najlažja pot, ki jo izbere vodja v svojem načrtu »osvajanja« skupine, je, da v svojo politično propagando vključi vsem znane stare podobe, zgodovinske motive, klišejske metafore.

Za uspešno propagando je tako treba poznati zgodovinsko ozadje, dogodke, ki so potekali v preteklosti in imajo še vedno velik vpliv na prebivalstvo. Preučiti moramo tudi kulturni okvir, vrednote, norme, vzorce obnašanja; kako globoko so v posameznike vsajena določena verovanja in kateri miti so povezani s propagando. Veliko vlogo imajo miti o političnih, nacionalnih, socialnih, verskih mučenikih. Razna gibanja v imenu revolucije tako množično uporabljajo na primer Che Guevaro kot mučenika, ki je umrl in se žrtvoval za svoje ideje. Njegove besede: »Hasta la victoria siempre!« (Do končne zmage!) so že davno prevzele

pomen slogana, kar ponazarja predanost revolucionarnemu boju entuziastičnega junaka, ki se dejansko bori za svoje ideale do konca, do svoje smrti. Takšna predanost skupini, idejam in ciljem je seveda zelo zaželeno vrtilina vsakega posameznika, ki se pridruži določenemu gibanju, zato so miti o karizmatičnih mučenikih v propagandi še posebej »uporabni«, saj na posameznike naredijo velik vtis.

Jowett in O'Donnell ločita tri tipe propagande: belo, sivo in črno. Belapri občinstvu gradi kredibilnosti, zato so informacije resnične in vir jaseu. Ravno zaradi svoje resnicoljubnosti pa ima včasih nasprotni učinek. Črna temelji na izmišljenih ali prikrojjenih podatkih, uporablja laži, prevare, podtikanja, vir ni jaseu, učinek pa je bolj ali manj kratkotrajen. Siva propaganda ponuja prilagojeno resnico; praviloma uporablja resnične podatke, vendar so le-ti skrbno izbrani, tako da trditev ni mogoče preveriti. Pogosta so pretiravanja, poudarjanje prijetnih dejstev in zatajitev neprijetnih resnic (Pečjak, 1995: 135-138).

Pečjak loči tudi med prikrito in odprto propagando. Pri odprti so cilji povsem jasni, v totalitarnih sistemih je taka propaganda sredstvo pritiska na ljudi. Prikrita propaganda pa deluje posredno, sporočilo je prikrito, pogosto se ga ne zavedamo dobro in ostane na podzavestni ravni, zato je njen vpliv še toliko močnejši (Pečjak, 1995: 141-143).

Velikonja poudarja pomen protipropagande, do katere prihaja predvsem v okoljih, kjer so mediji strogo nadzorovani ali kjer neka obširna propagandna aktivnost že poteka s pomočjo nekonvencionalnih medijev kot so letaki, grafiti, nepoznane, skrivnostne radijske postaje (Velikonja, 2003: 131).

Nosilci propagande so ponavadi znani politiki ali priljubljeni javni delavci. Dobra propaganda poudarja skupinsko – nacionalno, razredno ali versko pripadnost. Le-ta je izredno pomembna v obdobju družbene krize, ko ljudje iščejo svojo identiteto in jo najdejo v skupini (Pečjak, 1995: 145-146). Na ta način kot priljubljen »motiv« propagande ideologije kubanske revolucije nastopa tudi podoba Cheja; znotraj kubanskega prostora je najbolj množično prezentirana s plakati in posterji, ki posameznike vsak dan opozarjajo na pomen in dosežke revolucije.

Da je propaganda uspešna, morajo biti izpolnjena naslednja načela: opazljivost, dostopnost, privlačnost, razumljivost in prepričljivost sporočila ter načelo potrebe in nepredvidljivega

(Pečjak, 1995: 148). Propaganda vedno obljublja posameznikom biološke, materialne, socialne, psihološke koristi, s katerimi jih premami, da ponujeno tudi sprejmejo.

Propaganda uporablja najrazličnejša propagandna sredstva: radio, tisk, televizijo, film, telefon, internet, elektronsko pošto, panoje, plakate, posterje, letake, značke, bedže, razglednice, celo škatlice za vžigalice in vžigalnike, karikature, komične stripe idr. Najpomembnejšo vlogo propagiranja igrajo množični mediji, ki danes prevzemajo primarno nalogo komuniciranja in tako izpodrivajo vlogo medsebojnih odnosov in skupinskega komuniciranja. Množični mediji »postajajo vse bolj ekskluzivni in monopolni posredniki komuniciranja med državo in javnostjo, med voditeljem države in državljanom« (Vreg, 2000: 86).

Tisk predstavlja, zaradi razmeroma nizke cene in časovne obstojnosti, vedno učinkovito sredstvo, ki ga uporabljajo tudi majhne skupine in uporniške organizacije za širjenje svojih idej (Pečjak, 1995: 160-162). Zelo pomembno vlogo ima tudi radio. V komunističnih državah, denimo, so pogosto postavili na javnih mestih zvočnike, da so ljudje lahko poslušali govore voditeljev. Tudi razne uporniške skupine in gibanja so se posluževala tega sredstva obveščanja in si poskušale pridobiti naklonjenost in podporo poslušalcev in s tem nove pripadnike gibanja; *Radio Rebelde*, ki ga je ustanovil Che Guevara, je razširjal ideje gverilcev in spodbujal prebivalce, da se pridružijo njihovi akciji.

Seveda ne smemo pozabiti na vlogo televizije, ki gledalcu omogoča, da dogodek doživi vidno in slušno. Veliko vlogo naj bi igrala pri razširjanju in spodbujanju nemirov med študentskimi, črnskimi in mirovnimi gibanji v letih 1968-70; močno je vplivala na prebivalce komunističnih držav, vključno s Kubo, ki so lahko tako spremljali oddaje iz tujine. Propagandni vpliv televizije je močan predvsem zato, ker je najbolj razširjena oblika sprejemanja informacij med vsemi sloji prebivalstva.

Ellul je opazil skupna načela in podobne učinke propagande voditeljev ne glede na to, ali je uporabljena znotraj nacističnih, komunističnih ali zahodnih demokratičnih sistemov. Voditelje se vedno prikazuje na neobičajno velikih slikah oziroma plakatih ali z ogromnimi desetmetrski kipi, kar je eden tipičnih načinov propagiranja političnega gibanja (Pečjak, 1995: 133-134). S tem je izražena njihova mogočnost, posebnost, izbranost in moč vladati ter obvladati svet.

Vodja naj bi vedno delal v obče dobro, v dobro skupine, ki jo predstavlja in v smislu ideologije, ki jo zastopa. »Posameznik se prepozna kot pripadnik, zagovornik in izvrševalec nečesa, kar ga vsestransko presega, transcendirajo: torej splošnega, absolutnega, ki je izenačeno z voljo in dejanji voditelja« (Velikonja, 2003: 22). Določeni teoretiki menijo, da je sodobna propaganda osvobodjena ideološkosti. V nasprotju z njimi Vreg ugotavlja, da se ideološkost propagande ne kaže samo v intencionalnosti propagandistov, ampak tudi v ideološki uporabi jezikovnih simbolov, t.j. ideologemov, ki odsevajo težnjo propagandista, da z ideološko vrednostno sestavino vpliva na občinstvo. Propagandna sporočila so zlasti ob revolucionarnih družbenih spremembah nabita z ideologemi (Vreg, 2000: 117). Tako imajo velik vpliv vizualni simboli moči, denimo govornik, ki stoji pred zastavo, kar pri pripadnikih vzbuja čustveno asociacijo in patriotizem.

4. KRATEK OPIS ŽIVLJENJA CHE GUEVARE, ZNAČILNOSTI KUBANSKE REVOLUCIJE IN GVERILE

4.1. ŽIVLJENJE

Ernesto Guevara de la Serna se je rodil 14. junija 1928 v argentinskem mestu Rosario. Odraščal je v veliki, dobro preskrbljeni družini višjega srednjega razreda, ki je gojila liberalne nazore. Že kot dijak in kasneje študent se je seznanil s socialističnimi idejami Marxa in Lenina ter se udeleževal v bojih in protestih proti Peronu in njegovi diktaturi (<http://www.thechestore.com/CheWebSite7A/CheText/Politics.html>; 6.5.2004). V njem se je kmalu začel oblikovati uporniški duh, pripravljen na drzen in pogumen boj, vendar takrat še brez jasnega cilja. Leta 1948 se je Guevara vpisal na medicinsko fakulteto v Buenos Airesu. S prijateljem Albertom Grenadosom sta naredila načrt za skupno potovanje po državah Latinske Amerike in decembra 1951 odpotovala proti Čilu (Pust, 2001: 57). Na poti so Ernesta pretresle revščina in težke socialne razmere, grobo izkoriščanje južnoameriških kmetov in delavcev, ki so za nekaj centov na dan garali na plantažah v lasti ameriških družb. To potovanje je po mnenju mnogih biografov pomenilo prelomni trenutek v njegovem življenju, saj je dokončno izoblikovalo njegove življenjske in filozofske nazore. Potovanje sta s zaključila poleti leta 1952 v Venezueli, od koder se je Ernesto vrnil v Buenos Aires. V manj

kot letu dni je uspešno diplomiral ter se znova podal na pot z željo, da se nekje priključi boju za preobrazbo, osvoboditev in napredek Latinske Amerike. V Gvatemala Cityju je sodeloval pri demonstracijah v podporo novoizvoljeni demokratični vladi Jacoba Arbenza (<http://www.thechestore.com/CheWebSite7A/CheText/Biography.html>; 6.5.2004). Skupina Kubancev, ki jih je takrat sodeloval, ga je junija 1955 v Mexico Cityju spoznala z Raulom Castrom in njegovim bratom Fidelom. Fidel ga je povabil, da se kot zdravnik pridruži uporniški gverili, ki je pripravljala revolucijo na Kubi. Tako je mladi upornik pristopil k Gibanju 26.julija oziroma M-26-7 (Taibo, 1997: 54). V priprave na revolucijo, ki so trajale več kot leto dni, se je vključil z energično predanostjo in entuziazmom. Poleti 1956 se je pod vodstvom generala Alberta Baye pričelo vojaško urjenje upornikov na ranču San Miguel blizu glavnega mesta. 25. novembra 1956 so s staro motorno jahto »Granma« izpluli iz pristaniškega mesta Tuxpan proti Kubi. 2. decembra so pristali na jugovzhodni obali, kjer jih je pričakal poveljnik Oriente s somišljeniki. Odpravili so se proti gorski verigi Sierra Maestre, kjer jih je iz zasede napadla vladna vojska. Guevara je bil v spopadu obstreljen, vendar mu je uspelo zbežati. S Castrom in skupino preživelih se je po treh tednih skrivanja srečal na eni od plantaž. Kubanska revolucija se je začela s porazom, kar pa majhni skupini preživelih gverilcev ni vzelo poguma in optimizma za nadaljevanje zastavljenih ciljev. (Pust, 2001: 58)

Castrov in Chejev revolucionarni program je zajemal pospešitev razvoja gospodarstva, neodvisnost od ZDA in družbene spremembe v korist delovnih slojev. Ciljno množico podpore so videli v kmetih, zatiranih in izkoriščanih na velikih plantažah ameriških veleposestev, željnih agrarne reforme, v pripadnikih srednjega sloja, nezadovoljnih z diktaturo ter ameriško nadvlado, v delavcih, združenih znotraj sindikatov, ter v študentih in intelektualcih. Prva opaznejša zmaga kubanske gverile proti vojski Batistovega režima je bila izbojevana 17. januarja 1957, ko so zasedli postojanko vladne vojske pri mestu La Plata. Začel se je vztrajen boj za zmago kubanske revolucije, ki je trajala polni dve leti. V prvi fazi revolucije so na Sierro Maestro prihajale skupine novih vojakov, revolucionarno jedro se je krepilo, gibanje širilo in bilo deležno vedno večje politične podpore. Vendar se je Castrova skupina izogibala resnejših spopadov z vojsko do konca maja 1957, ko so se odločili za prvo ostrejšo ofenzivno akcijo in napadli vojaško garnizijo v Uveru. Skupina je takrat štela okrog sto gverilcev, organiziranih v dveh enotah, ki sta jima poveljevala Castro in Che. Vojaško garnizijo so razbili, Uvero je padel, kriza Batistovega režima se je poglobila. V središču Sierre Maestre je gverila ustanovila svobodno ozemlje. Guevara je montiral uporniško radijsko postajo »Radio Rebelde«, gverilci so začeli tiskati svoj časopis »El cubano libre«. V tem

obdobju je Castro Guevari podelil čin majorja; Guevara je postal »comandante«. Začelo se je obdobje širitve revolucionarnega gibanja, simpatizerjev je bilo vedno več. Zanimivo je, da v začetnem obdobju Komunistična partija Kube ni sodelovala in podpirala revolucije; aktivno je Castra in gverilce podprla šele leto dni pred njihovo končno zmago (Julius, 1967: 34-41). Avgusta 1958 se je začel veliki finale revolucije. Po uspešnem naskoku na večja kubanska mesta, razstrelitvi edine prometne povezave, nekaj zaporednih napadov na vladne postojanke je prišlo do politične izolacije in posledično do krize režima. Na ulicah Santa Clare se je 29. decembra 1958 začela tridnevna bitka, ki bo v zgodovini kubanskega naroda ostala zapisana kot najpomembnejša vojaška zmaga Guevare in eden izmed najvidnejših uspehov kubanske revolucije. Številčno mnogo manjša skupina, približno 380 gverilcev, je napadla 3500 mož vladne vojske. Osovraženi in prezirani diktator Fulgencio Batista je 1. januarja 1959 zbežal s Kube, polkovnik vladne vojske Hernandez pa se je še isti dan predal gverilcem. Kot zmagovalec je v mesto vkorakal Ernesto Guevara. V nekaj dneh so gverilci skoraj brez izgub osvojili še druga večja mesta (Pust, 2001: 58-59).

Po uspešno izpeljani revoluciji je država potrebovala smotrno in preiščeno prenovno gospodarskega, političnega ter družbenega sistema. Pomembna je bila vzpostavitev popolnega nadzora nad vojaškimi enotami in varstvo večjih vojaških točk, kasarn in skladišč orožja. Maja 1959 je država sprejela zakon o agrarni reformi. Kot vodja Nacionalnega inštituta za agrarno reformo je bil imenovan Che Guevara. Ustanovil je delovne brigade, ki naj bi vzpostavile solidarnost in kolektivni duh v družbi. Novembra 1959 je postal predsednik kubanske centralne banke, njegova naloga pa je bila reforma bančnega sistema. Na podlagi sodelovanja med Kubo in Sovjetsko zvezo so ZDA pričele pritiskati na Castrovo politiko, zato je Kuba leta 1960 nacionalizirala ameriško imetje, prevzela ključne gospodarske panoge in ustvarila temelje za socialistično ureditev. Castro je ustanovil ministrstvo za industrijo, njegovo vodenje pa zaupal Guevari. Vendar so se zaradi slabe kontrole proizvodnje, nizke kvalitete proizvodov, birokratizacije državnih institucij in vedno višje inflacije kmalu začele težave znotraj gospodarstva, ki so vodile v začetek ekonomske krize. Največja zmeta Chejevega vodenja gospodarstva se kaže v opuščanju pridelave sladkornega trsa z namenom hitre industrializacije kubanskega gospodarstva (Pust, 2001: 59- 60).

Med ameriški in kubanski vojniki je prišlo blizu ameriške vojaške baze Guantanamo 19. julija 1964 do oboroženih spopadov. Nekaj dni kasneje je Guevara v nastopu pred množico v Santiagu de Cuba ponovno pozval k obrambi pred imperializmom. To je povzročilo številne

notranje in zunanje politične pritiske. Kot predstavnik Kube je Che Guevara konec leta 1964 zadnjič odpotoval v Palačo narodov v New York. Preden se je vrnil nazaj na Kubo, je opravil še diplomatsko turo po Latinski Ameriki in Afriki (Pust, 2001: 61). Doseči je skušal, da bi Kuba odigrala večjo vlogo pri oblikovanju politike in gospodarstva teh dežel. V Alžiru je izrekel določena stališča in ocene sovjetske politike, ki so povzročile spore s Castrom. Socialistične države je zaradi njihovega odnosa do držav v razvoju in trgovanja z njimi po svetovnih cenah, označil za sokrivce izkoriščanja revnih dežel. Zahteval je, naj se revolucionarnim gibanjem v Aziji, Afriki in Latinski Ameriki orožje pošilja brezplačno. Predlagal je tudi, naj socialistične države prekinejo odnose z ZDA in vztrajal, da mora Kuba za vsako ceno ohranjati svojo politično in idejno neodvisnosti. Njegovo javno kritiziranje socialističnih držav je povzročilo številne notranje in zunanje politične pritiske, pri čemer je bila najbolj agresivna Sovjetska zveza (<http://www.thechestore.com/CheWebSite7A/CheText/AfroConference.html>; 6.5.2004). Poleg neuspešne preobrazbe gospodarstva je bil to glavni razlog za razhajanja med Guevarom in Castrom. Guevara se je odločil, da bo opustil svoje delo na Kubi in se pridružil upornikom v Kongu (Pust, 2001: 61). Castru je napisal pismo, s katerim se je odrekel vsem funkcijam v državnem in partijskem vodstvu, ministrom v kubanski vladi, činu majorja v kubanski armadi in kubanskemu državljanstvu (<http://www.thechestore.com/CheWebSite7A/CheText/FarewellLetter.html>; 6.5.2004).

Guevara ni nikoli odobral teze o mirni poti in političnem boju, o potrebi, da bi dozorela revolucionarna situacija. Gojil je globoko nezaupanje v sposobnost komunističnih partij Latinske Amerike, da bi vodile množice v revolucijo. Menil je, da v njihovih vrstah ni dovolj razpoloženja in poguma za oboroženo akcijo, da preveč taktizirajo in se jalovo izčrpavajo v političnem boju. Prav v času njegovega odhoda s Kube so se mnoge vodilne osebnosti KP Latinske Amerike odkrito izrekle proti poskusom kontinentalne revolucije. Zavrnilo so tudi kubanske očitke Sovjetski zvezi, da trgovina z vladami Latinske Amerike in dajanje kreditov podpirata oligarhijo protirevolucionarnih gibanj (Julius, 1967: 86-94).

V Kongu se je Guevara pridružil afriškimi upornikom pod psevdonimom Ramon Beritez, ki ga je dve leti pozneje uporabil tudi v Boliviji, zaradi česar so ga po mnenju mnogih biografov kasneje tudi odkrili. V Bolivijo je prispel jeseni 1966 z namenom organiziranja centra uporniškega gverilskega gibanja, od koder bi se naj revolucija postopno širila na celoten kontinent. Bataljon bolivijskih oboroženih sil za posebne naloge *Zelene baretke* pod nadzorom agentov CIA-e Felixa Rodrigueza in Eduarda Gonzalesa je že konec avgusta resno

obkolili gverilce in jih prisilili k umiku v višavje v bližini reke Rio Grande. Za prijetje Che Guevare so razpisali nagrado 4200 ameriških dolarjev. V začetku oktobra 1967 so obkolili upornike. Che je bil večkrat ranjen. Zaradi velike premoči vladne vojske se je predal. Skupaj s Cubom Serabio so ga prenesli v vas La Higuera ter ju zaprli v vaško šolo. Naslednji dan sta v vas prispela agent Rodriguez in polkovnik Joaquin Zantena Anayas. Podatki o nadaljnjem dogajanju se od vira do vira razlikujejo; po poročilih agentov CIA-e naj bi polkovnik Zanteno dobil z vrhovne komande v Vallegrandu ukaz za Guevarino likvidacijo, Američani pa naj bi zahtevali, da se ujetnika prepelje z letalom na zaslišanje v Panamo. Zanteno je vztrajal, da se izvrši ukaz bolivijske vojske. Za izvršitev usmrtitve je bil določen narednik Teran (Pust, 2001: 64-68). Zaradi začetnega prikrivanja, da so Guevaro ubili kasneje, da torej ni umrl od strelnih ran, in protislovnih navajanj podatkov o času in načinu njegovi smrti so se pojavili dvomi in ugibanja o njegovi dejanski smrti. Po nekaterih virih naj bi truplo sežgali, po drugih razsekali in ga pokopali neznano kam, oziroma naj bi ga zaradi strahu pred demonstracijami še isto noč po uboju pokopali na ozemlju zapuščenega letališča blizu Vallegranda. Novembra 1997, kar tri desetletja po skrivnostnem izginotju trupla, so se vprašanja o koncu slavnega in pomembnega nosilca revolucionarnih idej dokončno razjasnila, ko so na tem mestu našli ostanke trupla, jih prepeljali na Kubo ter slovesno pokopali v Santa Clari (<http://www.gwu.edu/nsarhiv/NSAEBB/NSAEBB%/#declass>; 10.5.2004).

4.2. GVERILA IN MODELI REVOLUCIONARNEGA BOJA

Gverilo danes povečini povezujemo s Che Guevaro, čeprav je bila ta oblika upora uporabljena mnogo pred rojstvom kubanskega gibanja. Beseda *gverila* se prvič pojavi že leta 1808 v Španiji z zasedo Napoleonove Francije kot pomanjševalnica španske besede *guerra* (vojna); sam pojem se je nanašal na boj neregularne vojske revnega španskega prebivalstva, ki se je uprlo francoski okupaciji. Napadali so, ko so Francozi najmanj pričakovali in se razbežali takoj, ko so okupatorji pripravljali protinapad (Dietrich, 1998: 87).

Model sodobnega revolucionarnega upora je opredelil Frantz Fanon. Kot psihiatra so ga iz rodne Martiniquea poslali v Alžir, ko se je Alžirija leta 1954 uprla francoski nadvladi. Kmalu se je pridružil borcem v boju za neodvisnost, kjer je na podlagi izkušenj v psihiatrični bolnišnici razvil tezo, da so pritiski imperializma poglavitni vzrok duševnih bolezni v Alžiriji. V svojih delih poziva vse kolonizirane države, naj se uprejo zahodnemu imperializmu, ker

uničuje njihovo kulturo in jim vsiljuje zahodni vrednotni sistem. Zagovarjal je nasilen upor, ki bi se začel z gverilsko vojno na podeželju in posamičnimi akcijami urbane gverile (Dietrich, 1998: 88-89). Nasilje vidi kot nujnost dekolonializacije, kot proti-nasilje, ki izhaja iz samega nasilja kolonializma (Jeffs, 1998: 25). Njegove ideje so imele velik vpliv na svetovno levico, najbolj pa so se prijele v Južni Ameriki. Vodja brazilske komunistične partije Carlos Marighella je pod njegovim vplivom napisal priročnik za delovanje urbane gverile, ki je koncept oboroženega boja prenesel iz podeželja v mesto. Zanj je bilo nasilje temelj revolucije. Urbana gverila naj bi s svojimi akcijami prisilila državo v represivno ukrepanje, kar bi ji povečalo podporo. Revolucionarji naj bi postopoma opustili teroristični boj in se osredotočili na izgradnjo urbane vojske, ki bi izvedla splošni udar. Osnovna operativna enota strukture gverile mora biti po njegovem mnenju celica, sestavljena iz nič več kot štirih ali petih ljudi, kajti majhnost ji omogoča večjo mobilnost in neopaznost (Dietrich, 1998: 89-90).

Model izgradnje gverilskega načina bojevanja, ki je izšel neposredno iz kubanske revolucije, je Guevara opisal v knjigi *La Guerra de Guerrillas*. Po njegovem mnenju je naloga revolucionarnih gibanj zanetiti oboroženi ogenj oziroma »foco«; od tod tudi »focoizem«, poimenovanje takšnega načina vojskovanja (Jurjević, 1988: 667). V prvi fazi naj bi posamične skupine na različnih krajih zanetile upor in privabile podeželsko prebivalstvo h gverili, hkrati pa spodbujale k uporu tudi prebivalstvo v mestih. Nato bi se te skupine strnile v gverilske čete in se v končni fazi povezale v klasično vojsko. Ta model je bil v praksi na Kubi izredno uspešen, saj mu je uspelo v treh letih zrušiti Batistov režim (Dietrich, 1998: 91). Guevara je vzvod revolucionarne dejavnosti videl na podeželju, v formi majhne skupine gverilcev. Trdil je, da za akcijo ni treba čakati na množično mobilizacijo in objektivne zgodovinske okoliščine ter ugodne pogoje, kajti ti se ustvarjajo sproti s samim delovanjem gverilske skupine. V nasprotju s Fanonom ne utemeljuje uporabe nasilja kot osnovnega sredstva političnega boja, temveč le v primeru, ko so ostale možnosti izčrpane (Jeffs, 1998: 30-31).

Ti modeli so postali temeljna osnova organiziranja uporov in oblikovanja gverilskih in tudi aktivističnih skupin v boju za pravičnost in spremembe po vsem svetu; načini gverilskega vojskovanja, ki sta jih v svojih modelih razvila Marighella in Guevara pa tako glavni izvozni ideološki produkt Južne Amerike.

5. VODITELJ

Vodja naj bi bil tvorec izjemnih dejanj. Pripisujejo mu, da ga vodijo njegove ideje, katerih naravo določa njegov značaj. Odgovoren naj bi bil za delovanje in počutje celotne skupine, zato naj bi članom dajal nenehno psihološko podporo. Le s podporo množice lahko udejanji svoje ideje in doseže zastavljene cilje, zato naj bi za uspešno delovanje poznal želje in potrebe družbe, ki jo vodi. Vodja nastopa kot identifikacijska figura. Zaradi specifičnih karakteristik naj bi vodeni posamezniki ponotranjili potrebo po njegovem posnemanju. Predstavljen je kot simbol skupine in kot predstavnik skupine navzven. Pripisane so mu izredne sposobnosti in moč, s katerimi vodenim vlije energijo in samozavest. Oblast nad tisoči naj bi pridobil zaradi vtisa kolektivne zavesti, skupinske povezanosti, skupne ideologije.

5.1. ZNAČILNOSTI VODITELJA

5.1.1. Osebne karakteristike

Voditeljem so pripisane različne značilnosti, ki poudarjajo njihovo izjemnost in priljudnost ter jim omogočajo, da so graditelji enotnosti, harmonije in vsega novega znotraj družbe (Velikonja, 2003: 18). Na področju psihologije so bile opravljene številne raziskave osebnih lastnosti vodij: za dobre vodje naj bi bile značilne samozavest, izgrajena samopodoba, stabilna struktura osebnosti, senzibilnost in empatija, komunikativnost in ekstravertiranost, dominantnost, inteligentnost in strokovnost (Nastran Ule, 1994: 238). Voditelji naj bi bili dobri retoriki. Odlikovale naj bi jih tudi ambicioznost, odločnost, privlačen videz ter nekoliko višji inteligenčni količniki (Pečjak, 1995: 59). Nicolo Machiavelli opiše uspešnega vladarja kot brezosebnega, hladnega, brez čustev, ki ne zaupa nobenemu in ga »odlikujejo« cinizem, laž, prevarantstvo, goljufija, izkoriščanje, edino zadovoljstvo pa mu daje občutek moči in manipulacija z ljudmi (Pečjak, 1995: 69).

Voditelji so zmeraj označeni kot karizmatične osebnosti. Pojem karizme je v politično literaturo vnesel Max Weber (Pečjak, 1995: 74); označil jo je kot »avtoriteto, ki črpa svojo moč iz sebe, namesto iz družbenega položaja ali funkcije« (Vreg, 2000: 168) in jo pripisal voditeljem revolucij in burnih socialnih gibanj. Oblast temelji na čustveni vdanosti vodji na

podlagi njegove karizme, povezane z izjemnimi magičnimi sposobnostmi, junaštvom, močjo duha in govora. Njegova moč vladanja je odvisna od njegovih kvalit, kajti »če ga njegovi bogovi zapustijo ali če usahne njegova junaška moč ali vera množice v njegove voditeljske sposobnosti, njegova oblast pade« (Weber, 1990: 130). »Karizmatična avtoriteta temelji na veri v preroka« (ibid.), vodja se mora stalno dokazovati kot »od boga poslan« s čudeži, uspehi, blagrom in srečo svojih privrženec (Weber, 1990: 131). V skladu s Freudovo teorijo o umoru praočeta in krivdi sinov vsak vodja v sebi združuje oboje: ubitega očeta in njegovega morilca, sina. Vodja je tako nad množico (podoba očeta) kot tudi eden izmed članov množice (podoba sina). Njegovo karizmo predstavlja soglasje nasprotij v isti osebi, kar mu daje nezadržno privlačnost (Nastran Ule, 1994: 273). Lastnost, zaradi katere si vodja pridobi naklonjenost množice, je po Le Bonu prestiž, ki ga enači s hipnotično močjo. Prestiž je neke vrste čar, ki »slabi naše kritične sposobnosti in napolni naše duše s strahospoštovanjem« (Le Bon v Nastran Ule, 1994: 270). Prestiž vodje se ne ohranja sam po sebi, temveč z uspehi v politiki, vojskovanju, z obredi, ki utrjujejo vtis povezanosti z obdobjem, ko je vodja prišel na oblast, traja pa lahko še po njegovi smrti (Nastran Ule, 1994: 270). Med voditelji, predvsem tistimi, ki imajo že dolga leta v rokah vso moč in oblast, najdemo veliko narcisov. Letica definira narcisoidnost kot »stanje duha, v katerem narcisoidna oseba meni, da je edino pomembna in daleč najpomembnejša ona sama, njeno telo, njene potrebe, njene misli, občutki, njena lastnina, njeno znanje in neznanje ter vse in vsi, ki ji pripadajo« (Letica v Vreg, 2000: 168).

Voditelji so mnogokrat veliki populist, ki se v svojih akcijah in odločitvah obračajo neposredno na ljudstvo, sklicujejo shode in mitinge. Odlikujejo jih velika karizma ter dobre retorične sposobnosti, s pomočjo katerih prepričajo množice (Pečjak, 1995: 74-76). Svoje pristaše najdejo med ponižanimi, razžaljenimi, prevaranimi in odtujenimi od oblasti (Vreg, 2000: 168). Tarde vidi v vodjih začetnike sprememb, izumov, socialnih tvorb, zgodovine; njihova moč po njegovem izhaja iz sugestije, sposobnosti podrejanja drugih ljudi. Množica sledi in se podreja vodji kot se otroci staršem ali učenci mojstru. Zato je odvisno od vodje, v katero smer bo krenila množica: v napredek ali regresijo (Nastran Ule, 1994: 271). Vsak vodja mora tako pri kratkoročnem kot pri dolgoročnem načrtovanju imeti in razvijati strategijo, če si hoče zagotoviti svoj obstoj v prihodnosti in uspešno odpravljati tekoče težave. »Dobra strategija predstavlja vrhunec kreativnih sposobnosti voditeljev« (Luttwak v Spahić, 2002: 32). Dober strateg je tisti, ki zmaga, doseže postavljen cilj, je luciden, zvit, inteligen, ima veliko talenta, razuma in strasti za dejavnost, s katero se ukvarja, veliko

izkušenj, je samozavesten, zna pravilno preceniti in oceniti situacijo, postaviti prave cilje, pritegniti prave ljudi, izrabiti materialno-tehnične možnosti in je dober organizator (Spahić, 2002: 33).

5.1.2. Voditelj množice

Ena izmed glavnih determinant, ki določajo uspešnost vodenja nekega voditelja, je odnos med voditeljem in vodenimi, ki se izraža z oblikami reševanja političnih problemov in skozi komunikacijo med voditeljem in vodenimi. Moč vodje se izraža skozi množico, se na njej udejanji, hkrati pa ravno množica daje legitimnost vodji za njegova dejanja. Nakopičeno fizično in psihološko moč množice različni politični vodje uporabljajo in dostikrat zlorabljajo za doseg svojih ciljev.

Množica kot nekonvencionalna oblika velike skupine ljudi, spontano in naključno združenih na nekem mestu, deluje kot taka, čeprav številčno velika masa ljudi, nezmožna konkretne destrukcije in vplivanja na določen segment dogajanja v družbi. Po drugi strani pa ravno ta neorganiziranost in nezmožnost predvidevanja obnašanja po nekem družbeno priznanem in zaželenem vzorcu povzroča velik pritisk in celo strah pri sprejemanju določenih odločitev posameznih vladajočih subjektov, ki družbo vodijo. Kajti ravno v množicah se mnoga agresivna nagnjenja posameznikov transformirajo v destruktivna, ekstremna vedenja in nasilna dejanja. Na tej točki pride v ospredje moč in sposobnost voditelja organizirati to kaotično maso ljudi. Po Gustavu Le Bonu »vodja spremeni množico v kolektivno gibanje, ki ga povezuje enotno verovanje in enotni cilj« in tako postane »umetnik socialnega življenja« (Nastran Ule, 1994: 270).

Simmel ugotavlja, da je posameznik superioren nad množico, kajti množica se kot tvorba ne vzpostavi iz popolne individualnosti njenih pripadnikov, ampak iz tistih značilnosti vsakega posameznika, v katerih se ta z drugimi ujema – te pa so kvečjemu najbolj primitivne, na dnu organskega razvoja (Simmel, 1993: 34). Tarde podobno trdi, da je za naravne množice značilna zelo nizka raven sposobnosti in zavestnosti posameznikov. Vodja pa znotraj organizirane množice dvigne raven znanja in sposobnosti posameznikov nad povprečen nivo (Nastran Ule, 1994: 271). Po Le Bonu je pri posamezniku regres opazen šele takrat, ko se priključi množici. »Izoliran je morda kulturno bitje, v množici pa je barbar. V njem je

spontanost, moč, divjaštvo, a tudi zanos in junaštvo primitivnih bitij« (Le Bon v Pečjak, 1995: 220). Tako posameznikovo zlitje z množico degradira njegove sposobnosti, jih okrni in ga naredi enakega drugim, povprečnega predstavnika. Raven zavestnih odločitev se spusti na minimum; posamezniki sprejmejo odločitve in cilje drugih. Tako zlahka postanejo lutke v rokah spretnega manipuliranja veččega voditelja, ki takšno situacijo izrabi za doseg lastnih ciljev in zadovolitev lastnih potreb.

Prilagoditveni konformizem omogoča medsebojno komunikacijo in sodelovanje v skupini, družbi, znotraj gibanja. Toda mnogi se vedejo konformistično tudi takrat, ko to ni potrebno ali celo tedaj, ko takšno vedenje škoduje njihovi prilagoditvi na nove razmere. S tako obliko konformizma se povezuje podvrženost avtoritetam, nezaupanje vase, šibek jaz, strah pred razlikovanjem od drugih, podleganje mnenju drugih (Pečjak, 1995: 48-50). Posameznik mirno in voljno sprejme ter izvrši vse ukaze in navodila vodje, kar z drugimi besedami pomeni, da se slepo podredi avtoritetam (Nastran Ule, 1994: 215). Vodja neke skupine pri takih posameznikih v trenutku doseže premoč nad njimi in vzpostavi se močan avtoritativen odnos.

Evforije in histeričnega entuziazma množic ne moremo pojasnjevati ne s prisilo niti konformizmom ali nasedanjem propagandi ter demagogiji številnih privrženecv (Velikonja, 2003: 18). Vodja hipnotizira številne posameznike, ki so mu pripravljeni slediti brez odpora. Večini ljudi je tudi lažje slediti idejam nekoga drugega, kot da bi sami iskali rešitve za določene družbene probleme. »Ko sprejme brezpogojno vladavino in premoč nekoga, človek ravno s tem priznava svojo podrejenost in suženjstvo«, kar pa mu daje »občutek psihološkega udobja, varnosti, neodgovornosti in notranjega miru (čiste vesti!)« (Džrnazjan, 1990: 1679). Svoboda je v tem kontekstu za posameznika namreč breme, ki se ga hoče otresti v trenutku, ko so razmere zanj neznosne in ko začne dvomiti o lastnih močeh. Mnogo lažje se je prepustiti odločitvam drugih, kot pa delovati sam zase in biti odgovoren za svoja dejanja. Na tej točki nastopi vodja, ki posameznika reši vsakršne lastne odgovornosti (Cassirer, 1995: 20).

»Zgodovinske študije kažejo na osupljive ocene o skoraj popolni privrženosti, fanatični servilnosti, ljubezni, čustveni predanosti »večine večine« prebivalstva svojim voditeljem v določenih obdobjih« (Velikonja, 2003: 18). Moscovici celo ugotavlja, da ljudje vodjem ne zamerijo despotizma in terorja, ampak se nasprotno njihova priljubljenost celo poveča, saj teror oblasti (če ni okupatorska) ni možen brez prostovoljnega sodelovanja množice (Nastran

Ule, 1994: 272). Zaradi tega obstaja velika nevarnost idej, ki smo jih navidezno spontano sprejeli, v resnici pa so nam bile vsiljene, a se tega še zavedli nismo.

»Zahteva po vodstvu se pojavi šele, ko kolektivna želja doseže neustavljivo moč in ko, po drugi strani izginejo vsa upanja v izpolnitev te želje po običajni in normalni poti« (Cassirer, 1995: 14). Na tej stopnji se kolektivna želja personificira, v konkretni obliki se utelesi v vodji. Povezave, ki so do tedaj obstajale znotraj družbe, izgubijo vsak pomen. »Ostaja le mistična moč in avtoriteta vodje; njegova volja je najvišji zakon« (Cassirer, 1995: 14). Vodja postane predstavnik in izvrševalec skupne volje, inkarnacija želja in nosilec zgodovinske usode: preteklosti, sedanjosti in prihodnosti nekega naroda (Girardet, 2000: 90). Voditelj in ljudje »na vrhu«, pametnejši od tebe, bodo razmislili in odločali za vse in za vsakogar do zadnje podrobnosti (Džrnazjan, 1990: 1679). Tako voditelj »prevzame nase vso konstelacijo dotedanje zgodovine in se prikazuje kot napovedani odrešenik, kot črednik, ki naj mu poslušno sledijo« (Velikonja, 1996: 35).

Temelj uspešnosti vodje je v tem, da skupina, ki jo vodi, ponotranji ideje, cilje in ideologijo, ki jih zastopa in za katere se bori vodja. Lefort ugotavlja, da je v totalitarizmu vodja uspešen, ker se ustvarja »podoba Ljudstva-kot-enega, nekakšnega univerzalnega razreda, ki je povezan z Oblastjo-kot-eno, eno partijo, enim vodjem, ki uteleša vse ljudstvo in državo« (Lefort v Salecl, 1991: 68). Saleclova pripisuje ključni pomen temu, da oblast sproži mehanizme identifikacije tako, da se ljudje oblasti podredijo, ne da bi to sploh opazili in tako podreditev dojemajo kot svobodno izbiro (Salecl, 1993: 9). Da pride do takega poenotenja, mora vodja stalno dajati vtis, da misli tako kot tisti, ki so vodeni, saj lahko le na temelju popolne identifikacije doseže svoj cilj. Zato mora biti kljub svoji karizmatičnosti, ki ga loči od preostalih, še vedno enak njim in del njihove skupine. »Kadar vojska obožuje svojega svojega generala, obožuje samo sebe« (Nastran Ule, 1994: 272). Ko se posameznik prepusti vodji, s tem izgubi lastno identiteto, a vendar je to v končni fazi pot do njega samega. Kajti takšno slavljenje vodje je pravzaprav iskanje lastne identitete, nagonska potreba po osvajanju samega sebe, pravega jaza (Girardet, 2000: 106). »Z oboževanjem voditeljev družba pravzaprav časti samo sebe, svoje vrednote, usmeritve, kulturo, zgodovino« (Velikonja, 2003: 25).

Freud ugotavlja, da se množice ne da razumeti, če zanemarimo vlogo vodje (Freud, 1986: 242). Skupni duh se razvije na podlagi ljubezni, ki jo vodja nameni vsakemu posamezniku znotraj množice (Freud, 1986: 244). Freud razvije idejo o libidinoznem značaju vezanosti

posameznika z množico in z vodjem. Zaradi narcizma vodja odklanja prenos libida na objekte zunaj sebe, zato naraste samoobčudovanje. Vodja tako po tej teoriji ljubi samega sebe, kar mu daje občutek nadmoči (Nastran Ule, 1994: 272). Druge ljubi le toliko, kolikor je potrebno za doseg lastnih ciljev, njegov Jaz nudi objektom najnujnejše (Freud, 1986: 246). Po drugi strani pa imamo posameznike, ki v množicah ljubijo druge, ne da bi zmogli ljubiti same sebe. Zaradi preplavljenosti z afektivnimi vezmi niso zmožni avtonomnega intelektualnega dejanja. Tedaj pride do regresije duševnosti na zgodnjo stopnjo, podobno kot se zgodi pri otrocih. Takrat v začne posameznik v množici iskati točko, na katero bi se oprl, in tukaj pride do identifikacije z vodjo, ki mu predstavlja njegov lastni ideal jaza (Nastran Ule, 1994: 273). Erotični odnos se razširi na vse, kar je »naše«, do »tujega« pa se vzpostavi sovraštvo. Vodja ima posebno vlogo, množica se z njim identificira, ga občuduje, posnema (Pečjak, 1995: 219-223). Ko se pretrga vez z vodjo, praviloma pride tudi do prenehanja povezanosti med posamezniki (Freud, 1986: 222).

5.2. MIT VODITELJA

Mit voditelja ne obstaja sam zase, temveč v veliki povezanosti z družbo, v kateri obstaja. Tako so v njem »na različne načine in različno učinkovito povezane različne perspektive: božja, znanstvena, zgodovinska in osebna« (Velikonja, 1996: 35). Carlyle je poudarjal prisotnost kulta heroja kot nujnega in ponavljajočega elementa zgodovine vsake družbe »V vseh dobah svetovne zgodovine najdemo Velikega Človeka, ki je nezamenljivi odrešitelj svoje dobe; je iskra, brez katere gorivo nikoli ne bi zagorelo« (Carlyle v Cassirer, 1995: 14). Voditelj skozi mit nastopi kot izbravec, kot rešitelj, božji odposlanec, ki bo s pomočjo svojih nadnaravnih sposobnosti družbo odrešil vseh kriz in trpljenja. Margery Hourihan meni, da je v zahodni kulturi zgodba o junaku tako vseprisotna, da je dobila status definicije realnosti in da oblikuje posameznikovo zaznavanje realnosti (Hrženjak, 2002: 394). Tako tudi sodobna družba vedno znova išče odgovore in rešitve znotraj mita, oblikovanega na podlagi vsemogočnosti njihovega vodje.

V današnji družbi zaznavamo veliko težnjo posameznikov, da se izognejo vsakršni odgovornosti. Zato so v nasprotju s prej prisotnimi konservativnimi mitologijami, ki so v prvi vrsti posameznikom nalagale skrb za celotno skupino in odgovornost za vsebine kodificirane v mitih, danes v družbi prisotni miti, ki obljublajo izpolnitev posameznikovih egoističnih

želja na temelju popolnega konformizma vseh posameznikov znotraj družbe. Poglavitna funkcija mitske zavesti je tako prikritje občutka posameznikove dolžnosti in odgovornosti (Kolakowski, 1989, 125-126). Tako mit voditelja zapolni mesto praznine, ki se je oblikovalo, ko se je večina pripadnikov neke skupine ali celotne družbe odrekla svoji svobodi odločanja z namenom prenosa vsakršne odgovornosti za delovanje skupine ter se zavestno ali nezavedno prepustila manipulativnemu vodenju spretnega posameznika, ki naj bi s svojimi odločitvami in dejanji uresničeval cilje in zadovoljeval potrebe celotne družbe oziroma skupine, ki jo vodi. Kolektivna želja se tako personificira v posamezniku in, kot pravi Douthe, je mit »*le désir collectif personifié*« (poosebljena kolektivna želja) (Douthe v Cassirer, 1995: 14). Voditelj naj bi tako postal predstavnik vsega občega in splošno sprejetega in izvrševalec volje vseh vodenih.

Voditelj, ki ga družba mitizira, ima velik vpliv na objektivno realnost te družbe, prav tako pa se tudi politični in družbeni procesi odražajo na vedenju in delovanju samega voditelja ter njegovi moči in vplivu na množico, ki jo vodi. »Gre za dvojno vpetost: za njuno večjo ali manjšo prepletenost, sovplivanje v različnih odmerkih, nihanja v deležih medsebojne odvisnosti, za specifične splete mnogoterih dejavnikov« (Velikonja, 2003: 25). Pri ocenjevanju vloge neke osebnosti v njenem času in okolju se večkrat pojavi pretiravanje. Voditelju se pripisujejo nadnaravne moči in izredne sposobnosti. Velike vsebine družbenega življenja so pojasnjene kot »iznajdbe« posameznih osebnosti, premetenih junakov, genijev (Simmel, 1993: 15). Uspehi države, družbe, skupine, ki jo vodi, naj bi bili rezultat njegovega osebnega dela, njegovih inovativnih zamisli ter pametnih in drznih odločitev. Zato je pri preučevanju mita voditelja potrebno upoštevati lastnosti in karakteristike, ki jih je voditelj dejansko imel in tiste, ki jih je dobil v procesu mitizacije, ko je postal subjekt mitskega oboževanja, prav tako pa tudi objektivna dejstva zgodovinskega, političnega in družbenega dogajanja takratnega in trenutnega časa.

Margery Hourihan v svojem preučevanju prisotnosti mita o junaku v sodobni zahodni družbi izpelje klasifikacijo, v kateri je osrednji element heroj, ki je praviloma bel in mlad moški. Drugi element predpostavlja, da junak zapusti »civiliziran« red in se poda v »divjino«. Nato sledi soočenje z vrsto težav in napadov nevarnih nasprotnikov, ki imajo vedno attribute pošastnosti, nenaravnosti, nadnaravnosti, divjosti, živalskosti, kriminalnosti itd. Značajske poteze junaka so temeljne vrednote zahodne kulture in kot take v opoziciji do drugih vrednot. Zadnji element strukture opredeljuje cilj junaka in njegovega boja. Junak premaga vse težave

in sovražnike, ker ga odlikujejo moč, pogum, iznajdljivost, racionalnost in odločnost, da uspe (Hrženjak, 2002: 394-395). To klasifikacijo lahko uporabimo pri preučevanju mita o neustrašnem vodji gverilcev in ugotovimo, da v veliki večini pride do popolnega prikrivanja oziroma ujemanja z elementi Hourihaninove opredelitve junaka. Edino odstopanje je na področju predstavljanja in zastopanja zahodnih vrednot, kajti če tu vzamemo za vrednote svobodo, pravičnost, boj proti revščini in izkoriščanju, je pri Cheju velika prisotnost le-te; če pa se opredeli za vrednoto denar, je pri njem očiten velik odklon od splošno sprejete vladavine kapitala v današnjem svetu.

V mitu lahko vidimo prepletenost in uglašnost individualne psihe z neizprosnimi, močnimi pritiski družbe. Tako je, ugotavlja Girardet, apel znotraj mita *Rešitelja* odgovor na nastalo praznino v družbi in povezan z iskanjem odsotnega očeta ali njegove idealizirane podobe; *mit o zlati dobi*, ki jo voditelj konstantno napoveduje, je neločljivo povezan s pojavom nostalgije, *vera v revolucijo* je odraz megalomanske volje in potreb, da se oblikuje svet v nasprotju z njegovim lastnim obrazcem delovanja (Girardet, 2000: 212). Zato se znotraj družbe, kjer obstaja veliko nezadovoljstvo s trenutnimi razmerami in načinom življenja, skozi celotno obdobje trpljenja in hrepenenja po boljšem ponavadi vzpostavi ideja o »Rešitelju«, ki pooseblja vse želje in pričakovanja posameznikov znotraj te skupine. Oblikuje se mit voditelja, ki predstavlja nekoga, ki je družbo že vodil v njenih »boljših časih«, prav tako pa je lahko še neka brezoblična pojava, ki bo šele nastopila in dobila svoj obraz v prihodnosti.

5.3. TEMELJNE ZNAČILNOSTI SODOBNEGA MITA O VODITELJU NA PRIMERU CHE GUEVARE

5.3.1. Navezava na zgodovino

Voditelja se povezuje z največjimi osebnostmi nacionalne, pa tudi širše zgodovine (Velikonja, 1996: 39). Že Machiavelli je govoril o pomenu zgodovine. Vladar mora brati zgodovino in ob njej razmišljati o dejanjih znamenitih mož. Gledati mora, kako so ravnali v vojnah, pretehtati vzroke njihovih zmag in porazov, da se porazom lahko izogne, zmage pa posnema (Machiavelli, 2003: 55). »Sodobni mit voditelja ohranja vse značilnosti oboževanj velikih voditeljev iz prejšnjih časov, religioznega odnosa do vladarja« (Velikonja, 2003: 18).

Pogost je atribut arhaičnosti; voditelji so oblečeni na način, ki nima nobene zveze s časom, v katerem živijo, ali pa v tradicionalna oblačila, v katerih opravljajo tradicionalna opravila.

Che naj bi bil *kubanski Trocki*, največji *Južnoameričan po Simonu Bolivarju*, vitez *gverile*, *latinskoameriški Gandhi*. Nastopa kot popravljaec krivic in napak v družbi, v vlogi *levičarskega Robin Hooda*, kubanskega *bandida*, ki jemlje bogatim in daje revnim (Kunzle, 1997: 41).

5.3.2. Navezava na religijo

Voditelj lahko vedno računa na božjo pomoč, je sam bog ali pa izvrševalec njegove previdnosti. Vladar je božji miljenec, je pod pokroviteljstvom boga, najvišji svečenik (Velikonja 1996: 36). Voditelj postane polbog, predmet religioznega spoštovanja, religioznega poveličevanja. Nadnaravno bitje je popolno, vsemogočno in vsevedno. Večen in vsemogočen je obdarjen z lastnostmi teističnega boga. Subjekt je povzdignjen na pedestal božanstva (Džrnjazjan, 1990: 1676).

Zapuščeno mesto krščanskega boga zavzame voditelj, ki se mu pripiše moč božanstva, da lahko brezobzirno, avtokratsko rešuje vprašanja življenja in smrti, neusmiljeno kaznuje »grešnike« in zapoveduje način življenja svojim »vernikom«. Na Kubi si to moč in prioritete božjega delita oba voditelja revolucije, Castro in Guevara, pri čemer lahko govorimo o ironični kontradikciji, ko ateistični voditelj postane bog in nosilec nove vere, t.j. komunizma. To je povzročilo, da se je »na sprevernjen način ohranila vera in zato njen objekt, in kar je najvažnejše, sposobnost njenega pojavljanja v življenju ljudi« (Džrnjazjan, 1990: 1677).

»V vseh sodobnih, razvitih družbah krščanstvo vse bolj zamenjuje svetovni nazor osvobojene osebnosti in eksistencialno orientirane zavesti« (Džrnjazjan, 1990: 1677). Podoba Boga se transformira v etične principe pravičnosti, resnice in ljubezni. Religiozno-sakralne vrednote preraščajo v osebno-sekularne (prav tam). Vzpostavi se civilna religija kot sklop »predstav, ritualov in simbolov, ki integrirajo neko nacionalno skupnost« (Flere, 1995: 149). »Religiozno« tu predstavljajo razni nacionalni ali revolucionarni miti, rituali in simboli, ki vzbudijo pri posameznikih religiozna občutja pri nečem ločenem, vzvišenem, svetem.

Revolucija je povzročila vzpostavitev oboževanja in čaščenja glavnih nosilcev kubanskega preporoda. Gverilci naj bi imeli izjemne nadnaravne sposobnosti. Zaradi »čudežev«, ki so jih dosegli, jih je ljudstvo postavilo na piedestal božanstev. Kajti »treba je verovati, tudi če je bog poganski« (Džrnazjan, 1990: 1678). Potreba po čaščenju boga, božanstva, višje sile se pri revnih, zatiranih, izkoriščanih prebivalcih Kube zaradi splošno uveljavljenega ateizma še danes projicira v »narodnem« junaku Cheju, ki je na poti za idealom svetle prihodnosti daroval svoje življenje in se s svojim kultom povrnil, kot *Kristus gverile* »vstal od mrtvih«, in še danes usmerja pot k dosegu enakosti in enakopravnosti sprememb željnim posameznikom, zbranih znotraj različnih družbenih gibanj po svetu.

Che, Kristusu podobna figura, nastopa kot sam Kristus ali vsaj kot njegov nadomestek. Tudi v vizualnih upodobitvah je velikokrat prikazan v njegovi podobi. Je žrtvovan, križan; rimske vojake nadomestijo pripadniki vladne bolivijske vojske, oziroma nad njegovo glavo lebdi svetniški sij. Ko mrtev leži pred fotografskimi objektivi, je imenovan za *Kristusa gverile*, njegove rane so rane Kristusa... (Kunzle, 1997: 78-80). Podobnosti med njima so velike: trpeča, križana figura, oba sta umrla mlada, oba so izdali tisti, za katere sta se borila in katerih največje podpore bi naj bila deležna, oba so žalili in zasmehovali vojaki, ki so ju ujeli, oba sta bila mučena do smrti, mrtva pa postavljena na ogled javnosti, poleg tega je tudi Che, kakor Kristus, vstal od mrtvih (*»Che vive!«*). Oba sta zdravila bolne; Che je bil tako kot Kristus brezkompromisno tovariški, delil je hrano s svojimi gverilskimi prijatelji, zavračal kakršnekoli materialne nagrade in privilegije. Seveda obstajajo razlike: Kristusu so sodili, Cheju ne; družina je Kristusa smela pokopati na dostojen način, Chejevo truplo pa je »izginilo« (Kunzle, 1997: 87). Predvsem bolivijska literatura je polna primerjav in metaforskih upodabljanj Cheja kot Kristusa, svetnika (Kunzle, 1997: 82).

Prebivalci vasi Higuera, kjer je bil usmrčen, so ga celo okronali za vaškega svetnika in verjamejo v njegove čudeže. Zanje je odslej *Santo Che de la Higuera* (Kunzle, 1997: 81).

5.3.3. Navezava na znanost

Voditelji so prikazani kot vrhunski misleci, znanstveniki, pronicljivi teoretiki in praktiki svojih idej. Vodja v sebi uteleša vlogo učitelja (Velikonja, 1996: 39). »Nič ne prinese vladarju toliko spoštovanja kot znamenita dela in dokazi izrednih zaslug« (Machiavelli, 2003: 79).

Che je razvil svojo strateško taktiko gverilskega vojskovanja, imenovano fokizem, ki jo je opisal v priročniku *La guerra de guerrillas*. Kljub temu, da ga nekateri označujejo kot utopičnega kreatorja romantične revolucije, je bil njegov boj temeljito strateško in taktično premišljen. Kot praktik svojih strategij je na obronkih gorske verige Sierra Maestre svoje »učence« opremil z osnovami gverilskega bojevanja. Na podlagi njegovih dnevnikov so izdane mnoge knjige. Poznan je tudi kot mojster proze: z lahkotnim, elegantnim, jedrnatim, analitičnim načinom pisanja (Kunzle, 1997: 25).

5.3.4. Družinska naveza

Voditelji so ponavadi predstavljeni kot očetje naroda, narod iz njega celo izvira. Na podlagi tega so tudi kreatorji raznih skupin in gibanj. Kot pravi Freud, ima vodja znotraj skupine posebno vlogo: tistim, ki jih vodi, predstavlja drugega očeta, s čimer v njih zbuja strahospoštovanje (Pečjak, 1995: 223).

Mnogi biografi kljub Che Guevarovi predanosti revoluciji poudarjajo veliko vlogo družine v njegovem življenju. Še posebej je izpostavljena navezanost na mater in močna ljubezen do žene in njegovih otrok. Njegova mitizacija je povzročila, da so mnogi v njem videli očeta vseh otrok Latinske Amerike. Zato je tudi večkrat upodobljen kot njihov zaščitnik (Kunzle, 1997: 84), ni pa predstavljen kot oče naroda; razloge zato lahko iščemo v njegovem »mednarodnem« delovanju ali pa v dejstvu, da je bil premlad, da bi skupina v njem lahko zares videla očeta. Zato nastopa bolj v vlogi *sina Latinske Amerike*.

5.3.5 Neomejene organizacijske in duhovne sposobnosti

Miti konstruirajo značilnosti voditeljev, ki jih dvignejo visoko nad povprečnega posameznika, pri čemer pride do procesno deificirane in ritualizirane podobe *homo absolutusa* (Velikonja, 2003: 18). Vladarju koristi, da se izkaže z izrednimi ukrepi v notranji politiki, še bolj pa si mora prizadevati, da o njegovem delovanju obvelja glas, kako velik človek je in kakšen bister duh veje v njem (Machiavelli, 2003: 80). Zaradi teh izjemnih sposobnosti vodja v sebi združuje veliko število funkcij. Ko enkrat pride na oblast, svoje delovanje razširi na številna

področja. Zato vodje niso upodobljeni in prikazani le pri najbolj vzvišenih dogodkih, temveč tudi v čim večjem številu vsakdanjih opravil.

Che poseblja sklop idealov človeštva in sam nastopa kot njihov glasnik (Kunzle, 1997: 43). Ko so revolucionarji prevzeli na Kubi oblast, je dobil veliko državnih funkcij. Gverilec, revolucionar in *comandante* (major) je postal minister za kmetijstvo in gospodarstvo, prvi mož kubanske centralne banke. Največkrat se poudarja njegova vloga neustavljivega borca, *viteza gverile*. Na mnogih fotografijah, slikah, plakatih pa je upodobljen tudi v drugih funkcijah in vlogah, na primer v vlogi zdravnika, vladnega ministra, govornika, delavca in družinskega človeka (Kunzle, 1997: 21-41).

5.3.6. Neposredna zveza s skupino, v kateri ima vodstveno vlogo

Mitska podoba voditeljev poseblja celotno skupino. Množica se z voditeljem identificira, ga občuduje in posnema. Odpre se prostor, v katerem voditelj v miru govori v imenu cele skupine. Med voditeljem in množico naj ne bi bilo nikakršnih razhajanj. Državo oziroma narod se poistoveti z usodo voditelja. Družbeno, nacionalno, strankarsko se torej izenači z osebnim (Velikonja, 1996: 45).

Po zmagi gverile na Kubi je prišlo do množične identifikacije posameznikov s predstavniki revolucije, kajti ti so utelešali najpomembnejše ideale vsakega posameznika. V sebi so združevali moč, pravičnost, vztrajnost, dobroto, entuziazem, pogum. Vzpostavili so sistem v družbi, ki je temeljil na doseganju enakosti in pravičnosti. Te ideje in načini delovanja so bili seveda ključni pri vzpostavitvi navezanosti posameznikov na glavna kubanska voditelja. Ko so bili postavljeni temelji za vsesplošno identifikacijo množice z vodjo, je družba postala vodja. Che in Guevara sta utelešala ideje in cilje celotne populacije.

5.3.7. Voditelj kot izbranec majhne skupine

Ko voditelj prevzame oblast, postane izbranec majhne skupine. Ta skupine je pripravljena na odrekanje za zgodovinske naloge. Uporabi se t.i. *metoda vaccine*: majhno zlo je potrebno, da bi bilo skupini prihranjeno še večje (Velikonja, 1996: 46). Posameznik je odvezan vsakršne

odgovornosti in individualne krivde. Postane orodje za doseg cilja. Pri tem pride do likvidacije individualne zavesti, ker posameznik zgolj izpolnjuje ukaze »od zgoraj«.

V nedemokratskih družbah vedno obstaja določen element, v imenu katerega je nasilje avtomatično legitimirano. Na Kubi je majhna skupina izbrancev, združenih v gverilo, nasilje uporabila in opravičila za upor v imenu revolucije, v imenu boljšega jutri in v imenu ljudstva. Nasilje ni prepoznano kot tako, temveč je uporabljeno v smislu »nujne žrtve« za doseg določenih ciljev. Uporabi se machiavelistična formula »cilj opravičuje sredstva«. Na kongresu leta 1963 je Che dejal: »To je generacija nujne žrtve in žrtvovanja! Ta generacija, ki je uresničila navidezni čudež rojstva socialistične revolucije (...) se mora iz dneva v dan žrtvovati, da bi s svojimi napori sezidala jutrišnji dan« (Julius, 1967: 57).

Guevara je proces učlovečenja skozi nasilje določal z vprašanji individualne in družbene identitete, po kateri naj bi bil subjekt konstituiran kot pripadnik neke določene skupine na primer kot revolucionar. »Ta oddvojenost, naddoločenost in ciljna orientacija omogoča prvotno relativizacijo ter sekundarno abolutizacijo političnega nasilja tako s strani formacij, ki se ga poslužujejo, kot nekaterih vladajočih struktur, ki so ga zmožne potem vgraditi v svoj politični sistem kot legitimnega« (Jeffs, 1998: 20). Ko so vladajoče strukture soočene z nasiljem, ni nujno, da ga obsodijo, lahko pride do relativizacije, ker v protagonistih in njihovih ideologijah vidijo legitimacijo lastnega obstoja. Pride do abolutizacije nasilja kot edinega sredstva, s katerim se nek subjekt lahko realizira znotraj nekih obstoječih struktur, vključno s tem pa do potlačitve alternativnih strategij (Jeffs, 1998: 24).

5.3.8. Prizemljitev podobe voditelja v sodobnosti

Mit voditelja pretendira na vsakdanje značilnosti. Vodja ni več junak; je povprečnež, »eden izmed nas«. Ni nadčlovek, temveč je tak kot mi. Sodobni voditelj je predstavljen kot protislovna, notranje razcepljena oseba: je enak drugim in je nekaj boljšega.

Che je bil le »eden izmed gverilcev«. Močno povezan s svojimi uporniki. Ko je stopil v stik z »navadnimi« ljudmi, je dajal vtis vsakdanjega človeka z običajnimi lastnostmi. Vedno je bil dostopen ljudstvu. S tem, da je sam delal med ljudmi, je širil duh kolektivnosti in solidarnosti.

Vsako leto, na primer, je več tednov preživel na plantažah in sodeloval pri sekanju sladkornega trsa.

Sodobni mit novega voditelja, *novus Dux*, se ne pojavlja več le v čisti obliki, ampak v obliki posameznih elementov, tendenc ali fragmentov (Velikonja, 2003: 25), zato pri preučevanju sodobnih mitov voditeljev večkrat zasledimo le nekatere od značilnosti, opisanih v tem poglavju.

5.4. KULT OSEBNOSTI

Pojem kult izhaja iz lat. besede *cultus*, izpeljane iz glagola *colere* (»spoštovati, gojiti, obdelovati zemljo«). V religioznem pomenu se izraža v bogoslužju, izkazovanju časti z molitvami in obredi, v prenesenem pomenu pa kult označuje vsako pretirano čaščenje in slepo oboževanje (Skuk, 1995: 183). Flere označi kult kot tip verske skupnosti, ki je najmanj jasno institucionalizirana ter najmanj organizirana in za katero je značilna fluidna in amorfna-brezlična oblika (Flere, 1995: 95).

Kult osebnosti se oblikuje okrog političnega, vojaškega, verskega voditelja, medijske osebnosti, zvezd na področju športa, glasbe, zabavne industrije, skratka okrog določene osebe, ki predstavlja neke vrste idol, subjekt občudovanja in čaščenja za skupino, v kateri se kult oblikuje, vzpostavi in ohranja.

5.4.1. Nastanek kulta osebnosti

»Kult kot takšen nastaja predvsem zaradi splošne in konvencionalne prispodobe ali objekta spoštovanja« (Džrnazjan, 1990: 1674). Vzpostavi se realno, pristno spoštovanje, ne pa nekakšno vsiljeno čaščenje. Z razumevanjem objekta kulta razkrijemo njegovo imanentno bistvo, notranjo dinamiko in motive nastajanja.

Ponavadi se kult voditelja lažje razvije in uveljavi v okolju z **manj razvito demokratično tradicijo** in njej pripadajočimi institucionalnimi strukturami, kjer je prisotno očitno pomanjkanje zavezujočih proceduralnih postopkov, prevladuje pa avtoritarna politična praksa

in podrejenost državni oblasti. V taki družbi obstaja težnja po koncentraciji moči na vrhu, kar se kaže v združevanju najvišjih državnih, političnih in vojaških funkcij v voditelju (Velikonja, 2003: 20-21). Tako se je idolizacija posameznika do enormnih razsežnosti razvila v desnih in levih totalitarnih deželah, kjer voditelji držav niso bili le vodje, ampak živi bogovi (Pečjak, 1995: 74). Seveda pa se lahko pojavi tudi v demokratični družbi.

Vzpostavljena mora biti posebna **razredna identiteta**, z določenimi razrednimi cilji; ključnega pomena za razvoj razrednih organizacij so osrednji nosilci družbenih sprememb, v katerih voditelj išče podporo.

Od družbeno-zgodovinskih dejavnikov, povezanih z nastankom kulta voditelja, ima najvidnejši vpliv **družbena kriza**. Vodenje v kriznih razmerah zahteva drugačno osebnost kot v miru (Pečjak, 1995: 62). Kult osebnosti ponavadi nastopi kot odgovor na krajše ali daljše obdobje krize v družbi, na nerešena nacionalna ali socialna vprašanja ali razkroj režima (Velikonja, 2003: 21).

Obstajati mora učinkovit in razvejan **propagandni aparat**. Tehnološki razvoj je omogočil razvejano strukturo nosilcev informacij in komunikacijskih tehnik, potrebnih za uspešno politično propagando in marketing. Vendar je učinkovita le tista propaganda, ki temelji na že obstoječih vrednotah prejšnje politične kulture (Velikonja, 2003: 21). »Propagandist ustvarja svoje tehnike na temelju poznavanja človeka, njegovih teženj, želja, potreb, njegovih psihičnih mehanizmov, njegove pogojenosti« (Ellul v Vreg, 2000: 151).

Bistvena je tudi **tradicija**, t.j. »ohranjanje in obujanje starih mitskih stalnic v novih ideoloških preoblekah« (Velikonja, 2003: 22), kar se kaže v »inkarnacijah« preteklih voditeljev, v primerjavah novih voditeljev z velikimi zgodovinskimi osebnostmi – Che naj bi bil na primer *kubanski Trocki*, največji *Južnoameričan po Simonu Bolívarju* in *vitez gverile*. Voditelj mora imeti spoštljiv afirmativen odnos do preteklosti.

Nastanek kulta voditelja je navezan na **epohalne, velike strateške projekte** v družbi v skladu širšimi političnimi, družbenoekonomskimi, verskimi ali ideološkimi tokovi v družbi, kot je na primer industrializacija, modernizacija, revolucija ali osvoboditev. Oblast novega voditelja je prikazana kot nujna zaradi uresnitve teh velikih podvigov (Velikonja, 2003: 23). Pri oblikovanju kulta se napake in pomanjkljivosti osebe spregledajo ali pozabijo; odločilni

postanejo njegovi uspehi, povečuje se njegova dejanja, pogum, uspešne akcije. »Morda je včasih grešil, toda Che je vsaj iskal!« (Julius, 1967: 111).

Voditelj pa ne more mimo prevladujoče **religijske tradicije** ter njene strukture in dinamike v družbi. Voditelju se pripisujejo božje značilnosti, kar pomeni, da je nesmrten, *od Boga poslan, tisti, ki vse ve in vidi* itd. (Velikonja, 2003: 23). Tako je na primer Che Guevara označen za *Kristusa gverile*.

5.4.2. Girardetova klasifikacija

Vsak mit o voditelju sestavljajo številne predstave. Zgodovinski junak postane mitski skozi proces *heroizacije*; le-ta povzroči preoblikovanje realnih dejstev in njihovo sprevačanje v imaginarno (Girardet, 2000: 81). Zato natančne meje med mitskim in legendarnim, zgodovinskim in dejanskim ni mogoče določiti. Kljub množtvu različnih slik in podob oblikovanih okrog voditelja pa Raoul Girardet izpelje klasifikacijo, kjer loči štiri osnovne oblike podob, v katerih se pojavljajo voditelji.

Prvi je *arhetip Cincinatusa*. Legendarna predstava nudi sliko ostarelega človeka, ki se je v preteklem obdobju izkazal v vojni ali vzpostavitvi miru. Pripisane so mu naslednje vrline: modrost, izkušnost, pazljivost, hladnokrvnost, umirjenost, uravnoteženost (Girardet, 2000: 83). Voditelja predstavlja kot zaščitnika, starega zaslužnega borca, ki je znova angažiran, da restavrira *âge d'or* in njene vrednote. Simbolizirata ga žezlo in pravica (Velikonja, 1996: 34). Gre za reaktiviranje preizkušenega voditelja iz boljših časov, ki je vreden zaupanja in ki bo v trenutkih krize družbo umiril, zaščitil ter ji povrnil prejšnji lesk in varnost.

Naslednji je *Aleksandrov arhetip*, ki predstavlja voditelja kot mladega vojščaka. Njegova oblast ni utemeljena na preteklih dosežkih, temveč je posledica bliskovitih dejanj. Njegove kretnje pozivajo k pustolovščinam. Njegova hitrost in nebrzdanost sta tako siloviti, da premaga samo naravo: osvoji neosvojljive vrhove, prečka puščave, neprehodne reke... (Girardet, 2000: 84: 85). Odlikujejo ga hrabrost, neustavljivost, elan ter ambicioznost. Simbolizira ga meč, s katerim razbija okove in pobija nestvore (Velikonja, 1996: 35). Voditelj tega tipa nastopa v prvi vrsti kot bojevnik.

Tretji je *Solonov arhetip*. Voditelj nastopa v podobi zakonodajalca, utemeljitelja reda in zakona, tvorca stabilne politične kulture. Simbolizira ga roka na utemeljujočem besedilu, zaznamujeta ga odločnost in gotovost (Velikonja, 1996: 35). Voditelj uvede številne reforme in postavi temeljna pravila v družbi.

Mojzesov arhetip opisuje vodjo, ki ima sposobnost predvideti prihodnost, videti, kar je drugim skrito. Njegova dejanja in odločitve vodi nevidna roka svetega. V njih je nekaj nadzemeljskega, svetega, kar jim omogoča, da z besedami obračajo tok zgodovine (Girardet, 2000: 88). Vodjo prikaže kot preroka, kot znanilca nove dobe, boljših časov, ki bo utiril zablodelo kolo zgodovine v pravo smer. Njegova osebna usoda je identična z usodo njegove skupine (Velikonja, 1996: 35). Cassirer ugotavlja, da ima politični voditelj lastnosti čarovnika, vrača. Vodja postane *homo divinans*, prerok, ki razodeva božjo voljo in napoveduje prihodnost. »Prerokovanje je bistveni element nove tehnike vladanja. Obljubljene so najbolj neverjetne stvari; znova in znova se napoveduje zlata doba« (Cassirer, 1995: 20).

Ti štirje osnovni arhetipi, ki nam pomagajo pri analiziranju posameznega mita o voditelju, se medsebojno seveda ne izključujejo; gre za komplementarno povezovanje različnih značilnosti, klasificiranih znotraj posameznega sklopa lastnosti določenega tipa voditelja. Tako lahko za primer kulta Che Guevare ugotovim, da je zanj najbolj ustrezna klasifikacija znotraj Aleksandrovega arhetipa, saj se Guevarine osebne karakteristike kot tudi njegovi načini delovanja in vodenja skupine, ki so bili mitizirani in so zajeti v mitu voditelja, povsem pokrivajo z dano opredelitvijo »Aleksandrovih« lastnosti. Kot študent se je Che Guevara najprej udeleževal raznih demonstracij zoper takratne režime, sprva v Argentini proti Peronu, nato v Gvatemali v podporo novo izvoljeni vladi Arbenza. Tako je mlad uporniški duh že kmalu nastopil v vlogi entuziastičnega bojvnika. Kasneje pa se je kot mlad zdravnik pridružil kubanskemu revolucionarnemu Gibanju 26. julija, ki ga je vodil Castro. Kmalu je začel voditi svojo skupino gverilcev in Kubo ponesel k zmagi revolucije. Njegova dejavnost je v večini potekala izključno na področju organiziranja in vodenja gverile, kjer je tudi razvil svoj način vojskovanja. Bojvnik je ostal tudi po zmagi revolucije, ko je nekaj let vztrajal na položaju raznih ministrskih mest, a ga je notranja želja po bojevanju in reševanju socialne bede zatiranih in izkoriščanih vodila naprej novim revolucijam naproti. Najprej je odšel v Kongo, nato pa se vrnil v Latinsko Ameriko, kjer je načrtoval vsesplošno kontinentalno revolucijo z osrednjim in izhodiščnim mestom v Boliviji. Za Che Guevaro je značilno, da se je tudi v »mirnem« času, ko ni bil na bojiščih, oblačil v vojaško opravo, kar še bolj poudari njegovo

funkcijo bojevnika in vojščaka. Ker je umrl mlad, star šele 39 let, je njegova podoba mladega upornika in bojevnika, polnega ambicij in entuziastičnega zanosa, izpostavljena še toliko bolj in se taka ohranja ter širi tudi preko in znotraj njegovega kulta.

Pri Cheju najdemo tudi karakteristike in lastnosti Solonovega arhetipa. Sodeloval je namreč pri oblikovanju novega načina vodenja države in vzpostavitvi novega režima. Ko je 1. januarja 1959 kot zmagovalec vkorakal v Santa Claro, prvo osvobojeno mesto izpod Batistove diktature, se je za Kubo začelo novo obdobje. Sam je ob spominu na ta dogodek kasneje napisal: »Jaz nisem osvoboditelj. Osvoboditelji ne obstajajo. Človek lahko osvobodi le samega sebe« (Pust, 2001: 59). Ta njegova skromnost le še poveča naklonjenost njegovih privržencev.

Guevara nastopa tudi kot napovedovalec nove dobe, boljših časov, zato v njem prepoznamo tudi preroka, ki ga označuje Mojzesov arhetip. Za večino je *Hombre Nuevo*, nosilec nove dobe (Kunzle, 1997: 24).

Na podlagi te analize lahko ugotovim, da so znotraj enega voditelja, okrog katerega je izoblikovan kult, večinoma združeni vsi obrazi Girardetove klasifikacije, z več ali manj pripadajočimi lastnostmi. Tako je voditelj vedno borec, ki se hrabro zoperstavi vsem nevarnostim, ki mu prekrizajo pot; ambicioznost, elan in preudarne ter modre odločitve ga vedno popeljejo na pot zmage; ponavadi je utemeljitelj novega reda in zakonov; vedno nastopa kot zaščitnik svoje skupine ali naroda in je znanilec boljših časov, napredka, nove dobe.

5.4.3. Gverilci, aktivisti in kult Che Guevare danes

Posameznika v moderni družbi spremljajo številna in raznovrstna področja, institucije in vloge. Njegov položaj in način življenja sta vedno manj določena z rojstvom in vedno bolj odvisna od njegovih lastnih odločitev in izbir za vključitev oziroma participacijo. Zaradi velikega števila opcij, so izbire vedno težje. »Da bi nekaj pritegnilo našo zavest, zbudilo naše zanimanje in povečalo našo notranjo razgibanost, mora nekako odstopati od tega, kar je samoumevno, vsakdanje, v nas in okoli nas v navadi.« (Simmel, 1993: 31) Na tem mestu nastopi kult osebnosti, ki posameznika omreži, začara s svojo pojavnostjo, posebnostjo,

nenavadnostjo, ga hipnotizira in popelje v svet, kjer se lahko identificira z nekom pomembnim in tako postane v svoji participaciji v nečem smiselnem pomembnem tudi sam.

Che Guevara kot mitski junak revolucije je postal vzor levičarskim gibanjem po vsem svetu. Kult voditelja v podobi mladega, hrabrega bojevnika se je oblikoval pri posameznikih in skupinah znotraj mnogih družb in pripadniki kulta skoraj štiri desetletja po Chejevi smrti še vedno častijo njegove ideje. »Ugasnil je strasten duh in hladen um, ostal pa je simbol novega iskanja v velikem boju«. (Julius, 1967: 112)

Ogromen vpliv je imel na družbo v šestdesetih; veliko število mladih se je odločilo za boj znotraj džungle Latinske Amerike za doseg ciljev, ki si jih je zadal Che, osvobajati revne in zatirane izpod krempljev ameriškega imperializma; mnogo jih je tam ostalo, nekateri so preživeli, prestali grozna mučenja, nekateri so pomrli, nekateri odšli... vse pa je vodila želja in Chejeva vizija po neki absolutni končni osvoboditvi, žrtvovanju današnjega dne za boljši jutri. Njegova teorija o spopadu za vsako ceno, vztrajanju do končne zmage, do smrti ni obrodila sadov. Družbe so se spremenile, države pa se še vedno borijo za svoj obstoj in so z namenom golega preživetja prisiljene v vključevanje v globalni trg, sprejetje globalnih vrednot, globalnih norm, načinov delovanja, vzorcev obnašanja... Peščica nadpovprečno gospodarsko razvitih pa še naprej uravnava mednarodne tokove in načine delovanja v svetovni družbi. Zato lahko še vedno obstaja tako močna identifikacija z vrednotnim sistemom in vizijo sveta, ki jo je pred mnogimi leti razvil mlad argentinski upornik. Mladi se še vedno identificirajo z avanturistom, katerega namen je spremeniti zgrešeno urejenost današnje družbe, preseči nacionalni interes za doseg nečesa večjega, boljšega, pravičnejšega. Izvrsten beg v iluzijo iz nezadovoljstva in nasičenosti potrošniško naravnane družbe, skomercializiranih idealov, prežete z duhom kapitalizma, potopljene v cinizem in sovraštvo, fanatičnim elitizmom... Posameznike vodi želja po odkritju pozabljenih vrednot, hrepenenje po nečem višjem, drugačnem in se brezpogojno odreči materialnim dobrinam, kot je to storil Che. Tako je mnogo let po svoji smrti postal dokončno nevaren. »Človeka je mogoče fizično uničiti, toda takšnega zgleda, kot je Guevarov, ne more nihče in nič izbrisati.« (Julius, 1967: 107) je v govoru ob Guevarovi smrti dejal Castro in mu napovedal neminljivo slavo. *Che je mrtev, naj živi Che!*

Posameznikovo zanimanje in angažiranje za določeno družbeno gibanje je odvisno od ravni dovzetnosti, kjer se rahel interes kaže le v občasnem sodelovanju. Močan interes pa preraste v

popolno identifikacijo s cilji in dejavnostjo gibanja ter celo fanatizmom in težnjo po vidnejšem položaju znotraj gibanja. (Nastran Ule, 1994: 280) To opredelitev združevanja posameznikov znotraj nekega družbenega gibanja sem prenesla na povezovanje posameznikov združenih znotraj kulta Che Guevare in na tej podlagi pripadnike kulta, razvrstila v tri skupine: razna družbena gibanja, gverilci ter posamezniki, ki jim Che predstavlja osebni idol.

Danes lahko med družbenimi gibanji najdemo široko paleto takšnih, ki predstavljajo njegove ideje. Izkoriščanje družbenih skupin, slojev in posameznikov, omejevanje in zatiranje osnovnih človekovih pravic, vedno večje socialne razlike v družbi in med različnimi družbami vodijo v nezadovoljstvo in velike napetosti, ki se skozi razne manifestacije sproščajo v množičnih protestih in demonstracijah, naperjenih proti vladajočim razredom, elitam in predvsem nosilcem kapitala v današnji družbi. Najvidnejši predstavnik skupin in gibanj, ki so se tekom zadnjih let oblikovala v obliki množičnih demonstracij, vezanih na sestanke mednarodnih ekonomskih organizacij in nekatera pomembnejša mednarodna politična srečanja, je gibanje, ki so ga množični mediji poimenovali »protiglobalizacijsko gibanje«. Njegov zaščitni znak kot tudi sinonim za večino levo usmerjen gibanj po svetu je postala Chejeva podoba, narejena na podlagi fotografije, ki jo je posnel Alberto Korda, na kateri izstopa njegov v daljavo zazrti pogled in značilna baretka z rdečo peterokrako zvezo (Pust, 2001: 54).

Protiglobalistične demonstracije kot masovna oblika borbe so izšle iz protestov v novembru 1999, ko se je mala skupina aktivistov, v večini zagovornikov poštene trgovinske menjave in zaščite okolja, zbrala ob srečanju predstavnikov Svetovne trgovinske organizacije v Seattlu. Protest se je spremenil v odkrite spopade s policijo, v katerih je sodelovalo na deset tisoče ljudi (http://www.gape.org/geeklog/public_html/article.php?story=20031122171609451 17.5.2004). Rodilo se je »gibanje za globalno pravičnost«, ki predstavlja »globalni odpor« kapitalizmu in ekonomski globalizaciji (<http://www.ruleless.com/cgi-bin/rull.exe?a=6&b=3&msgid=287>; 25.4.2004). Posledica tega protesta je bilo združevanje skupin na mednarodni ravni, ki so se zbrale predvsem okrog prepričanja, da svetovna trgovina in njene finančne strukture favorizirajo sever in bogate na račun siromašnega juga. Seattlu so sledile številne demonstracije. Vrhunec je gibanje doživelo julija 2001, ko je na tridnevnem antiglobalističnem shodu tekom vrha G-7 in Rusija v Genovi sodelovalo več kot sto petdeset tisoč ljudi.

(http://www.gape.org/geeklog/public_html/article.php?story=20031122171609451;
17.5.2004).

Gibanje ima mrežno strukturo in deluje na globalnem, nadvladnem nivoju, kar je omogočil razvoj tehnologije in telekomunikacij, predvsem interneta. Pod skupnim nazivom »antiglobalisti« lahko najdemo različna levo usmerjena gibanja in skupine, mirovnike, varuhe okolja, razne nevladne organizacije, ki na lokalni ravni delujejo na področju človekovih pravic, pravic žensk, etničnih manjšin, staroselcev, živali, ekologije, anarhizma. Ciljem in zahtevam gibanja se pridružuje vedno večje število posameznikov. (http://www.gape.org/geeklog/public_html/article.php?story=20031122171609451;
17.5.2004). Zato na tej točki lahko govorimo o globalni razširjenosti in vseprisotnosti Chejevega kulta.

Antiglobalistično gibanje ne pomeni nadaljevanja socialistične ali komunistične revolucije, saj ne nasprotuje tržnemu gospodarstvu, svobodni menjavi ali oblikovanju gospodarskih svetov, ampak nasprotuje uničujočim pravilom igre, ki jih vsiljuje kapitalizem v brezkompromisno profitno usmerjenih oblikah delovanja multinacionalk (<http://www.cdk.si/soutripanje/st25/index25.htm>; 20.5.2004). Člani gibanja oblikujejo alternativno politiko nasproti uradni politiki in poudarjajo probleme, ki jih prinaša globalizacija kot parcialna globalizacija, ki izključuje večji del sveta oziroma ostali svet »vesternizira«, saj mu vsiljuje svojo zahodno logiko in briše razlike med različnimi kulturami in narodi. Tako globalizacija ostane brez svojega bistva, brez globalnosti. Gibanje se zato zavzema za humano globalizacijo, ki bi svet v celoti globalizirala in ne bi pomenila le enostranskega izkoriščanja (<http://www.geocities.com/recinenato/komentarji/globalni.html>; 25.4.2004). Poimenovanje je po mnenju mnogih predstavnikov gibanja napačno, kajti gibanje izhaja iz samega pojava globalizacije in se za globalizacijo v spremenjeni obliki zavzema; t.j. za globalizacijo kot sledenje interesu ljudi in ne interesu kapitala. Poimenovanje »protikapitalistično« bi bilo zato bolj ustrezno, saj je zanj značilno nasprotovanje moči korporativnega kapitala oziroma multinacionalnih podjetij ter ekonomskih institucij, ki so vzrok ogromnih gospodarskih razlik med bogatimi in revnimi npr. Svetovna banka, Mednarodni denarni sklad (IMF), Svetovna trgovinska organizacija (WTO) (http://www.gape.org/geeklog/public_html/article.php?story=20031122171609451;
17.5.2004).

Pod okriljem gibanja je bilo organiziranih veliko srečanj, demonstracij, protestnih akcij. Večina demonstrantov in aktivistov je miroljubnih, vendar so nekatere skupine znotraj gibanja tudi radikalnejše in agresivnejše, zato množične shode dostikrat spremljajo nasilni ulični neredi (<http://www.cdk.si/soutripanje/st25/index25.htm>; 20.5.2004). Takšne anarhistične skupine kot način delovanja v masovnih shodih in demonstracijah uporabljajo taktiko t.i. črni blok. Zamaskirani pripadniki »črnega bloka« v svojih akcijah mnogokrat posežejo po nasilnem uničevanju lastnine velikih korporacij, multinacionalk, finančnih institucij in medijskih poslopij. Anarhistični aktivisti s svojim delovanjem zahtevajo enakopravnost, enake pogoje za vse, solidarnost in mir. Vladanje manjšine nad večino smatrajo za nelegitimno ter spodbujajo upor in revolucijo izkoriščanih in zatrtih (<http://www.ruleless.com/cgi-bin/rull.exe?a=6&b=3&msgid=287>; 25.4.2004).

Na območju Slovenije se je v zadnjih letih izoblikovala dokaj močna in vplivna mreža internetnega aktivizma. Posamezniki, organizirani znotraj različnih antiglobalističnih oziroma protikapitalističnih in anarhističnih skupin kot so npr. AC Molotov in Globala sodelujejo s predstavniki podobnih gibanj povsod po svetu in predstavljajo iniciative za večjo enakost, pravičnejšo prerazporeditev kapitala, se udeležujejo raznih protestov, demonstracij, spodbujajo globalni upor proti izkoriščanju in zatiranju revnih, brezmočnih za interese kapitala.

Kult je repretiran in najbrž tudi najmočnejši znotraj različnih gverilskih gibanj po svetu. Veliko število jih je predvsem na območju Latinske Amerike, kjer tudi posedujejo veliko moč in vpliv. Tako se je v Mehiki razvila Zapatistična narodnoosvobodilna fronta; v Nikaragvi (ki je edina država poleg Kube, ki ju uspešno izpeljala revolucijo) se je oblikovala Sandinistična narodnoosvobodilna fronta, ki je v letih 1979 do 1990 v državi celo prevzela oblast; v Gvatemali delujejo od leta 1982 v skupnem okviru Gvatemalske narodne enote tri skupine gverilcev: Uporniške oborožene sile, Gverilska vojska revnih in Organizacija oboroženega ljudstva; v Peruju je pod okriljem Abimaela Guzmána nastala skupina Sendero Luminoso, ki velja za eno najbolj nasilnih revolucionarnih skupin na svetu. (Dietrich, 1998: 98-102) Tako te skupine gverilcev po svetu širijo logiko bojevanja, ki so jo izoblikovali teoretiki gverilskega boja, med njimi Guevara; in še danes bojujejo boj, proti izkoriščanju in krivicam malih ljudi in staroselcev, ki ga je pred tolikimi leti začel Che. Za njih ostaja veliki junak, katerega čas ne bo izbrisal, temveč bo še samo okrepil njegovo prisotnost v džunglah Latinske

Amerike. Za tiste, ki so ga ujeli in ubili in tiste, ki stojijo za njimi, pa je Guevara zdaj-kot simbol in legenda-gotovo nevarnejši, kot je bil takrat, ko je bil še živ. (Julius, 1967: 108)

Med gverilskimi gibanji velja izpostaviti Zapatistično narodnoosvobodilno fronto (Zapatista National Liberation Front, EZLN), ki je javnost opozorila na svoj obstoj 1.januarja 1994, ko so se pod njenim okriljem Indijanci v mehiški pokrajini Chiapas uprli nepravični delitvi zemlje in virov (Vodovnik, 2003: 37). Uporaba novih tehnologij, predvsem interneta, za seznanjanje širše javnosti o njihovih problemih ter za razširjanje njihovih idej in ciljev, je povzročila veliko prepoznavnost in popularnost gibanja v svetu in k sodelovanju pritegnila mnoge mednarodne aktiviste. S tem je prišlo do oblikovanja izraza »družbena mrežna vojna«, katere prototip so mehiški Zapatisti (Vodovnik, 2003: 43). Chiapas je postal simbol upora proti obliki globalizacije, ki daje prednost kapitalu in tiranom, ki ga kontrolirajo ter pušča ob strani interese ljudi. (Chomsky, 2003: 17) Zapatisti se borijo proti neoliberalizmu kot teoriji moderne vojne oziroma teoriji modernega kaosa in uničenja človeštva; proti vojni, ki jo danes proti vsem ljudem, kulturam in zgodovini vodijo finančni centri (Marcos, 2003: 202). Čeprav so Zapatisti izolirani in skriti v območjih džungle jugovzhodne Mehike, so njihove ideje s pomočjo interneta preplavile ves svet in vplivale na globalne akcije aktivistov (<http://flag.blackened.net/revolt/mexico/comment/andrew-diff-feb01.html>; 9.7.2004). V njihovem okviru poteka boj zoper rasizem, versko nestrpnost, ksenofobijo, militarizacijo, ekološko uničevanje, vojne, lakoto, revščino, segregacijo, fašizem, kapital, diktatorstvo, korupcijo, diskriminacijo, suženjstvo, nepravičnost, neoliberalizem... (Marcos, 2003: 255).

EZLN je fronta idej in misli, ki je prerasla v neodvisno in nenasilno civilno organizacijo, ki se bori za demokracijo, svobodo in enakost na vseh področjih. Zavrača načelo vladanja posameznikov nad množicami in kot normo postavlja decentralizacijo oblasti (<http://www.ljudmila.org/globala/arhiv/skupine/zapatista-index.html>; 9.7.2004). Njen cilj ni prevzem državne oblasti in na njeno mesto postaviti revolucionarno elito, temveč spodbujanje ljudi k avtonomnemu organiziranju (<http://www.chiapaslink.ukgateway.net/ch1.html>; 9.7.2004). Razvila je drugačen model gverilskega boja. Gverila ni več politično vojaška organizacija, ampak je oboroženo krilo uporniškega gibanja in je podrejena civilnemu uporju (Dietrich, 1998: 99). Ker pred nasilnim delovanjem dajejo prednost komunikaciji in dialogu, za mnoge Zapatisti ne predstavljajo več skupine gverilcev, temveč revolucionarno družbeno gibanje, ki mobilizira civilno družbo proti subverzivnemu projektu globalnega ekonomskega sistema (<http://flag.blackened.net/revolt/zapatista.html>; 9.7.2004). V okviru EZLN je 1.1.1996

nastala The Zapatista Front of National Liberation (FZLN), ki je civilna, miroljubna, demokratična, neodvisna mehiška organizacija oziroma družbena in politična sila, ki organizira zahteve in predloge prebivalcev, se zavzema za rešitve problemov brez intervencije političnih strank in vlade, se bori proti kopičenju kapitala v rokah manjšine in proti centralizaciji oblasti (Marcos, 2003: 617).

Okoli generala Marcosa, ki vodi Zapatiste in je eden glavnih nosilcev internetnega aktivizma, se je v desetih letih aktivnega delovanja razvil kult osebnosti, ki ga lahko primerjamo s kultom Che Guevare. V svojem boju za pravice staroselcev ter za demokratično, svobodno in pravično urejeno družbo Marcos nastopa kot naslednik Martina Luthra Kinga, Che Guevare, Emiliana Zapate... (Klein, 2003: 26) V svojih uporniških akcijah ne uporablja orožja, temveč množice privablja s svojimi govori, kjer za večjo prepričljivost uporablja razne anekdote, alegorije, ljudske zgodbe. Njegovi komunikeji so ga naredili za »superzvezdo« in po svetu je poznan bolj kot katerikoli mehiški politik (Vodovnik, 2003: 45).

Kot tretjo skupino privržencev kultu lahko opredelim posameznike, ki niso vključeni v nobeno od prej navedenih oblik združevanja. *Viteza gverile* častijo, spoštujejo in obožujejo; navdušujejo se za njegovimi idejami, povečujejo in poudarjajo pomen njegovih dejanj, idej, boja; vendar ne sodelujejo v nobenih organiziranih akcijah, temveč samo v duhu podpirajo njegov boj. Predstavlja jim subjekt, s katerim se lahko identificirajo.

5.4.4. Kult proti kultu

Podpiranje voditelja v njegovih akcijah in odločitvah znotraj skupina raste in pada. Ob velikih napakah, zmotnih odločitvah, ki skupino pripeljejo v kritično situacijo, ko se ugotovi, da vodja ni vsemogočen, da je lahko tudi zmotljiv, postane le eden izmed mnogih, povprečnež. Takrat nastopi »kriza legitimnosti« voditelja in njegove oblasti (Girardet, 2000: 98).

Najpogosteje obstaja med mitiziranim voditeljem in njegovim režimom vzajemen soodnos: karizma, markantnost, magnetizem, priljubljenost in osebna oblast prvega narašča – ali upada – postopno, skladno z (ne)uspešnostjo drugega (Velikonja, 2003: 24). Tako tudi v razvoju vsakega političnega mita in s tem tudi mita o voditelju obstajajo vzponi in padci (Girardet, 2000: 98). Posledično z usihanjem moči voditelja izgublja vrednost in moč tudi mit sam. Po

smrti karizmatičnega voditelja je pogost boj »kulta proti kultu« (Velikonja, 2003: 24). Do dekonstrukcije mita lahko pride z radikalnim prelomom, in sicer tedaj, ko nov vodja sesuje preteklo politiko in z njim kult vseмогоčnega, nezmotljivega vodje. Dekonstrukcija mita pa lahko poteka tudi na manj drastičen in nasilen način, in sicer z zamenjavo vodje, ki nadaljuje politiko, način vladanja in cilje prejšnjega voditelja.

V obdobju krize legitimnosti, kjer »vdanost in poslušnost prenehata biti temeljni zahtevi, zaupanje in podpora oblasti pa se počasi osipata ali sta nasilno ustvarjeni« (Girardet, 2000: 101), se v družbi pojavi potreba po junaku, rešitelju. Ko je le-ta najden in postavljen na mesto voditelja, pride do izenačevanja politične oblasti z družinsko, novi voditelj pa postane Oče naroda (Girardet, 2000: 103).

Leto 1959 z uspehom kubanske revolucije predstavlja temeljni kamen za začetek oblikovanja mita o dveh neustrašnih bojevnikih, borcih za pravice revnih in zatiranih, gverilcih velikega srca, pogumnih odločitev in drznih dejanj. Občudovanje in velika podpora v kubanskem ljudstvu, ki sta je bila deležna tako Castro in Guevara kot celotna vojska gverile, sta vodila v oblikovanje dveh kultov osebnosti, ki sta v kubanski družbi in svetu prisotna še danes.

Guevara in Castro sta skupaj načrtovala in začela divji boj gverile, pod svojim okriljem uspešno izpeljala kubansko revolucijo, Kubo družno popeljala spremembam in reformam naproti, pa vendar se je njuna pot ločila, ko se je Guevara odločil za nadaljevanje gverilskih akcij in zapustil Kubo; a naklonjenost prebivalcev Kube, občudovanje in čaščenje njegove podobe, dejanj, ideologije so se ohranili znotraj kulta. Do še večje mitizacije je prišlo, ko ga je leta 1967 ujela bolivijska vojska in ga po enodnevnem mučenju usmrtila. Che je postal *mučenec naroda, žrtev revolucije, Kristus gverile*. Skrivnostno izginotje njegovega trupla je še povečalo moč njegovega kulta. Tako lahko danes, v kubanski družbi, sploh pa v svetu, zasledimo veliko večjo priljubljenost Cheja kot pa Castra.

Castova podoba kot vseмогоčnega voditelja je zbledela zaradi še vedno prisotne družbene in gospodarske krize. Kot ugotavlja Saney, je kubanska revolucija za veliko ljudi, če že ne model, pa vsekakor primer družbe, zgrajene na temelju socialne pravičnosti, enakopravnosti in enakosti. Bila je neke vrste eksperiment, katerega uspeh so čakali številni upi (Saney, 2004: 90). Pa vendar ji uspeh takratne revolucije, dolgoročno gledano, ni prinesel tako

pričakovanega gospodarskega razvoja in drastičnih družbenih sprememb, kajti še vedno se sooča z velikimi problemi revščine in socialne neenakosti znotraj družbe (Saney, 2004: 91).

Ob koncu devetdesetih let prejšnjega stoletja je postajala Kuba zaradi vztrajanja na komunistični poti vse bolj osamljena. Po propadu komunizma v Vzhodni Evropi ji je usahnila tudi gospodarska pomoč. Castro je postopoma prevzel najvišje položaje v državi in kot *Maximo lider* avtokratsko vodi Kubo. Zaradi ukinitve tuje gospodarske pomoči in ameriškega zavračanja so se razmere v državi močno poslabšale (Natek, Natek, 2000: 540). Vendar, kot ugotavlja Gallagher, Castra Kubanci še vedno obožujejo in častijo, »ga imajo za osebo nadčloveških dimenzij« (Gallagher, 1995: 18). Svoj položaj in moč Castro ohranja na podlagi intenzivne vseprisotnosti, prežetosti družbe z ideologijo revolucije. Ohranja se socializem in poudarja vloga, ki jo je imel pri postavljanju temeljev za oblikovanje političnega okvira, ki obstaja danes. Kult si je zgradil na podobnih temeljih kot Guevara, saj izhajata iz istega ideološkega jedra in sta si mit ustvarila z istim zgodovinskim dogodkom. Kljub težavam v gospodarstvu Castro ohranja režim, ki so ga postavili z revolucijo in še danes je mnenja, da »socializem znotraj Kube nima nobene alternative, kakor je nima revolucija, kajti vse ostalo ne bi pomenilo le vreči stran naših dosežkov, temveč zavreči tudi samostojnost« (Saney, 2004: 204). Zaradi svoje vztrajne drže in ohranjanja svojih idej, poudarjanja ideologije, ki je tako globoko zakoreninjena v mentaliteto celotne družbe, se v njen obstoj ne dvomi, kakor se ne dvomi v Castra. Voditelj ohranja svojo moč. Kajti, kot ugotavlja Saney, prisotnost revolucije je znotraj ideološkega in vrednotnega sistema kubanske družbe še vedno primarnega pomena. Kubanci še vedno prisegajo, da bodo branili, kar so zgradili (Saney, 2004: 205). Castro sam ohranja svojo moč in vpliv s tem, ko poudarja svoje dosežke iz preteklosti in uporablja močno propagando svoje ideologije. Propaganda doseže namreč največji učinek tedaj, ko uporabi že preverjene metode, klišeje, izrabljena gesla, če torej sloni na nekem *ready-made* terenu in gradi na že obstoječih vrednotah in mentaliteti (Velikonja, 2003: 21). Tako Castro sam skrbi, da se ohranja ta skupinski duh, ki ga je vzpostavil pred toliko leti. Še vedno na vsakem koraku stojijo veliki panoji z revolucionarnimi gesli (Kunzle, 1997: 23). Obširno in uspešno propagando svojih idej in samega lika *velikega voditelja* ohranja tudi s svojimi številnimi govori po televiziji. Po mnenju Cabrera Infanteja je Castro »najboljši televizijski igralec na svetu« (Infante v Gallagher, 1995: 18). Tako z raznimi sredstvi propagiranja doseže, da je vpliv revolucije v kubanski družbi še vedno zelo navzoč in vseprisoten. »Dobra propaganda poudarja skupinsko pripadnost; nacionalno, razredno, versko. Le-ta je izredno pomembna v obdobju družbene krize, ko ljudje iščejo svojo identiteto

in jo najdejo v skupini« (Pečjak, 1995: 145). Tako ravno kriza, ki bi lahko njegov kult zrušila, s pomočjo propagiranja pripadnosti narodu, revoluciji, voditelju, še bolj poveže skupino in ohranja kult Castra kot velikega voditelja. Kljub temu pa je družbena in gospodarska kriza, ki se je v devetdesetih letih vedno bolj stopnjevala, povzročila delno dekonstrukcijo Castrovega kulta. Družba sedaj vidi njegove napake. Vodja ni več vsemogočen. Kubo je res rešil diktature, a ni je odrešil bede in gospodarskega nazadovanja. Kuba ostaja daleč za deželami prvega sveta. Vendar o popolni dekonstrukciji, zlomu kulta, kljub vsesplošni družbeni krizi, ne moremo govoriti, ker njegova legitimnost vodenja s strani ljudstva ostaja; kakor se tudi ne dvomi v njegov politični sistem, ideologijo, vrednote, ideale. Zmanjšala se je le njegova priljubljenost.

Na drugi strani se znotraj kubanske družbe kaže vedno večja podpora Chejevemu kultu; njegov magnetizem in karizmatičnost se ohranjata in celo stopnjujeta. Delno je za to krivo dejstvo, da je Che postal globalni junak globalne revolucije, kajti njegova poudarjena vloga in razširjenost njegovega kulta po svetu močno vplivata tudi na dojemanje mogočnosti narodnega junaka v njegovem matičnem prostoru. Po drugi strani za Chejevo priljubljenost v državi skrbi sam Castro. Kajti s tem, ko izrablja propagando kot način manipulacije z ljudstvom, da le-ta ohrani in idealizira sam proces kot tudi ideje revolucije, dejansko izpelje propagando tudi za Cheja. Ohranja se njegov pomen in vsemogočnost kot narodnega junaka, kar je še posebej opazno ob obletnici njegove smrti, ko Kubo preplavijo plakati in panoji s Chejevo podobo (Kunzle, 1997: 23).

Che je junak, ki je ohranil svojo mladost, entuziazem, ambicioznost, mladostniško energijo in elan, moč in neustavljivo borbenost. Che poseblja mladost. Ni se postaral, kot se je Fidel. Zato njegov mit deluje sposoben večje in bolj prodorne akcije (www.che-lives/cgi/birdcast.pl). Moč Chejevega kulta pa je nedvomno večja tudi zaradi dejstva, da je Che junak, ki je za svoje ideje žrtvoval svoje življenje – družba namreč vedno časti svoje žrtve. Žrtvovani posamezniki postanejo mitski, se pobožanijo in zaživijo za večno (Velikonja, 2003: 11). Na tem temelju bo mit o Cheju vedno prisoten in bo močno vplival na samodojemanje in delovanje družbe, kajti smrt žrtvovanega njegov boj utemeljuje, skupino pa krepi. Po načelu »če preživiš, boš slaven; če umreš, pa ne boš nikoli pozabljen« (<http://www.che-lives/cgi/birdcast.pl>; 22.6.2003) v družbeni zavesti mit ne ohranja le slave voditelja, temveč povzroči, da se ga nikoli ne pozabi.

5.4.5. Komercializacija Cheja

V Chejevo čast je postavljenih ogromno muzejev, objavljenih je bilo nemalo knjig z njegovimi spomini, posneta je bila cela vrsta filmov o njegovem življenju. Vse to so oblike predstavljanja in tudi propagiranja njegovih idej, v katerih se ohranja bistvo gverilskega boja, ideologije in idealov, ki jih je ustvaril Che. Tega pa ne moremo trditi za ogromno količino potrošniških izdelkov na trgu, ki za povečanje svojega tržnega uspeha izrabljajo motiv Chejeve podobe. V njih ne moremo najti nobene ideje, upora oziroma uanja, ki je značilno za Chejev mit. Vse vrednosti so izbrisane. Ideje so spremenjene v material, v stvari, ki jih je mogoče kupiti v trgovini, na stojnici, v kiosku, junak pa je postal potrošniško blago brez trajne in simbolne vrednosti. Vse revolucionarne vsebine, ideje, gverilski boj so zreducirani na ceno določenega izdelka. »Che je postal banaliziran; njegova podoba zdaj strmi v nas s skodelic za kavo, plakatov, obeskov za ključe ter zgoščenk, njegovo ime uporabljajo v rock popevkah in šovih« (Pust, 2001: 69).

Chejev mit je zaživel takoj po njegovi smrti. Vzporedno z njegovim nastankom je prišlo do hitre izrabe mita v komercialne namene z množičnim tiskanjem in prodajo plakatov na območju ZDA, ki so viteza gverile postavile ob bog drugim zvezdam popularne kulture (Kunzle, 1997: 22). Podoba pravega Cheja se je zabrisala: »Izginil je velikodušni Che, ki obvezuje sovražnikove rane, izginil je bojevnik za človeško dostojanstvo in izginila je tudi tista temnejša podoba Che Guevara, ki je v kubanskih zaporih podpisoval povelja za usmrtnitve« (Pust, 2001: 69). Che je postal levičarska pop-zvezda. Končni rezultat njegovega boja je popularnost, ki jo dosega danes v svetu. Nemška revija *Spiegel* ugotavlja, da jo je moč primerjati s popularnostjo J.F.Kennedyja, Humphrey Bogarta, Miki Miške, Kristusa in Tarzana (Kenzel, 1997: 21). Ta fenomen je seveda posledica prakse in vpliva množičnih medijev.

Paradoks komercializacije njegove podobe se še bolj jasno izkaže kot kruta, žaljiva in bizarna poteza, če jo postavimo ob bok z dejanskim namenom in bistvom gverilskega boja ter revolucije in dejstvom, da Che ni nikoli prejemal denarnih nagrad za svoje delo ter je preziral že samo idejo denarja. Kot ugotavlja Gerardo Mosquera, se Kuba in njene ikone prodajajo s prenizko ceno, Che pa je žrtev popolne komercialne banalizacije. Mosquera kritično ocenjuje družbo, katere prebivalci živijo na račun razprodaje narodnih junakov, ikon in simbolov (Kunzle, 1997: 22).

Chejeva podoba je reproducirana na različnih, nemalokrat banalnih izdelkih sodobne množične industrije potrošništva. Pojavlja se na ovitkih zgoščenk, koledarjih, lončkih za kavo, škatlicah vžigalic, vžigalnikih, obeskih za ključe, bedžih, razglednicah, posterjih, ovitkih zvezkov, ovojnem papirju, kemičnih svinčnikih, ročnih urah, pasovih, torbah... Nekaterim posameznikom celo krasi telo v obliki tattooja. Najbolj množično pa je reproducirana na majicah. Njegova podoba je postala del celostne podobe ameriške glasbene skupine Rage Against the Machine, ki so svoj debut album v celoti »opremili s Chejem«. Izbrali so ga za svoj logo na ovitkih zgoščenk, audio-kaset, posterjev; na koncertih nosijo majice z njegovo podobo, imenom ali rdečo zvezdo. Znotraj slovenskega glasbenega prostora lahko opazimo rabo Chejeve podobe med člani glasbenih skupin kot Zaklonišče prepeva ali Big foot mama. Tako Chejevo veliko popularnost ne izrabljajo za oglaševanje in večjo prodajo svojih izdelkov na tržišču samo trgovci in proizvajalci določenih izdelkov potrošniškega blaga, temveč tudi predstavniki raznih skupin iz sveta glasbene in zabavne industrije. Chejeva podoba se pojavlja tudi na etiketah steklenic in pločevinkah različnih brezalkoholnih pijač, vina, piva, na embalaži za tobak. Obstajajo številni bari in kavarne z njegovim imenom in katerih interierje krasijo fotografije, posterji, razglednice s Chejevo podobo; večje število letih je znotraj prostora Latinske Amerike, nanje pa lahko naletimo tudi v centrih evropskih mest, na primer Amsterdamu, Beogradu in celo v Ljubljani.

Čeprav menim, da večina ljudi, ki kupijo izdelek z njegovo podobo, niti dobro ne ve, kdo je sploh bil Che Guevara, kaj šele, da bi se dejansko ukvarjali z globljim pomenom, ki ga Che kot simbol uporništv in revolucije prinaša seboj, ne morem trditi, da so s komercializacijo dokončno in dejansko izbrisane vse ideje in ideali, za katere se je Che boril. Prav tako tudi ne morem trditi, da so vsi, ki izdelke kupijo, le goli potrošniki, ki kupujejo brez jasnega cilja in zavedanja, kaj ta simbol v resnici predstavlja – ali prezentira kupljena majica z odtisnjeno Chejevo podobo posamezniku le še eno od majic v njegovi omari ali ima kakšno višjo, simbolno vrednost in namen; ali ta posameznik kritično ocenjuje razmere v družbi in na ta način poskuša izraziti svoje mnenje in dobi majica vlogo manifesta, apela k družbenim spremembam. Čeprav komercializacija nastopa v formi izključne izrabe Chejevega imena in podobe za namen boljšega propagiranja, kot uspešna marketiška poteza, vendarle obstaja opcija poistovetenja posameznika z ideali in idejami, ki jih pooseblja Che; v tem primeru je uporaba njegove podobe, nakup izdelka z njegovo podobo ali imenom le način približanja čaščenemu idolu in pomeni javni prikaz podpore njegovim idejam. »Nositi Cheja na prsih še ne pomeni nositi ga v srcu« (Kunzle, 1997: 21). Pa vendar, kaj drugega predstavlja majica s

Chejevo podobo, kot zastava upora, ki »visi« na posamezniku, udeleženu v neki družbeni akciji v obliki shoda, protesta, demonstracije?

Neizpodbitno, četudi kruto dejstvo, da danes svet vodi kapital, implicira komercializacijo kot nekaj najbolj običajnega v kapitalizmu. Pojavlja se kot nekaj smiselnega in nujnega, kot način, da posamezne ideje, izdelki pridejo do ljudi. Zato lahko na tej točki lahko trdim, da je s komercializacijo Cheja vsekakor prišlo tudi do množičnega razširjanja njegovih idej. Komercializacijo se vedno jemlje kot nekaj zelo negativnega, nezaželenega. Pa vendar je v njej nekaj koristnega. Neštete fotografije, plakati, posterji, majice, razglednice, bedži, ovitki zgoščenk in video-kaset so le sredstva propagiranja nekih idej, ki so povzročila nekakšno globalno ozaveščenost o problemih in idejah, ki jih je zastopal Guevara. Najbrž so v akcijo ali pa vsaj v temeljit razmislek aktivirale marsikaterega posameznika, ki se drugače ne bi ukvarjal s to problematiko. S tem je ideologija revolucije dosegla svoj namen; postala je globalno prisotna. *Vitez gverile* vstopa v intimo posameznikovega doma in ga poziva k akciji, boju za pravičnost. Še toliko let po njegovi smrti se kot duh vrača med nas njegova podoba. V zraku lebdi njegov mit. Ostaja med nami. Kritičen, prezirajoč, trmast, moralno trden, nepozaben (Taibo, 1997: 586).

5.5. CHE KOT IKONA

Ernesto Che Guevara, njegovo potovanje, njegovo delo, njegovo življenje so navdihnili številne umetnike. Ustvarjenih je bilo nešteto slik, pesmi, muralov, instalacij, filmov..., kreacij vseh vrst s strani posameznikov, skupin in društev, z raznovrstnih področij geografskega, zgodovinskega in političnega konteksta.

Kot pogost medij prenosa različnih ideoloških in individualnih sporočil se v latinskoameriškem prostoru pojavljajo murali kot oblika zidnih poslikav; ti so večinoma plod timskega dela, najdemo pa jih na zidovih raznih stavb, na primer bolnišnice, kulturnega centra ipd. So »nenasilno kulturno orožje, katerega zasnova je v levem revolucionarnem boju« (Binkova, 1998: 268). V njih se zrcalijo spremembe v družbenopolitičnem okolju, viden je vpliv religije, politike, ekonomije idr. Upodablajo prizore iz vsakdanjega življenja, vključno z indijansko mitologijo; v večini pa je poudarek na revolucionarnem boju. Zidovi nosijo portrete političnih vodij in nosilcev uporniških akcij (najbolj pogosto Cheja, v zadnjem času

tudi Subcommandanteja Marcosa). Vključeni so tudi simboli komunizma (srp, kladivo, peterokraka zvezda). Murali predstavljajo kolektivno akcijo z revolucionarnim ideološkim nabojem, ki poziva k družbenopolitičnim spremembam in so del boja proti kakršnikoli obliki zatiranja. »Umetnost muralov je ideologija, izobrazba, zgodovina, vsakdanje življenje, lepota, konflikt, akcija, celo nasilje« (Leonor M. de Rocha v Binkova, 1998: 275).

Karizmatična podoba Che Guevare je postala politični arhetip, obenem poln navdiha in poln prezira, Kristus in macho, realističen in abstrakten. Njegov neobrit obraz in baretka s peterokrako zvezdo sta postali svetovno poznani ikoni zaradi razširjenosti posterjev, ki so »ena najbolj demokratičnih oblik umetniškega izražanja in ni presenetljivo, da jih uporabljajo vsa možnih sredstva vizualnega predstavljanja« (Kunzle, 1997: 11).

Za Kubo je značilna plakatna umetnost, ki jo odlikujeta prvinsko-grafični stil in uporaba plakatne linearne simplifikacije ter ploske barve (Binkova, 1998: 273). Razvila se je v 60. letih pod vplivom pop arta in postala eden najbolj priljubljenih načinov tako umetniškega kot političnega in ideološkega izražanja. Vzporedno s posterji zvezd iz sveta zabave, glasbe, filma idr. se na svetovnem tržišču pojavijo podobe upornikov, revolucionarjev, političnih voditeljev. Prav na Kubi je prišlo v tem času do največjega razmaha uporabe posterjev kot načina izobraževanja ljudstva in izražanja podpore revoluciji. Od tam so se posterji hitro razširili po vsem svetu, Che pa je postal popularen izvozni produkt. »Politični posterji so družbeni in umetniški dokumenti, ki povežejo zgodovino, filozofijo in estetiko v koherentno celoto« (Kunzle, 1997: 11). Kljub minevanju časa in spremembam v okolju ohranjajo svojo sporočilno vrednost. Tako nas Che še danes poziva v uporništvo in oboroženo akcijo za odpravo neenakosti in izkoriščanja.

V večini podob prevladuje stereotipizirani portret Che Guevare, ustvarjen po slavni fotografiji Alberta Korde, posnete 5. marca 1960 na pogrebni slovesnosti za mornarje na mestnem pokopališču v Santiagu de Cuba (Pust, 2001: 54).

Ponavadi obstaja povezava junakov s silami narave – z zemljo, vodo ter naravo nasploh; iz nje junaki magično zrastejo, veliko potujejo po njej, ukazujejo naravnim fenomenom ali se kot taki celo kažejo. Divja narava, gozdovi in džungla so dom gverilcev, kot je Sherwood Forest dom Robina Hooda (Kunzle, 1997: 39). Tako sta tudi Che in Castro organizirala svoj upor s pomočjo divje narave, urila svoje bojovnike na obrobjih gorske verige Sierra Maestre

in se neusmiljeno borila na območjih kubanske džungle. Stalno se ga povezuje in enači z elementi narave v umetniških stvaritvah: na posterjih, grafitih, muralih, v pesmih, na primer »delci džungle se razlivajo po njegovi krvi« (Kunzle, 1997: 43). Narava je njegov zaveznik, on sam je narava.

Kot sredstvo množične propagande igra vidno in ključno vlogo film. Vse velike oziroma vidnejše ideologije in režimi so film v primerjavi s sprva uporabljenim slikarstvom ocenili kot mnogo bolj učinkovit instrument prepričevanja ter ga množično izrabili za razširjanje in krepitev svojih idej ter idealov. Prav v filmu je povezanost med propagando ter množično kulturo najopaznejša (Clark, 1997: 13-14). Tri mesece po zmagi revolucije so ustanovili Kubanski filmski inštitut (ICAIC). Film je postal najmočnejše sredstvo za krepitev kolektivnega spomina in orodje za poudarjanje dosežkov revolucije. O Cheju so posneli pet dokumentarnih filmov, od katerih izstopa Alvarezov *Hasta la Victoria Siempre*, katerega prvo predvajanje je bilo prikazano kot slavospev revoluciji na glavnem trga Plaza de la Revolution (Kunzle, 1997: 35).

Najbolj množična oblika distribucije Kordove podobe Cheja znotraj kubanskega prostora in s tem vsakodnevno propagiranje njegove ideologije pa predstavlja njegova upodobitev na bankovcih in kovancih. Pogosto se pojavi tudi na znamkah (Kunzle, 1997: 60).

5.6. CHE KOT SIMBOL

Mnogi simboli so kolektivna last, dediščina človeštva, podobe, vtisnjene v kolektivnem spominu. Najdemo jih v izročilu in mitih vseh ljudstev (Musek, 1990: 33). Vendar celote simbolnih pomenov ne moremo razumeti kot univerzalni pojav, kajti velik del simbolike je skupen le določenim skupinam. Vse kulture in civilizacije so namreč poleg splošnih vidikov in vsebin razvile tudi posebne, sebi lastne sisteme simbolov (Musek, 1990: 37-38). »Predstave neke družbe o sebi in ostalem svetu so tudi v sodobnosti utelešene v točno določenih, pripadajočih simbolih, podobah, emblemih, insignijah, raznovrstnih znamenjih« (Velikonja, 2003: 34). Tako ima tudi vsaka mitologija sebi lastne in specifične simbole in ikone, v katerih se zrcalijo zgodbe, ki jih pišejo miti.

Ločimo *ekspanzivne* in *inkluzivne* simbole. Za prve je značilno, da se širijo navzven, osvajajo zunanost iz središča, od koder se »izhajajoči kozmos uredi, strukturira brezdanjosti kaosa, ki ga obdajajo« (Velikonja, 2003: 35). Mitsko enotnost, urejenost, skladnost stvarstva se dosega z izhodiščno matrico podrejenosti enemu, središčnemu. »Eno je vse« (Velikonja, 2003: 37). Kot primer ekspanzivnega simbola komunističnih strank in držav je rdeča peterokraka zvezda. »Izražala ni le želje po enakopravni, pravični in svobodni družbi, ampak je postala tudi zaščitni znak niza represivnih in okrutnih režimov po vsem svetu« (Velikonja, 2003: 36). Zvezdasti liki so ljudi že od nekdaj privlačili, pripisovali so jim celo magično moč. Peterokraka zvezda simbolizira kozmos in celoto kot spajanje elementov, njihovo povezovanje ter skupno moč. Je med najbolj pogostimi emblemskimi (heraldičnimi in državnimi) simboli (Musek, 1990: 198-199). Pomen in moč tega simbola pri komunistih poudarja tudi njegova rdeča barva, torej barva ognja in krvi. Simbolizira življenje, čustva, strast, temperament, agresivnost, bojevitost, borbo, vojskovanje; je simbol vojne in revolucije dostikrat simbolizira solidarnost, požrtvovalnost, bratstvo, tovarištvo (Musek, 1990: 181).

Za razliko od ekspanzivnih se inkluzivni združujejo, enotijo, povezujejo navznoter. Delujejo po načelu »vse je eno«. So centripetalni, usmerjeni k središču, enotijo diferencirano, fragmentirano bivanje v usklajeno celoto. Primer inkluzivnega simbola je pri komunistih srp in kladivo, ki združujeta v enem pripadnike kmetstva in pripadnike delavstva, kar je pomenilo skoraj večino prebivalstva (Velikonja, 2003: 38). Kladivo je simbol energije in moči, oblikovalne sile, ustvarjalnega, delujočega uma; postalo je simbol delavstva, proletariata, proletarske revolucije in komunizma. Srp kot simbol žetve simbolizira blaginjo, obilje in napredek. Sugerira misel, da morajo delavci sami požeti sadove svojega dela (Musek, 1990: 254).

Ko je ikona aktivirana, postane simbol države. Cheja je v simbol povzdignil sam Castro: »njegove ideje, njegova podoba in njegovo ime so nacionalni simboli za boj proti nepravilnosti izkoriščanih in zatiranih; in iz njih se v študentih in intelektualcih vsega sveta rodi strastni entuziazem« (Kunzle, 1997: 26). V mednarodnem jeziku vizualnega je postal Che beseda, simbol za upor.

Človek s pomočjo simbolov gradi model stvarnosti, ki ga preverja s pomočjo simbolov, saj z njimi poteka izmenjava informacij med ljudmi (Musek, 1990: 49). Ko doživlja svoje telo, zavedajoč se njegovega obstajanja in delovanja, svojo telesnost ideologizira in daje svojemu

telesu ter njegovim delom simbolične pomene. Izjemno bogate simbolike, ki so povezane s telesom in izhajajo iz njegovih oblik ter funkcij, omogočajo veliko sposobnost sporočanja različnih vsebin, zato so pogosto uporabljene kot način komunikacije (Južnič, 1998: 16).

Kunzle pri svojem preučevanju simbolike opredeli kot simbole Chejeve lastnosti, ki so bile izpostavljene, povzdignjene in mitizirane in se jih danes razume kot pripadajoče gverilskemu vojskovanju, boju in uporništvu. Tako so Chejev nesporni zaščitni znak dolgi, vihrajoči **lasje in brada**, upodobljena na vseh slikah in posterjih; omogočata takojšnjo prepoznavo, ločita ga od ostalih. Gre za antična simbola nezbledele moči in seksualnosti, povezana s političnim liberalizmom pa postaneta vplivni kazalec ločitve od splošnih kulturnih vzorcev, ki so zahtevali čist in obrit vojaški videz (Kunzle, 1997: 49). Kot ugotavlja Južnič, imajo lasje za človeka velik simboličen pomen. S *samsonskim mitom* so lasje postali emblem fizične sile in intelektualne ekselence (Južnič, 1998: 143). Dolgi lasje so v različnih zgodovinskih obdobjih, različnih kulturah in družbah postali simbol pogumnih bojevnikov. Ker naj bi lasje izkazovali določen odnos do prevladujočih družbenih struktur in sistemov, se kratki lasje velikokrat pojavljajo kot simbol konformnosti, dolgi pa naj bi kazali na ugovarjanje obstoječemu in neupoštevanje avtoritet (Južnič, 1998: 142). Podobno ima manipulacija z brado in brki večkrat sporočilne pomene in celo identifikacijske vloge. Ker je ponavadi britje brade spodobno, se z nošenjem brade izraža določen protest oziroma dokazuje drugačnost (Južnič, 1998: 144). Po zmagi so se gverilci, z željo ohraniti svoj poseben revolucionarni videz, odločili, da bodo še naprej s ponosom nosili brade. Fidel je izjavil: »Tvoja brada ni tvoja. Pripada revoluciji!« (Kunzle, 1997: 49). Tako so dolgi lasje in neobrite brade postali simbol za uporniške, revolucionarne težnje. V šestdesetih letih prejšnjega stoletja so zato mnogi nosili dolge lase in brade z namenom nasprotovanja in kritiziranja uveljavljenih in splošno sprejetih družbenih ter političnih praks znotraj obstoječih sistemov.

Velikokrat uporabljena tudi v ikonografiji je **cigara**, v Chejevih ustih ali roki ter pri Castru in drugih gverilcih, kot simbol za *cubanidad* (kubanskega), potrditev nacionalne identitete kot tudi primer užitka (Kunzle, 1997: 51). Ironično pa je cigara v državah izven Kube zaradi svoje visoke cene simbol bogatih vzvišenih kapitalistov.

Che obleki ni posvečal posebne pozornosti in je zaradi praktičnosti večino časa nosil svojo olivno zeleno gverilsko **uniformo**, ne samo v boju znotraj gozdov džungle, temveč tudi doma in v službi, na sestankih in srečanjih s predstavniki tako državne kot mednarodne politike

(Kunzle, 1997: 52). Južnič ugotavlja, da je sporočilni pomen obleke zelo velik. Z njo se človek predstavlja ter družbeno distancira od drugih (Južnič, 1998: 233). Che Guevara je s tem, ko je bil oblečen v svojo vojaško oziroma gverilsko opravo tudi v mirnem času, še močnejše poudarjal svojo borbenost in zagrizeno privrženost revolucionarnemu boju. Vojaške jakne, hlače, majice so postale simbol za upor in mnogo mladih je na ta način izražalo svoje nasprotovanje obstoječemu sistemu. Vojaške uniforme pa so postale tudi velik modni trend mladine v devetdesetih letih prejšnjega stoletja.

Baretke so bile priljubljeno pokrivalo tako pripadnikov vojske kot civilistov, delavcev kot intelektualcev in politikov. Zanj se je odločil tudi Che in vanjo zapičil **peterokrako rdečo zvezdo**, simbol najvišjega vojaškega položaja znotraj kubanske vojske. Zvezda nastopa kot estetski magnet, vir svetlobe in moči ter seveda kot simbol komunizma (Kunzle, 1997: 53). Pokrivala ustvarijo pri človeku podoben fascinanten videz, kot ga pri živalih naredijo mogočni rogovi, vtis superiornosti in posebne moči; so med najznačilnejšimi zunanjimi atributi družbene moči, položaja in statusa (Musek, 1990: 256-257).

Guevarin vzdevek Che, sestavljen iz samo treh črk, združenih v **(sveto) ime**, veličastno zaobjame mit velikega voditelja dvajsetega stoletja. Kot ugotavlja Kunzle, prihaja do predstavljanja ter primerjanja CHE s svetim ISH, s svetim imenom Kristusa (Kunzle, 1997: 54). Beseda »che« je v okolju Latinske Amerike uporabljena za označevanje Argentinec; nastopa v funkciji mašila v stavku in v dobesednem prevodu pomeni »človek«. Med prvimi srečanji s kubanskimi uporniki v Mexico Cityu je zaradi pogoste uporabe te besede Guevara dobil vzdevek, ki ga je obdržal in po katerem je poznan po vsem svetu (Julius, 1967: 28).

Che Guevara nastopa tudi kot simbol heroičnih prvin človeka. Heroj je predstavljen kot človek, ki presega lastno običajnost v moči, lepoti, modrosti, v čemer naj bi bil enak bogovom, vendar ne pravi bog. Je simbol božanskega v človeku. Heroj znotraj kulturnih izročil združuje več vlog na primer vloga junaka – lovca ali bojevnika, ki iztreblja zveri, pošasti, zločince in tako simbolizira borbo zoper zlo. Nastopa lahko v vlogi učitelja, saj simbolizira novo, višjo stopnjo napredka v svetu. Najdemo ga tudi v vlogi večnega popotnika, kot simbol večnega iskanja in upanja (Musek, 1990: 262-263).

ZAKLJUČEK

V času sodobnega kapitalizma, potrošniške vladavine, ko religija nekako izginja iz vsakdanjega življenja in družba postaja vedno bolj posvetno usmerjena, išče moderni človek, ujet v kaos različnih opcij, globje bistvo, izvir vsega obdajajočega, pot odrešitve in se v boju za lažje preživetje tako oprime verovanja v nekoga ali nekaj, kar ga bo vodilo. Funkcijo vere izpelje mit. Pripadnost določeni veri in pripadnost določenemu bogu se transformirata v verovanje v mit. Mesto boga zapolni karizmatični posameznik npr. voditelj, v podobi in z vsemi sposobnostmi in močjo božanstva, ki posameznika ali celotno skupino usmeri in ji daje napotke. Tako se okrog »novega božanstva« izoblikuje celoten vrednotni sistem, njegovi cilji postanejo cilji celotne skupine »vodenih«. Oblikuje se kult voditelja, ki odslej narekuje pravila obnašanja in delovanja. Voditelj postane idealni predstavnik družbe, po katerem se zgleduje sleherni posameznik znotraj skupine in si prizadeva udeležiti voljo »vsemogočnega«. Kot ugotavlja Malinowski mit »izraža, poudari in kodificira vero; varuje in uveljavlja moralo; jamči učinkovitost reda; in vsebuje praktična pravila za vodstvo človeka« (Malinowski, 1999: 36). Tako se zahteve mita projicirajo in uveljavljajo v realnosti.

Che za mnoge posebej legendo, okrog katere so se izoblikovali nešteti miti o mladem zdravniku, ki je zapustil svojo domovino, opustil svoj poklic in se podal v džungle južnoameriškega pragozda v boj za pravice revnih, zatiranih in izkoriščanih. Njegovi uspehi znotraj kubanske revolucije so povzročili, da so se o njem izoblikovale mnoge zgodbe, ki ga opisujejo kot pogumnega upornika, ki naj bi se bil vedno pripravljen žrtvovati za pravice revnih in šibkih. Mit o njem se ohranja kot poledica heroizacije političnega junaka; kjer nastopa kot lik človekoljuba, voditelja in gverilca z nadnaravnimi sposobnostmi, ki bo s svojimi pametnimi odločitvami prinesel človeštvu boljše čase.

Kult se je izoblikoval na podlagi njegove posebnosti, večvrednosti in pomembnosti v svetu. Neustavljivost, velika strast bojevanja, razum in velike organizacijske sposobnosti so ga naredile za uspešnega bojavnika. Pripisujejo se mu velika ambicioznost, elan, pogum, odločnost, inteligenca, karizma in privlačnost, ki bi ga naj naredili vidnega in posebnega, izstopajočega in mogočnega; ga dvignili iznad meja vsakdanjosti in ga naredili za enega najbolj prepoznavnih, najbolj vplivnih in najbolj oboževanih voditeljev 20. stoletja. Predstavljen je kot globalni junak sodobnega sveta in njegov vpliv je viden tako znotraj

matičnega prostora kot v svetu. Predstavlja simbol upora in odgovor na množstvo kriz, ki so danes prisotne v družbi. Nastopa kot junak, ki bo družbo odrešil zatiranja in izkoriščanja, ter ji prinesel boljše čase. Z mitom postane *Homo absolutus*, v katerem naj bi bile združene vse moči, ki jih družba, narava, svet premore. Mitiziran vodja je predstavljen kot *Hombre Nuevo*, *Rešitelj*, *Mučenec*, *Kristus*, ki je umrl v boju za svoje ideale; v boju za svoje ljudi, za svoj narod; ki je izživel svoj slogan »*Hasta la victoria siempre*«. Tako lahko potrdim na začetku postavljeno hipotezo, da kult voditelja izpostavi in prikaže posameznika kot odrešitelja celotnega človeštva, ki lahko vedno računa na pomoč kateregakoli absoluta (boga, naroda, narave, zgodovinske usode ipd.) oziroma je celo sam prikazan kot božanstvo z neomejenimi duhovnimi in organizacijskimi sposobnostmi ter znanstvenim umom.

Mit o Cheju je postal po mnenju večine skomercializiran. Izgubil je svojo političnost in postal trend, marketinški produkt, izdelek na tržišču. Junak je postal potrošniško blago, brez neke trajne in simbolne vrednosti. Vse revolucionarne vsebine, ideje, gverilski boj so zreducirani na ceno določenega izdelka. Postal je žrtev popolne komercialne banalizacije. Njegovo ime in podoba sta za boljšo prodajnost na tržišču reproducirana na različnih izdelkih kot so: majice, torbe, skodelice za kavo, škatlice vžigalic, vžigalniki, obeski za ključe, bedži, ovitki zvezkov, ovojni papir, kemični svinčniki, pasovi, ročne ure... Pojavlja tudi na etiketah steklenic in pločevinkah različnih brezalkoholnih pijač, vina, piva, na embalaži za tobak. Različne glasbene skupine uporabljajo njegovo podobo za popestritev in oblikovno dopolnitev ovitkov svojih zgoščenk, avdio in video kaset, plakatov za koncerte ter njegovo popularnost in občo prepoznavnost izrabljajo za lastno promocijo. Obstajajo številni bari in kavarne z njegovim imenom. Tako je komercialna in ideološka i korporacija Chejevega imena in podobe v kapitalizmu popolnoma razostila njegovo subverzivnost, saj deluje v popolnem nasprotju od idealov, za katere se je boril Che. Zato lahko na tej točki potrdim hipotezo o vseprisotni komercializaciji njegovega mita, imena in podobe za izrabe večje in uspešnejše prodaje potrošniških izdelkov sodobnih podjetnikov.

Uspeh kubanske revolucije je prinesel občudovanje in veliko podporo Castru in Guevari ter povzročil oblikovanje kulta o dveh neustrašnih gverilcih, boricih za pravice revnih in zatiranih. Skupaj sta začela divji boj gverile in Kubo družno popeljala spremembam in reformam naproti. Vendar je v današnji Kubi Castova podoba kot vseмогоčnega voditelja zbledela. Zato je kriva družbena in gospodarska kriza, ki se je v 90. letih vedno bolj stopnjevala. Vodja ni več vseмогоčen. Vendar pa Castro sam ohranja svojo vladavino s tem, ko poudarja svoje

dosežke iz preteklosti in uporablja močno propagando svoje ideologije. S tem doseže, da je vpliv revolucije v kubanski družbi še vedno zelo navzoč in vseprisoten. Tako ravno kriza, ki bi lahko njegov kult zrušila, s pomočjo propagiranja pripadnosti narodu, revoluciji, voditelju, še bolj poveže skupino in ohranja kult Castra kot velikega voditelja. Do popolne dekonstrukcije, zloma kulta, kljub vsesplošni družbeni krizi, tako ne pride. Legitimnost voditelja s strani ljudstva ostaja; kakor se tudi ne dvomi v njegov politični sistem, ideologijo, vrednote, ideale; le priljubljenost se je zmanjšala. Hkrati je opazna vedno večja podpora kubanske družbe Guevari. Magnetizem in karizmatičnost njegovega kulta se ohranjata in celo stopnjujeta. Delno je krivo za to dejstvo, da je Che postal globalni junak globalne revolucije. Po drugi strani za njegovo priljubljenost v državi skrbi Castro sam. Kajti z idealiziranjem procesa, idej in uspehov revolucije, dejansko izpelje propagando tudi za Cheja. Moč Chejevega kulta je večja, ker je ohranil mladostniški entuziazem, ambicioznost, energijo, elan, moč in neustavljivo borbenost; ker on sam posebej mladost. Ni se postaral, kot se je Fidel. Zato njegov mit deluje sposoben večje in bolj prodorne akcije. Njegov vpliv je večji tudi zato, ker je junak, ki je za svoje ideje žrtvoval svoje življenje. Na podlagi teh ugotovitev lahko potrdim hipotezo, da je prišlo znotraj kubanskega prostora do delne dekonstrukcije Castrovega kulta in povečevanja vloge ter večje priljubljenosti mitiziranega *Viteza gverile*.

Mit voditelja krepi skupinsko identiteto, saj posameznike znotraj skupnosti, v kateri se mit oblikuje in vzpostavi, medsebojno poveže; nudi jim odgovore, ključne za uspešno asimilacijo posameznikov ter delovanje celotne skupnosti; ter jih usmeri k določenemu cilju oziroma mobilizira v politično akcijo, saj poleg eksplikativne vrednosti poseduje tudi mobilizacijsko moč. Tako mit voditelja v sodobni družbi odigra vlogo bistvenega dejavnika uspešne organiziranosti in produktivnega delovanja neke družbe, sodeluje pri izpeljavi pričakovanih oziroma želenih vzorcev obnašanja ter načinov delovanja posameznikov znotraj neke družbe; saj s svojimi vsebinami nanje deluje zelo prepričljivo, si jih manipulativno podredi in s tem obvladuje njihove družbene in politične akcije. Tako ima mit tudi v sodobnem svetu pomembno vlogo, saj nastopa kot poglobitni instrument organiziranja skupnega življenja posameznikov znotraj neke skupine.

LITERATURA IN VIRI

BIBLIOGRAFIJA:

- Althusser, Louis (1980): *Ideologija in ideološki aparati države*; v: Skušek-Močnik, Zoja. (ur.): *Ideologija in estetski učinek*. Cankarjeva založba, Ljubljana. Str. 35-99.
- Binkova, Petra (1998): *Zapatistični murali iz Chiapasa, Mehika*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik XXVI, št. 188, str. 263-288.
- Cassirer, Ernst (1972): *Mit o državi*. Nolit, Beograd.
- Cassirer, Ernst (1995): *Tehnika sodobnih političnih mitov*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik XXIII, št. 176, str. 11-20.
- Castro, Fidel (1972): *Kuba ili smrt*. Petar Kočić, Beograd
- Chomsky, Noam (2003): *Chiapas – Symbol of Resistance*. Predgovor k: Marcos: *Ya basta! – Ten years of Zapatista uprising*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik I, št. Politikon 2, str. 17-18.
- Clark, Toby (1997): *Art and Propaganda in the Twentieth Century. The Political Image in the Age of Mass Culture*. Calmann and King Ltd, London.
- Dietrich, Beate (1998): *Samba norega psa*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik XXVI, št. 188, str. 87-103.
- Džrnazjan, L.N. (1990): *Kult in klečeplastvo*. Nova revija. Ljubljana. št.104, str. 1674-1679.
- Eliade, Mircea (1992): *Kozmos in zgodovina: Mit o večnem vračanju*. Zbirka Hieron, Nova Revija, Ljubljana.
- Flere, Sergej, Kerševan, Marko (1995): *Religija in (sodobna) družba*. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- Freud, Sigmund (1986): *Budučnost jedne iluzije*. Naprijed, Zagreb.
- Girardet, Raoul (2000): *Politički mitovi i mitologije*. Biblioteka XX vek, Beograd.
- Guevara, Ernesto (2002): *Back on the road: A journey to Central America*. Vintage, London
- Guevara, Ernesto (2002): *The Motorcycle Diaries: A Journey around South America*. Fourth Estate, London.
- Holloway, John (2002): *Change the World Without Taking Power: The Meaning of Revolution Today*. Pluto Press, London.

- Hrženjak, Majda (2002): *Interpretacija simbolnega: trije semiološki projekti*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Št. 209-210, str.379-397.
- Jeffs, Nikolai (1998): *All you need is love (Emancipacija, nasilje pa tudi nekaj uvodnih besed...)*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik XXVI, št.188, str.9-42.
- Jocić, Saša (2003): *Problem mitologizacije znanosti*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik XXXI, št. 211, str. 186-198.
- Julius, Djuka (1967): *Che Guevara: Vitez gverile*. Mladinska knjiga, Ljubljana.
- Jurjević, Marin (1988): *Ernesto Che Guevara i problem »kontinentalne revolucije«*. Pogledi, vol. 18, št. 2, str. 661-676.
- Južnič, Stane (1998): *Človekovo telo med naravo in kulturo*. Teorija in praksa, FDV, Ljubljana.
- Klein, Naomi (2001): *No logo*. Flamingo, London.
- Klein, Naomi (2003): *The Unknown Icon*. Predgovor k: Marcos: *Ya basta! – Ten years of Zapatista uprising*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik I, št. Politikon 2, str. 19-26.
- Kolakowski, Leszek (1989): *Prisutnost mita*. Pečat, Beograd.
- Komel, Mirt (2003): *Nastanek ideje znanosti v antični Grčiji: Izguba in vztrajanje Mythosa v Logosu spoznavnega procesa sveta*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik XXXI, št. 211, str. 167-175.
- Kunzle, David (1997): *Che Guevara: Icon, Myth, and Message*. UCLA Fowler Museum of Cultural History, Los Angeles.
- Levi-Strauss, Claude (1985): *Oddaljeni pogled*. ŠKUC FF, Ljubljana.
- Levi-Strauss, Claude. (1993). *Rasa in zgodovina. Totemizem danes*. ŠKUC FF, Ljubljana.
- Malinowski, Bronislaw (1999): *Vloga mita v življenju*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Št. 194, str. 33-43.
- Marcos (2003): *Ya basta! – Ten years of Zapatista uprising*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik I, št. Politikon 2.
- Meletinski, Jelezar M. (2001): *Bogovi, junaki, ljudje. Izbrani članki in razprave*. Založba/ *cf., Rdeča zbirka, Ljubljana.
- Musek, Janek (1990): *Simboli, kultura, ljudje*. Znanstveni inštitut Filozofske fakultete, Ljubljana.

- Nastran Ule, Mirjana (1994): *Temelji socialne psihologije*. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- Natek, Karel, Natek, Marjeta. (2000): *Države sveta 2000*. Mladinska knjiga, Ljubljana.
- Ošljaj, Borut (1998): *Mit, sinhronost, odgovornost*. Anthropos, št. 4-6, str. 79-90.
- Pečjak, Vid (1995): *Politična psihologija*. Samozaložba, Ljubljana.
- Rošker, Jana S. (1998): *O negaciji negativne utopije ali o čudežni preobrazbi volka v ovčje krzno: etika levičarskega terorizma*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik XXVI, št. 188, str. 75-83.
- Saney, Isaac (2004): *Cuba: A Revolution in Motion*. Zed Books, London
- Salecl, Renata (1991): *Disciplina kot pogoj svobode*. Krt, Ljubljana.
- Salecl, Renata. (1993). *Zakaj ubogamo oblast? Nadzorovanje, ideologija in ideološke fantazme*. DZS, Ljubljana.
- Simmel, Georg (1993): *Temeljna vprašanja sociologije (Individuum in družba)*. ŠKUC, Filozofska fakulteta, Ljubljana.
- Spahić, Besim (2002): *Kulturni marketing*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik XXX, št. Politikon 3.
- Sruk, Vlado (1995): *Leksikon politike*. Založba Obzorja, Maribor.
- Škamperle, Igor (2001): *Bajka je namreč sestavljena iz čudovitih stvari* (Spremna beseda k Meletinski: *Bogovi, junaki, ljudje*)
- Taibo II., Paco Ignacio (1999): *Guevara, also known as Che*. St. Martin's Griffin, New York.
- Therborn, Goran (1987): *Ideologija moči in moč ideologije*. Cankarjeva založba, Ljubljana.
- Velikonja, Mitja (1996): *Masade duha: Razpotja sodobnih mitologij*. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- Velikonja, Mitja (2003): *Mitografije sedanosti: Študije primerov sodobnih političnih mitologij*. Študentska založba, Ljubljana.
- Vodovnik, Žiga (2003): *Uvod v: Marcos: Ya basta! – Ten years of Zapatista uprising*. Časopis za kritiko znanosti, Ljubljana. Letnik I, št. Politikon 2, str. 29-51.
- Vovelle, Michel (2004): *Ideologije in mentalitete*. Studia humanitatis, Ljubljana.
- Vreg, France. (2000). *Politično komuniciranje in prepričevanje*. FDV, Ljubljana.
- Weber, Max (1990): *Trije čisti tipi legitimne oblasti*. Družboslovne razprave, letnik 7, št. 9, str. 126-133.

- Žižek, Slavoj (2000): *Mit med pred- in post-moderno*. Problemi, letnik XXXVIII, št. 4-5, str.13-37.

ČASOPISNI ČLANKI:

- Bošković, Dragiša (2001): *Zakaj se preganjajo po globusu?*, Delo-Sobotna priloga, str.17.
- Pust, Borut (2001): *Romantični upornik*. Radar, št. 279, str. 54-69.
- Gallagher, David (1995): *Mea Cuba*. Razgledi, št. 9, str. 18-19.
- Velikonja, Mitja (2002): *Mit je resničnost za tistega, ki vanj verjame in laž za tistega, ki ne*. Dnevnik, 23.11. 2002.

INTERNET:

- <http://www.cdk.si/soutripanje/st25/index25.htm>; 20.5.2004
- <http://www.che-lives/cgi/birdcast.pl>; 22.6.2003
- <http://www.che-lives.com/home/archive.shtml>; 15.7.2004
- <http://www.che-lives.com/home/index.shtml>; 15.7.2004
- <http://www.chiapaslink.ukgateway.net/ch1.html>; 9.7.2004
- <http://flag.blakened.net/revolt/mexico/comment/andrew-diff-feb01.html>; 9.7.2004
- <http://flag.blakened.net/revolt/zapatista.html>; 9.7.2004
- http://www.gape.org/geeklog/public_html/article.php?story=20031122171609451; 17.5.2004
- <http://www.geocities.com/recinenato/komentarji/globalni.html>; 25.4.2004
- <http://www.gwu.edu/nsarhiv/NSAEBB/NSAEBB%/#declass>; 10.5.2004
- <http://www.ljudmila.org/globala/arhiv/skupine/zapatista-index.html>; 9.7.2004
- <http://www.ruleless.com/cgi-bin/rull.exe?a=6&b=3&msgid=287>; 25.4.2004
- <http://www.thechestore.com/CheWebSite7A/CheText3.html>; 6.5.2004
- <http://www.thechestore.com/CheWebSite7A/CheText/AfroConference.html>; 6.5.2004
- <http://www.thechestore.com/CheWebSite7A/CheText/Biography.html>; 6.5.2004
- <http://www.thechestore.com/CheWebSite7A/CheText/FarewellLetter.html>; 6.5.2004
- <http://www.thechestore.com/CheWebSite7A/CheText/Man&Socialism.html>; 6.5.2004
- <http://www.thechestore.com/CheWebSite7A/CheText/Politics.html>; 6.5.2004