

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

RENATA MUIĆ

Mentorica: **doc. dr. Sandra Bašić Hrvatin**

Somentor: **red. prof. dr. Lev Kreft**

MEDIJSKA ESTETIZACIJA VOJNE

Diplomsko delo

Ljubljana, 2006

POVZETEK

MEDIJSKA ESTETIZACIJA VOJNE

Smo priče estetizacije sveta, kjer vsak predmet govori najprej estetski jezik in kjer je ontološka konstitucija sveta postala zgodba, estetska konstrukcija. Ta estetizacija je globalna in univerzalna in je preko estetizacije politike (totalitarni sistemi s kulti osebnosti, predsedniške konvencije t.i. zahodnega sveta) prešla v estetizacijo vojne. Medijsko estetizacijo vojne prikazujemo na primeru fotografije in televizije. Spremljamo lahko cenzuro tako imenovanih »blood and iron« fotografij, ki so jih izločali že v času prve svetovne vojne v Veliki Britaniji. Vsakič so strogo pregledali in izbrali le najprimernejši fotografski material za objavo v tisku. Poskusu nadzora nad medijskimi objavami je bila podvržena prav vsaka vojna do sedaj, le da ene bolj uspešno, druge manj. Kar je povzročalo vedno bolj sterilne podobe vojne in tako smo lahko začeli spremljati vojno brez žrtev, krvi in groze in ob tem uživati v spektaklu, ki je bil vedno bolj holivudski. Prototip estetizirane vojne je Zalivska vojna v 90. letih 20. stoletja, kjer trupla izginejo in horizont zavzame ognjemet.

Ključne besede: estetizacija, spektakel, vojna, mediji.

MEDIA'S AESTHETISATION OF WAR

We are witnessing an aesthetisation of the world, where every object firstly speaks the aesthetic language and where the ontologic construction of the world becomes a story, even more, an aesthetic construction. This aesthetisation is global and universal and through the aesthetisation of politics (totalitarian regimes with personality cults, presidential conventions of the so-called western world), it transcended into the aesthetisation of war. Media's aesthetisation of war is represented with help of photography and television. An example is the censorship of the so-called blood and iron photographs, which were prohibited during the First World War in Great Britain. The photographs were thoroughly examined and only the most appropriate ones were published. Until now every media coverage of the war was a subject of supervision, which led to more and more sterile images of war. Nowadays we can witness war without casualties, blood and horror images and enjoy a Hollywood spectacle. One of the prototypes of aesthetisation of war is the Gulf War in the nineties, when the corpses vanished and only fireworks remain.

Key words: aesthetisation, spectacle, war, media.

KAZALO VSEBINE

1. UVOD	3
2. GLOBALNA ESTETIZACIJA IN POSLEDICE ESTETSKE BREZBRIŽNOSTI	6
3. TEMELJNI POJMI POSTMODERNE	8
3.1. Svet postmoderne ali <i>svet za nalašč</i>	8
3.2. Homo aestheticus ali današnji trendovski posameznik.....	11
3.3. Družba spektakla.....	12
3.4. Informacija kot infotainment ali razvedracija.....	14
4. OBSTOJ IN PRIVLAČNOST ALTERNATIVNIH SVETOV	15
4.1. Disneylandovstvo, macdonaldizacija in postindustrijski shopping.....	16
5. MEDIJSKA ESTETIZACIJA VOJNE	20
5.1. Proces estetizacije sveta.....	20
5.2. Estetizacija politike in politizacija estetike: Kratek ekskurz v metodo fašizma, nacizma in komunizma.....	22
5.3. Estetizacija politike doseže svoj vrhunec v estetizaciji vojne.....	24
5.4. Primer groze v vizualni umetnosti – Goya in Picasso.....	30
5.5. Zaliv – vojna, ki je ni bilo.....	35
5.6. Dogodek 9/11.....	37

6. RAZVOJ MEDIJSKE TEHNOLOGIJE – POT OD VOJNEGA POROČANJA DO VOJNEGA SPEKTAKLA s poudarkom na vojni fotografij	38
6.1. Telegraf.....	39
6.2. Fotografija in estetiziranje vojne.....	42
6.3. Ponaredki v zgodovini vojne fotografije.....	45
6.4. Moralne dileme vojne fotografije.....	51
6.5. Vojarizem vojnih fotografij.....	54
6.6. Od fotografije k televiziji.....	56
6.7. Zaton vojne kot spektakla – podobe groze ponovno izven nadzora?.....	60
7. SKLEP	63
8. VIRI IN LITERATURA	66
8.1. Slikovno gradivo.....	68
8.2. Spletni viri.....	68

1. UVOD

Cilj naloge je pokazati, da smo priče estetizaciji sveta, kjer vsak predmet govori najprej estetski jezik. Ta estetizacija je globalna in univerzalna in je preko estetizacije politike (totalitarni sistemi s kulti osebnosti, predsedniške konvencije t.i. zahodnega sveta) prešla v estetizacijo vojne. Vojna kot biznis je neločljiva od politike in medijev. To je magični trikotnik, kjer se ne ve, kje se začne eno in konča drugo. Ted Turner, lastnik CNN, je desetletja posloval z izgubo in potrpežljivo čakal, dokler ni njegova televizija postala to, kar je danes. In ni ga proslavil kakšen kulturni športni dogodek, ampak vojna. Zalivska vojna leta 1991, ko je ves svet prvič v zgodovini spremljal vojno dogajanje **v živo**.

Opredelili in razložili bomo pojem estetizacije sveta v postmoderni, kjer je ontološka konstitucija sveta zgodba, estetska konstrukcija. Pokazali bomo, da je z razvojem medijev (od fotografije, radija, telegrafa, do televizije in drugih digitalnih medijev) kakršnakoli resničnost – torej tudi groza, bolečina in smrt – vedno bolj posredovana kot estetski fenomen.

Mediji, skupaj z zabavno elektroniko, kibernetiko in ostalo ponudbo tehničnih igrac danes obvladujejo svet in vsakega posameznika. Le-ta se usmerja k izbiranju med različnimi življenjskimi stili ter se popolnoma prepušča postmodernemu estetskemu ugodju. Današnjo medijsko kulturo določa logika spektakla, ne glede na to, na katerem življenjskem področju se gibljemo – šovbiznis, šport, politika. Spektakli sodobne družbe vodijo tudi potrošniško usmerjene življenjske stile, spodbujene s komercializacijo in materializacijo. Tako sodobnega posameznika različni teoretiki tretirajo zelo različno, Strehovec o njem pravi tako: »Postal je sinonim za lahek, voljan, manipulabilni objekt, ki ga medijski mogotci s pridom izkoriščajo.

Primerjamo ga lahko z Neronovim pogledom na goreči Rim: očaranje nad impresivnim pojavom, ne glede na dejanske posledice« (Strehovec, 1995: 24). Tisto impresivno, ki nas na medijih tako očara, pa je verjetno tisto lepo, prijetno, kar vidimo in ki lahko pomirja, da občutek varnosti, usmerja k popolnosti ter je dokaz in atribut svobodnosti. Toda hkrati je to maska, vaba, šminka dodana pojavom ali simulirana le zato, da bi njeni uporabniki verjeli v prevaro, trik. Kellner (2006) pa navkljub temu gledalca ne postavlja v vlogo pasivnega in konformističnega lenuha, kot je to značilno za Deborda v Družbi spektakla (Debord, 1999) ali pred njim Adorna v Dialektiki razsvetljenstva (Adorno, 1947/2002) in druge predstavnike kritične teorije. Hkrati pa jim tudi ne podeljuje kritične in samosvoje držje. »Današnji gledalci torej niso na milost in nemilost prepuščeni medijski kulturi, zato pa jim lahko medijska analiza in kritika pomagata pri kompetentnejšem upravljanju z mediji in razumevanju njihove kulture, da lahko bolje razumejo svet in ga bolj demokratično urejajo.« (Winter, R.: 2006: str. 111)

Ali mediji dejansko z lepo embalažo zapeljujejo gledalca, kupca ali volivca. Ali se gledalec zaradi svoje varne razdalje aktivno pusti zapeljati? To bomo v pričujočem delu poskušali raziskati na primeru vojne.

S postmoderno družbo kot estetizirano pa se pojavi nova vrsta vojne. Ne gre več, tako kot nekoč, za »tele-avdicijo (druga svetovna vojna), niti ne za tele-vizijo (vietnamska vojna), temveč za pravo tele-akcijo, se pravi za vzpostavitev neke interakcije med partnerji te vojne: tistimi, ki jo dejansko bojujejo, in tistimi, ki jo sočasno opazujejo« (Virilio, 1991: 32). Prelomna točka pri tem je prva Zalivska vojna; od takrat naprej se zverzira celotna industrija sterilnih, medijsko podprtih in cenzuriranih vojnih slik na eni strani (zveneča imena vojnih operacij, predvajanje vojne "v živo" 24 ur na dan, problem embedded novinarstva), na drugi strani pa so tu še ambicije novodobnih teroristov, da o njih poročajo mediji, kar seveda pomeni, da

morajo tudi njihove akcije pripeljati do estetskega vrhunca. Samomorilski napadalci so pri tem tisti, ki opredeljujejo "prime time" TV programov in povečujejo gledanost.

Vse skupaj podpira potreba po tem, da je treba biti viden, da bodo drugi vedeli da obstajaš. Če nihče ne ve za vojno in je nihče ne vidi, ne obstaja. Tipičen primer za to je afriška celina. Vojno je treba uprizoriti tudi medijsko, ne le dejansko, lahko bi celo rekli, da je slednje manj pomembno od prvega.

Medijsko estetizacijo vojne bomo prikazali na primeru fotografije in televizije. Spremljali bomo cenzuro *blood and iron*¹ fotografij skozi različne vojne, dokler se nam ne bo razkrilo, da smo na skrajni točki prišli do sterilne vojne, tako zelo sterilne, da se lahko vprašamo, ali je sploh bila. Z zadnjimi dogodki, ki so s svojo spektakularnostjo zbudili pozornost, pa bomo opazovali obrat nazaj v podobe, ki prinašajo grozote vojne. Uredniška politika daje prednost aktualnosti pred estetsko in pomensko vrednostjo – ob nedavnih bombnih napadih v Londonu so naslovnice največjih časopisov preplavile fotografije, narejene z mobilnimi telefoni, ker so bili posnetki pač narejeni, preden so fotoreporterji sploh prišli na kraj dogodka. Enako se je zgodilo s fotografijami ameriških zlorab iraških zapornikov, v tem primeru digitalnih fotografij nastalih znotraj ameriške vojske, ker fotografi pač niso imeli dostopa do kraja dogodka; digitalni arhiv torej ni bil delo profesionalnih fotoreporterjev, temveč mladih ameriških vojakov.

¹ *Blood and iron* ali *kri in železo* so v prvi svetovni vojni imenovali fotografije, ki jih zaradi preveč okrutnih prizorov niso nikoli objavili (glej Taylor, 1991: 43).

2. Globalna estetizacija in posledice estetske brezbržnosti

Polepšanje in stilizacija sveta sta danes vseprisotna, »živimo sredi doslej nepoznane estetizacije² realnega sveta (Welsch, 1998: 13). Pojavi globalne estetizacije so, pravi Welsch, precej očitni: v urbanih področjih bogatega zahodnega sveta je v zadnjih letih skoraj vse doživelo olepšavo, gospodarstvo ima velik dobiček od potrošnikove težnje, da bi si kupil pot v estetski življenjski slog. Celo ekologija postaja »olepševalni sektor«, ki daje prednost stilizaciji okolja v duhu estetskih idealov in, konec koncev, je genetski inženiring neke vrste plastična operacija.

»Estetizacija je postala globalna in prvobitna strategija, kar je imelo vpliv tako na sodobno kot tudi na tradicionalno estetiko« (ibid.: 14).

Vendar je v 21. stoletju že čutiti razočaranje nad sedanjo estetizacijo. Zdi se, da strategija globalizirane estetizacije postane svoja lastna žrtev. Konča, kot pravi Welsch, v *anestetizaciji*. »Globalizirano estetiko izkusimo kot nadležno in celo kot grozo. **Estetska brezbržnost**³ tako postane razumna in skoraj neizbežna drža, da bi ubežali vsiljivosti skoraj povsod navzočega estetskega. Anestetizacija – naše zavračanje nadaljnega zaznavanja božansko polepšanega okolja – postane strategija« (ibid.: 15).

² kjer estetizacija pomeni, da tudi neestetsko naredimo estetsko ali ga razumemo kot takega.

³ poudarek dodan naknadno, op. a.

»Podobe in estetski vzorci danes očitno prevladujejo ne le v trenutnem oblikovanju realnosti, temveč tudi v sedanjem posredovanju in razumevanju realnosti. Včasih je moralo nekaj, da bi veljalo za resnično, biti verjetno, medtem ko mora biti danes estetsko sprejemljivo. Estetika je postala nova vodilna valuta v trgovanju z realnostjo« (ibid.: 16).

Posledica tega je *derealizacija realnosti*, pojem, ki ga sicer z drugačnim poimenovanjem – realnost kot simulacija, simulaker, uporablja tudi Baudrillard. Realnost, posredovana skozi elektronske medije, ustvarja posebno medijsko estetiko, ki daje prednost mobilnosti in breztežnosti teles. »Karkoli vstopa v področje televizije, stopi v področje spremenljivosti namesto stalnosti. Če kjerkoli obstaja »lahkost bivanja«, je to v elektronski sferi. Skladno s tem mediji sami vedno bolj predstavljajo svoje podobe v virtualnih in igrivih oblikah« (ibid.: 17).

Ta proces derealizacije pa pušča svoj pečat povsod – ker je televizija glavni vzor realnosti, vsakdanjo realnost dojemamo vedno bolj v skladu z medijskimi vzorci. »Realno zgublja svojo vztrajnost, obveznost in resnost; zdi se, da postaja vse lažje, manj zatirajoče in manj obvezujoče«

(ibid.: 17). Realnost, kot nam jo predstavljajo mediji, je tako vsiljiva in vseprisotna, da ne povzroča več prizadetosti ob prizorih realnosti, ki nam jih ponuja, temveč nasprotno, *brezbrižnost*. Posledica tega je, da postaja naš odnos do realnosti – v medijih in zunaj njih – vse bolj podoben simulaciji. Realnosti nič več ne jemljemo tako resno. Če sploh, nas predramita le spektakel in šok.

3. TEMELJNI POJMI POSTMODERNE

»Realno ni več prototip estetskega. Realnost je konstituirana estetsko.«

(Lev Kreft)

3.1. Svet postmoderne ali "svet za nalašč"

Svet 90-ih let 20. stoletja in začetek 21. stoletja je okolje, v katerem je vse za nalašč, se pravi umetno, konstruirano, narejeno, kar se da oddaljeno naravi in izvirnikom. Narejeni in simulirani, hiperrealni in virtualni *ersatz* svet postaja poglobitni svet današnjega posameznika, živečega v postindustrijskih družbah potrošnje in informacij, ki postajajo vedno bolj tudi družbe zabave. (Strehovec, 1995:160)

Svet za nalašč je oblikovan tako, da je kar se da prijeten za tiste, ki jim je namenjen, torej za posameznike, ki razumejo njegove dominantne trende v smislu spektakelskih dogodkov, nakupovanj, flaneurstva, pustolovščin, iger, zabave, tveganih dejanj, medijev, (množičnega) športa, mode, popularne kulture in jetseta.

Danes smo torej priča procesu, ki se mu reče **estetizacija sveta**. Estetsko uživanje življenja je postalo vsakdanje dejstvo. Naša izkušnja sveta je estetska izkušnja.

Estetizacija sveta pomeni, da je vse že konstituirano (vzpostavljeno) za sodobnega človeka. Globalni svet je socialno- historično estetiziran. Vsi objekti sveta, vso blago dobi poleg uporabne in menjalne vrednosti še eno vrednost- Baudrillard ji pravi »estetska vrednost«; vrednost določenega načina življenja. (Baudrillard, 1999:15) Ne prodaja se več blago, temveč estetska strukturiranost blaga. Blago nas lovi s svojo estetsko auro,

dekorjem, imidžem. Estetsko ni več privilegirana lastnost umetniškega dela ampak pripada slehernemu. Še denar postane estetski fenomen, ki ponuja estetski življenjski stil. Vsak predmet govori najprej estetski jezik in ta estetizacija je **globalna** in **univerzalna**. Prešli smo iz industrijske v estetsko družbo. Če je bil v industrijski družbi bistven produktivizem in masovna proizvodnja, je v estetski *poleg* tega dvojega bistveno to, da se proizvaja **podoba/izgled**, kjer se celo masovno proizveden produkt kaže kot estetsko enkratno.

Tu ne gre le za modo in kozmetiko, šminko. Estetizacija ne zadeva zgolj zunanjih, površinskih učinkov, se pravi mode, stylinga in drugih iger z obliko. Estetsko je vse tisto, kar prijetno učinkuje na čute, jih stimulira, "nagovarja", zaposluje in zadovoljuje. Tudi ni nekaj samoumevno pozitivnega, temveč je pogosto prijem manipulacije- določene dele dejanskosti se estetizira zato, da bi jim lepa preobleka priskrbela višjo vrednost.

Estetizacija okolij stopnjuje zanimanje obiskovalcev za v njih predstavljene vsebine in jih priklepa na zadrževanje v takih okoljih. Tradicionalni blagovni artikli ter storitve vojaštva, politike, industrije zabave, industrije informacij, religije in celo znanosti se torej prodajajo s pomočjo lepote, se pravi preko posebnih "estetskih marketingov" (Langman, 1992: 41,42).

Osnova tistega, čemur rečemo dejanskost, je v postmoderni dobi že popolnoma fikcijske narave. **Realnost = fikcija**. V postmoderni zastavitvi⁴ je ontološka konstitucija sveta zgodba, estetska konstrukcija. Dejanskost je naš lastni estetski proizvod. Ves svet je teatrum mundi, je spektakel, Truman show. Svet je prizorišče popolne fikcije. Splošna naravnost Baudrillarda je, da uživa v tej postmodernosti. Ne gre za to, da ljudje ne umirajo *zares*, ampak da *zares* to nič več ne pomeni. Ali kot je rekel Walter Benjamin: »Človeštvo uprizarja svojo katastrofo, da bi lahko v njej uživalo« (Benjamin, 1998: 43). Kakor pravi slovita fašistična maksima: naj živi umetnost,

naj propade svet! Še več, če estetizacijo sveta privedemo do skrajnosti, nam lahko sporoča nekako tako: glavni razlog za dogajanje Zalivske vojne je bil estetski užitek. Glavni razlog za Afganistan je bil estetski užitek. In glavni razlog za Irak je estetski užitek.⁵

Estetsko, ki prevladuje na začetku tretjega tisočletja je prav demonsko estetsko, torej estetsko, namenjeno čutnemu očaranju ne glede na posledice.

⁴ klasična filozofska zastavitev: realnost=narava, ki obstaja tudi, če ji obrnemo hrbet; kantovska zastavitev: do naravnega, tudi če je, ne moremo priti.

⁵ seveda, če bi nadaljevali v tej smeri, se kmalu zapletemo v precejšnje protislovje s trditvijo, da so tudi teroristični napadi nekakšne umetniške instalacije s ciljem estetskega ugodja. Seveda ni ničemur od zgoraj naštetega razlog estetski užitek, gre zgolj za to, da večji kot je spektakel, več se pojavlja in bolj šokira, če še sploh.

3.2. Homo aestheticus⁶ ali današnji trendovski posameznik

“Leitfigur” sodobnega sveta pa je homo aestheticus. Ta je senzibilen, hedonističen in rahlo narcisoiden. In dominantna podoba sodobnega sveta sporoča, da je ta svet narejen ravno za ta tip človeka. Vse doživlja in uživa v neki igrivi distanci, v izbiri užitkov, ne pa v kaki etični ali moralni drži. Skratka, estetsko razsežnost ima za pomemben del kvalitete življenja. Vključuje se v družbo doživetij, prostega časa in spektakla.

Homo aestheticus je širši pojem od *homo ludens*, vendar je v zvezi tudi z njim, kajti estetski človek je v igrivem odnosu do dejanskosti. Uživa v simulacijah in pri vseh dejavnostih, v katerih je medij lahek in voljan, kar pomeni, da se mu ne upira, mu omogoča kot *tv zapping* lahkotno izbiranje. Estetsko v zvezi s homo aestheticus ni le področje, lastno čutom, temveč tudi sinonim za lahek, voljan, manipulabilni način, ki postavlja v oklepaje svet kot področje neizprosne pravne in moralne sankcioniranosti. (Strehovec, 1995: 14).

Homo aestheticus je zainteresiran za bistveno učinkovitejše zaznavanje, zato se odpira izzivom novih tehnologij, s pomočjo katerih bi lahko uril svoje možgane za zaznavo vedno hitrejših, gostejših, pestrejših in šokantnejših čutnih dražljajev.

⁶ to je oznaka, ki jo prvi uvede nemški filozof postmoderne Wolfgang Iser v svojem delu iz leta 1996- *Aesthetisches Denken*. Od njega jo prevzame Janez Strehovec in marsikateri drugi filozof postmoderne.

Že Platonova prisposoba o votlini daljnosežno anticipira položaj današnjega "video posameznika", postavljenega pred TV zaslon in obsojenega na spremljanje TV resničnosti, ki prej ali slej postane zanj prva in merodajna resničnost; hierarhično jo postavlja nad druge oblike resničnosti in glede na njo tudi presoja okolje⁷.

3.3. Družba spektakla

Po Debordu spektakel »združuje in razlaga paleto disponentnih pojavov (Debord, 1999: 10). Z izrazom spektakel opisuje medijsko in potrošniško družbo, »skupaj s paketiranjem, promocijo in razstavljanjem blaga ter proizvodnjo in učinki vseh medijev« (Kellner, 2006:134). Kellner pa za Debordom in po njem uvede pojem *megaspektakla*, ko nekateri spektakli postanejo določujoči dogodki epohe. Ti segajo od blagovnih spektaklov, kakršen je McDonald's, do, kot pravi Kellner, megaspektakularnih političnih ekstravaganc, kot je zalivska vojna leta 1991 ali vojna proti terorju, ki določa sedanji čas.

Kellner megaspektakel definira kvantitativno in kvalitativno. »Osrednji medijski spektakli epohe prevladujejo v novicah, žurnalizmu in internetni brkljariji. Poudarjeni in strukturirani so kot ključni dogodki časa, kakor ... teroristični napadi 11. septembra ter njihove nasilne posledice, vključno s trenutnim iraškim spektaklom (Kellner, 2006, 135). Megaspektakli so tisti

⁷ Kuzmanić (2002:70, 71) uporabi izraz, da televizija "udomačuje" in občinstvu postavlja nek mentalni okvir. Ta proces vidi kot "neko velikansko mašino za mletje mesa, ki ji je skrajno vseeno, katero meso melje...na koncu vedno izbruha eno in isto klobaso" (ibidem).

pojavi medijske kulture, ki dramtizirajo svoje spore in boje, kot tudi svoje načine reševanj konfliktov. Vsebujejo tiste pozornost vzbujajoče dogodke, ki jim pravimo poročila – »pojav, ki je bil v epohi medijskega senzacionalizma, političnih škandalov in nesoglasij, domnevno nikoli končane kulturne vojne ter nove vojne terorja tudi sam podvržen logiki spektakla in tabloidizaciji« (ibidem).

Če sledimo poročilom v medijih je očitno, da sodobno politiko tudi zares kroji logika medijskega spektakla. Če je bila Zalivska vojna leta 1991 prvi tak dogodek, kjer je ves svet po TV zaslonu lahko v živo, tako rekoč »in real time« opazoval dramatično vojaško akcijo v Iraku, so se podobni medijski spektakli le še stopnjevali in množili. Tako smo lahko spremljali Clintonove spektakle v povezavi s seksom in interpelacijo, Bushevo noč vročih volilnih izidov, teroristične napade 11. septembra, španske volitve leta 2004, ko se je jeziček na volilni tehtnici prevesil ravno zaradi podtikovanja krivde za madridske teroristične napade baskovski ETI.

Mnogi razloge za spektakelsko prikazovanje dogodkov pripisujejo tudi temu, da globalno medijsko kulturo vedno bolj obvladujejo ogromne megakorporacije, ki združujejo zabavo, informacije ter širok razpon medijskih in potrošniških proizvodov. Mediji, zabava in informacije se vedno bolj združujejo v novi kulturi Infotainmenta, kot jo imenuje Kellner. V prid tej ugotovitvi pričajo tudi velike in odmevne spojitve v telekomunikacijski industriji, združujejo se televizijske mreže, zabaviščni in korporativni konglomerati. »Do leta 2002 je deset gigantskih multinacionalnih korporacij (AOL Time Warner, Disney-ABC, general Electric-NBC, Viacom-CBS, News Corporation, Vivendi, Sony, Bertelsmann, AT&T in Liberty Media) nadzorovalo večino produkcije informacij in zabave po vsem svetu« (Kellner, 2006: 139).

3.4. Informacija kot infotainment ali razvedracija

»Zabava je bila vedno osrednje področje spektakla, vendar sta zabava in spektakel v današnji družbi *infotainmenta* prodrli na področja ekonomije, politike, družbe in vsakdanjega življenja na pomembne nove načine« (Kellner, 2006: 139).

Za Kellnerjev pojem *infotainment* Kreft vpelje slovensko skovanko *razvedracija* in jo opredeli kot tisto, ki je »nastala na vezivnem tkivu razvedrila in informacije« (Kreft, 2006: 120) in drugje kot »informacija in razvedrilo, zapakirana v enotno blagovno formo« (ibid.:120).

4. OBSTOJ IN PRIVLAČNOST ALTERNATIVNIH SVETOV

"Virtualno eksistira, ne da bi dejansko eksistiralo, kajti zgošča se v možnem. V tem pogledu virtualno ni nasprotje realnemu, temveč se zoperstavlja aktualnemu, ki se uresničuje."

(Edmond Couchot)

Danes, na začetku 21. stoletja, je področje videza bistveno širše in bolj artikulirano, kot je bilo kdajkoli prej, kajti obsega tisto, kar Strehovec (1994:18) označi s terminom *alternativni svetovi*, med katerimi imajo pomembno mesto tudi t.i. virtualni svetovi, povezani z elektronskimi simulacijami.

Dani naravni svet je vedno bolj le eden v množici naravnih, umetnih in alternativnih svetov, ki soobstajajo v postmoderni pluralni dobi in si hkrati konkurirajo. Postavlja se vprašanje, ali so lahko alternativni svetovi naravnemu enakovredni. Če se odmisli primat ekskluzivne prve resničnosti naravnega sveta in se vključijo tudi načela ustvarjalnosti, izvirnosti in individualnosti pri strukturi alternativnih svetov, ti nikakor ne izgledajo kot nižjerazredni in manj kvalitetni.

Določeni alternativni svetovi naravnemu sicer obstajajo že od vedno-tako poznamo na primer beg v literarizirani svet; ta in podobni so svetovi, ki obstajajo drugače od naravnega sveta. Vendar za homo aestheticusa današnjega časa ne pridejo več v poštev. Bliže je modernejšim oblikam

alternativnih svetov, kot sta industrijski svet (v smislu umeščanja umetnega v naravno) in informacijski svet (mediji in telespektakel).

Estetsko področje, se pravi simulirana in umetelna okolja, polno in bogato nagovarjajo čutnost in so kar se da oddaljena od danega sveta, in sicer oddaljena v smislu lahkotnosti in ravnodušnosti do dane resničnosti in njenih praktičnih, zgodovinskih, etičnih in socialnih obremenitev. »To so okolja, ki so tkana kot utopične pokrajine za igriva izkušanja, pa tudi za zanos, ekstazo in vrtoglavično drogiranost« (Strehovec, 1994:56).

4.1. Disneylandovstvo, macdonaldizacija in postindustrijski šoping

Svet iger, in sicer množičnih, od športnih do hazardnih, stimulirata tudi sodobna urbanizacija in arhitektura s projektiranjem in oblikovanjem t.i. tematskih parkov kot področij zabave, doživetij in iger, po zgledu Disneylandov, Gardalanda, Mini Evrope in Virtualnega sveta (digitalni tematski park pri San Franciscu), področju igre pa se odpirajo tudi tiste značilne ustanove postmoderne sveta, ki se jim pravi nakupovalna središča (shopping malls).

V sodobnih urbanih okoljih je veliko mest, kamor se zgrinjajo množice med svojim prostim časom. »Vsako obdobje ima svoj način organiziranja časa, prostora, obnašanja, občutenja in naziranja, skuša artikulirati *main stream* družbene identitete, ki implicira tudi določene obrazce zidave, naselitve in gibanja« (Langman, 1992: 93). Kako je s prostori, ki so značilni za tiste trende postindustrijske in potrošniške družbe, ki vodijo v smeri družbe spektakla, kulture, potrošnje, uprizorjenih dogodkov in zabave?

Lahko tudi v sedanjosti odkrijemo načine in oblike zidave, se pravi značilne organizacije prostora?

Po katedrali kot simbolu in simptomu predindustrijske družbe, po tovarni kot emblemu industrijske družbe, nastopijo nove strukture, ki so značilne prav za postindustrijske, potrošniške in spektakelske trende: novodobna kulturna središča (londonski Barbican, muenchenski Gasteig in, zakaj ne, ljubljanski Cankarjev dom), tematski parki (od Disneylanda do Gardalanda) in nakupovalna središča, lahko pa bi omenili tudi sodobne športnorekreativne centre s kompleksno ponudbo, ki sodijo med prostore današnjih trendovskih dejavnosti, kajti v njih prihaja do produktivnega povezovanja športa, množične rekreacije, zabave, mode in nakupovanja, prav tako pa do povezovanja dveh (filozofskih) načel, in sicer discipline in hedonizma (modne diete in šport). (Strehovec, 1995:169)

V postindustrijsko nakupovalno središče (shopping mall) ne greš samo zato, da bi v njem nakupoval, temveč se greš tja pokazati, zabavati, sprostiti, rekreirati in tudi drogirati z njegovimi fantazmami. Novodobni kupec se odpravlja na "šoping" tudi v smislu razvedrila, ogledovanja in druženja, podobnega turističnim dejavnostim, kajti samo dejanje nakupa je zdaj le vrh ledene gore zelo različnih priložnostnih dejavnosti.

Tako stanje kulture; kulture kopij, brezčasnosti in obredov ponavljanj, kjer je izvirnik že skoraj v celoti odsoten, uspeva v okoljih amerikanizacije, macdonaldizacije in disneylandovstva. Gre za homogenizacijo, globalizacijo in trivializacijo⁸ okusa in abstrahiranje od etnokulturnih značilnosti. Pri tem

⁸trivializacija v smislu Welschevega pojma "anestetsko" (Welsch, 1994: 33,34): proizvaja se umetni "kot da", efekt razglednice, ne gre več za neposredno čutenje stvari, za vse že v naprej vemo, kako bo izgledalo.

je treba nujno upoštevati nov koncept kulture, ki velja za sodobno družbo in ga Welsch imenuje *transkulturalnost* (Welsch, 2001: 18). Sodobno stanje kultur je namreč takšno, da omrežje kultur ne pozna nobenih meja več, ne obstajajo več posamične kulture v Herderjevem⁹ smislu. Vsaka kultura je že v stiku z vsemi drugimi na zemeljski obli in globalna kultura je seštevka vseh teh kultur (in prav v rezultat tega seštevka lahko umestimo homogenizacijo okusa v smislu macdonaldizacije ipd.). Značilna je torej *hibridnost*- cepitev; vse kulture se cepijo ena na drugo. Kulture, ki bi rastla iz lastne čistosti ni več, pravzaprav je na delu *kreolizacija* kultur in za takšne kreole ali hibride je nemogoče reči, iz česa so sestavljeni.

Macdonaldizacija kulture je izrazito globalna, nadnacionalna in stereotipna pri oblikovanju svojih izdelkov, pa tudi svojih odjemalcev, potrošnikov, strank. Ti si kot "instantni posamezniki" na različnih koncih našega planeta izoblikujejo stereotipni okus in potrebe, da kupujejo in trošijo izdelke po zgledu hamburgerjev, hollywoodskih filmov, mode oblačenja velikih družb, informacij na način CNN ter glasbene in video instant zabave, kodirane z MTV. (Strehovec, 1995:7)

Disneyfikacija implicira poseben segment macdonaldizacije: naredi nekaj, kar je všečno vsem, ne glede na etnokulturne posebnosti, prav tako pa predpostavlja tudi strogo standardizacijo, racionalizacijo in sterilizacijo, pospremljenim z doziranim, skrajno ekonomičnim jezikom enostavnih ukazov (seveda v angleščini kot novodobni *lingui franci*). Potem je tu še ideološka nadgradnja amerikanizacije, ki preko vrste simbolov in

⁹ ko Herder 1784-1791 piše svoje *Očrte za filozofijo zgodovine človeka* opredeli tri procese, skozi katere se *posamezna* kultura konstituira kot kultura (socialna homogenizacija, etnična konsolidacija, interkulturalna delimitacija).

povečevanja tehnike poudarja varnost in uspešnost. Prav tako korespondira z vrsto pocukranih stereotipov o zmagi dobrega nad zlim, izvorni nedolžnosti in zgodbah s srečnim koncem.

5. MEDIJSKA ESTETIZACIJA VOJNE

"Za sliko ni več realnosti; vsa realnost je vsebovana v njej."

(Vilem Flusser)

5.1. Proces estetizacije sveta

Ko govorimo o estetiziranosti sveta, smo pri estetizaciji kot procesu, ko se neestetsko naredi (za) estetsko, in to za nalašč, se pravi v smislu nabijanja menjalne vrednosti ali učinkovanj fascinantnosti in prijetnosti tistim stvarim, ki se jih estetizira. (Strehovec, 1995:160)

Svet, ki je za nalašč, vključuje interes, in tudi estetizacije so že od nekdaj oprte na interes. Spomnimo naj na estetizacijo politike, javnosti in dela v Tretjem rajhu, na estetizacijo politike sploh v vseh totalitarnih režimih, od fašističnega do titoističnega, in tudi na strankarske in predsedniške konvencije t.i. zahodnega sveta.

Walter Benjamin v sklepu besedila z naslovom »Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati«, postavlja italijanskega futurističnega pesnika Marinettija¹⁰ v vlogo pisca »fašistične apoteoze vojne« (Benjamin, 1998: 175). Benjaminovo besedilo, nastalo leta 1935, sovpada z nemotenim

¹⁰ **Filippo Tommaso Marinetti** (1876 – 1944), italijanski pesnik, avtor futurističnega manifesta in tudi sicer pripadnik italijanskega futurizma, ki se je na sceni pojavil kot prvo gibanje »evropske zgodovinske avantgarde, z opredeljeno globalno umetnostno in zunajumetnostno ideologijo, naperjeno zlasti zoper tradicijo simbolizma in družbo, ki je omogočala njegovo prevlado« (Troha, 1993: 5). Sicer pa je dokaj neenotno gibanje svoj vrhunec doseglo že v letih 1914 – 1918, vendar se odlično sklada s fašistično doktrino.

vzponom fašistične doktrine. Zdi se, kot da je bil sklep dodan naknadno. V njem je čutiti grenkobo spoznanja, da je med največjimi apologeti neizogibne vojne ravno umetnik, čeprav futurist. »V Marinettijevem Manifestu k etiopski kolonialni vojni piše:

... Vojna je lepa, saj s plinskimi maskami, z grozo zbudajočimi megafoni, plamenometi in tanki utemeljuje človekovo oblast nad podjarmljenim strojem. Vojna je lepa, ker vzpostavlja sanjano metalizacijo človeškega telesa. Vojna je lepa, ker cvetočo livado bogati z ognječnimi orhidejami mitraljezov. Vojna je lepa, ker združuje v enkratno sintezo strele iz pušk, kanonade, premore med bojem, vonje in duh po razpadanju. Vojna je lepa, ker ustvarja novo arhitekturo, kot je arhitektura velikega tanka, geometrijskih jat bojnih letal, dimne spirale nad gorečimi vasmami in veliko drugega ... pesniki in umetniki futurizma, spomnite se teh načel estetike vojne, da bi z njimi osvetlili boj za novo poezijo in novo plastiko. (ibid.: 176).

Nasilje se v osnovah futuristične ideologije kaže zelo očitno. Lahko bi ga strnili v pojme: »optimistični vitalizem, agresivnost in destruktivnost« (Troha, 1993: 6). To pa se odraža tudi v tako imenovani estetizaciji politike z »apologijo vojne in nacionalizma, v konceptu eksistence umetnosti z energičnim aktivizmom in dinamizmom, ki sta podlaga kultu hitrosti in občutju o nastajanju oziroma prihodnosti, ter z odporom do tradicionalne kulture; ta je označena kot izumetničena in sterilna, zato jo hoče futurizem nadomestiti z naravnim, intenzivnim in herojskim življenjem« (ibidem).

Estetizacija vojne torej ni nekaj, kar je nastalo pred kratkim, kar bi bilo morda celo produkt spektakelskega koncepta sodobne družbe. Le da se z napredkom medijskih tehnologij estetizacija stopnjuje, postaja *spektakularna, senzacionalistična*, tudi zato, ker so taki tudi mediji, ki o njej poročajo.

5.2. Estetizacija politike in politizacija umetnosti:

kratek ekskurz v metodo fašizma, nacizma in komunizma

»Fašizem dosledno teži k estetizaciji političnega življenja«, opominja Benjamin in nadaljuje: »Vsa prizadevanja po estetizaciji politike se ujemajo v eni točki. Ta točka je vojna. Vojna in samo vojna omogoča, da množična gibanja dobijo cilj, ohranijo pa se preživeli lastninski odnosi. Tako politika formulira dejansko stanje. Tehnika pa ga formulira tako: samo vojna omogoča mobilizacijo vseh sodobnih tehničnih sredstev in hkrati ohranitev lastninskih odnosov« (Benjamin, 1998: 175).

Podobno, morda še bolj dovršeno, je prijeme estetizacije obvladala nacistična propaganda. Vzor tega so zagotovo znameniti shodi nacional-socialistične stranke, ki jih je dokumentirano snemala Leni Riefenstahl, najbolj grandiozni so pri tem kadri stotisočglave množice, posneti iz ptičje perspektive. Primer takega dokumentarnega filma je štiriurni *Triumph des Willens*, ki ga je avtorica posnela med berlinskimi olimpijskimi igrami leta 1936. »S posnetki od zgoraj prikazuje urejeno *korakanje* množice, športnikov, in nato zgoščevanje nacističnih zastav z močnim teleobjektivom na kameri« (Hočevar, 1999: 32). Čeprav so ji zelo zamerili njeno povečevanje nacizma, je njeno delo v marsikaterem pogledu odraz grandioznosti in narcisoidnosti tedanje dobe, dokument v pravem pomenu besede.

Pred ljudstvo je bil tako v fašizmu kot nacizmu postavljen kult vodje, ki je namenjen neposrednemu pritisku nanje, medtem ko je ostalo bistvo skrito za lepim pročeljem grandiozne arhitekture, impresivnimi shodi, veličastnimi govori, vse dokler ni bilo že prepozno. To, da jo je Marinetti skušal čimbolj polepšati, lahko pripišemo navdušenju futuristov nad svetom

moderne civilizacije – »poleg vojne in mesta predvsem svet materije in strojev ter vse, kar je povezano s hitrostjo« (Troha, 1993: 6). Plamenoletalci, geometrijske jate letal in podobno kažejo na veliko navdušenje članov gibanja nad najnovejšimi tehničnimi dosežki. Kot otroci, ki so se dokopali do najnovejše igranje in bi jo radi čim hitreje preizkusili.

»Tako je z estetizacijo politike, ki jo uganja fašizem. Komunistem mu odgovarja s politizacijo umetnosti« (Benjamin, 1998: 176).

Komunistem umetnost politizira. Navidez svobodna se giblje v okvirih, ki jih določa režim. Fašizem po drugi strani skozi umetnost dobiva določeno raven apologije, določeno podporo na poti politike nacionalizma in vojne. In če smo na eni strani omenili grandiozno arhitekturo, lahko enako rečemo tudi za drugo, s tem da se komunistem ponaša še z neverjetnimi monumentalnimi spomeniški in drugimi dosežki, vse pod režimskim nadzorom. Umetnost naj služi množicam, naj se jim čimbolj približa, medtem ko so umetniki skoraj politiki. Bližina oblastnim strukturam je pomenila slavo, tudi umetniško.

5.3. Estetizacija politike doseže svoj vrhunec v estetizaciji vojne

S postmoderno družbo kot estetizirano pa se pojavi nova vrsta vojne. Prelomna točka pri tem je prva Zalivska vojna; od takrat naprej se zverzira celotna industrija sterilnih, medijsko podprtih in cenzuriranih vojnih slik na eni strani (zveneča imena vojnih operacij, predvajanje vojne "v živo" 24 ur na dan , problem embedded novinarstva), na drugi strani pa so tu še ambicije novodobnih teroristov, da o njih poročajo mediji, kar seveda pomeni, da morajo tudi njihove akcije pripeljati do estetskega vrhunca. Samomorilski napadalci so pri tem tisti, ki opredeljujejo "prime time" TV programov in povečujejo gledanost.

Za prelomno stopnjo koncepta estetizacije vojne iz atraktivne tehnološke šminke v demonsko estetsko imenuje Zalivsko vojno na začetku leta 1991 tudi Janez Strehovec v svojem delu *Virtualni svetovi* (1994). Pri tem gre za tip kul, sterilne, medijsko podprte in cenzurirane vojne slik, ki se večer za večerom na TV-ju reproducira kot video igra, pri kateri sodobna vojaška tehnika tako priklene gledalca, da ni očaran le nad njenim kozmetičnim, zunanjim vtisom, ampak estetsko uživa ob "lepoti rušenja"¹¹.

Demonsko estetsko so spodbudili še posebno posnetki bližanja cilju t.i. Smart-bombs, ki imajo v konici posebno računalniško in video enoto. Kamera na bombi tako dobavlja tiste fantastične posnetke cilja nekaj trenutkov pred uničenjem, ki jih je tako prepričljivo predvajal CNN. Ko pa

¹¹ne pozabimo na eno izmed glavnih zapoved televizije: če je le mogoče, prikaži ogenj ponoči.

bomba trešči v cilj, slika ugasne, ne da bi posnela posledice. Tu smo nedvomno pri demonsko estetskem v smislu čistega užitka ob pogledu na uničevanje, pri tem pa so v oklepaje postavljene vsakršne posledice uničenja, torej dejanska groza in neestetskost razbitega cilja. (Strehovec, 1995:161)

Režija sodobne medijske konstrukcije resničnosti torej tudi grozo, bolečino in smrt distribuira kot čisto estetske fenomene.

Vojna na Hrvaškem sicer še ni potekala s telematičnimi in varljivimi orožji (kot je deloma že Zalivska vojna), ampak jo lahko umestimo v zgodovino zgodnje televizije. Celo najbolj kramparske detajle vojne na Hrvaškem so namreč osmišljale medijske reference. Pri tem mislim na namerna in zaigrana rušenja cerkva pred kamerami beograjske televizije kot akcije poziranja, zavezane želji, da bi akterji stopili vsaj v retuširano sliko. (Strehovec, 1994: 69)

Obsedenost z željo, da prideš v sliko, češ da boš s tem nekaj dosegel in preživel, fantastično opredeljuje Jugoslovansko vojno, ki ni bila nič manj od Zalivske tempirana na medije; ostrostrelci so pri tem tisti, ki opredeljujejo "prime time" tv programov. Ko je na sporedu streljanje, ki je povrh tega še resnično, se gledanost (novic) praviloma občutno poveča. Metaforično lahko zapišemo, da je v tej vojni bilo več žrtev zaradi ambicije, da o njih poročajo mediji, kot pa spričo kakega etničnega sovraštva.

Ko televizija postane del dogajanja, se zgodi nekaj zelo zanimivega: "Subjekti nehajo delovati in se začnejo obnašati" (Kuzmanić, 2002: 74). Pri tem Kuzmanić opisuje demonstracije v Ljubljani, ko se dogaja "vrh Bush-Putin" (16.6.2001), kjer je *obnašanje* demonstrantov zelo podobno *obnašanju* zgoraj omenjenih vojnih udeležencev. Ko je prisotna televizija, je demonstriranje le še predajanje in prodajanje, še boljše nameščanje,

ponujanje in nastavljanje drugim (prav tam: 75). Demonstranti se torej odmaknejo od svojega prvotnega namena in hočejo biti le še všečni, se pojavljati na tv. Postanejo tako rekoč medijsko pohlevni (prav tam). In, nenazadnje, postanejo izdelek televizije.

Zdaj, ko smo predstavili prve medijske vojne se ustavimo še za trenutek pri tistih iz zelo bližnje preteklosti in sedanjosti. Zdi se, da se je vsa industrija medijskih vojn že zelo zverzirala. Pri tem je prvi korak ta, da se vojno lepo zapakira in se ji da ime (Somalija: Upanje na svobodo; Tahiti: Vzpostavitev demokracije; Irak: Operacija trajna svoboda...) Največje televizijske postaje, predvsem BBC in CNN, predvajajo "aktualno" vojno v Iraku "v živo" kar štiriindvajset ur na dan. Dokaz, v kolikšni meri je to medijska vojna, je že to, da so vojakom na čelade hoteli namestiti mikroskopske kamere, ki bi vseskozi snemale dogajanje. Vojna kot reality show! Pa tudi scenarij za najnovejšo hollywoodsko produkcijo bi se lažje spisal. A vojaki so se uprli, da bi rešili vsaj še nekaj svoje vojaške časti, v časih, ko se vojna lahko vodi že skoraj z daljincem iz naslanjača (v Ovalni pisarni). Namesto tega je nastopil nov model vojnega poročevalstva (t.i. *embedded journalists*): vojska vkrca novinarje v svoja oklepna vozila, z njo se premikajo, vojaški poveljniki pa povedo, kaj lahko snemajo in česa ne smejo poročati. Pri tem so vse podobe z bojišča, ki so posredovane medijem, že visoko "higienizirane", vsi krvavi prizori prepovedani, podobe pa take, kot bi šlo za računalniško igro. Gre za sterilizacijo vojnih prizorov v tej meri, da na ekranih tudi ne vidimo, kako se zavezniki pobijajo med sabo. Po pomoti seveda.

CNN v vsaki hiši po vsem svetu, nam povedo na televizijskih reklamah te postaje. To naj bi bila univerzalna televizija z univerzalnim prikazovanjem steriliziranih novic. Jurij Gustinčič pa v intervjuju za Vikend, prilogo Dela in Slovenskih novic, pravi tako:

Naivno je bilo misliti, da se Al Džazira nekega dne ne bo pojavila, čeprav so vsi mislili, da ima zahod monopol nad obveščanjem. Tudi Arabci imajo denar in zdaj imajo še močno televizijsko postajo. Demokratizacija obveščanja se bo nadaljevala. Tudi zato je popolnoma nemogoče sterilizirati sliko dogodkov, saj se bo vedno pojavil nekdo drug, ki bo v svet poslal drugačno informacijo. V Zalivski vojni smo še videli premoč CNN-a, a je ta zdaj izginila.

(Vikend, 28.3.2003)

Ampak ali je zaradi tega, ker je CNN izgubil svoj monopol v prikazovanju vojn, res težje uravnavati obveščanje, ga monopolizirati in prikazovati slike, prilagojene različnim interesom? Ali ni s tem omogočeno le, da lahko vsako občinstvo spremlja čisto svojo vojno, brez lastnih žrtev, z žrtvami le na drugi strani? Kajti, če gre za tujca, to sprejmejo lažje. Vsaka stran ima lastne novinarje, v lastnih vojaških tankih, ki posredujejo lastne informacije lastnim televizijskim postajam. Vojna kot potvarjanje realnosti. Virtualna realnost. Fikcija.

Slika spreminja svet v prizorišče kot v gledališču. Preko slike dobiva svet scenski značaj; z našo domišljijo ugledani svet je kontekst, v katerem so stvari med seboj povezane. To je magija. (Vilem Flusser v: Strehovec, 1994:78)

Magičnost slikovnega pa doživi svoj pravi vrhunec šele v trenutku njegove zgodovinske dominacije nad drugimi oblikami komunikacij. To je današnje okolje, v katerem se tudi politika dela zato, da bi stopila v sliko, ko je tv referenca (uvrstitev v slikovna poročila) recimo cilj terorističnih akcij, ko je celo videti, da je smoter poroke v tem, da se udeleženci slavnostno fotografirajo med svatbo. Zdi se, da ljudje verjamejo, da se bodo izognili smrtnosti, če bodo stopili v sliko.

»Če v okviru te nove konstelacije medijske vojne pomislimo na žalostno usodo striptizete spričo detabuizacije ustanove oblečenega telesa ob koncu 60. let, se lahko vprašamo, kdo je tisti, ki izgublja na prehodu v novo tisočletje, kar pomeni, da nezadržno drsi proč od središča, trendov in feelinga, ki šteje« (Strehovec, 1994: 58). Mislimo, da je to vojak, tradicionalni, z drilom disciplinirani oboroženec, ki v času totalne prehodnosti ozemlja in razvoja medijskih vojn, vodenih z orožjem slepljenja, še straži nekakšne objekte, vrta podzemne rove in ograjuje ozemlja. »Njegovo početje postaja v svetu, v katerem satelitski, orbitalni pogled nadzoruje in mediatizira sleherno ped Zemlje, vedno bolj odvečno in naravnost smešno, kajti videti je, da s stražo tabuizira ozemlja in "krade zemljo", medtem ko se mimo njega sprehajajo mladi ljudje, ki brez težav preko računalnika in telefonskih zvez komunicirajo s sovrstniki iz različnih koncev sveta« (Strehovec, 1994: 59).

Seveda bo vojaštvo še obstajalo, vendar verjetno že kmalu brez ukopanih oborožencev, ki so že povsem neuporabni za nove oblike vojne, ki je danes medijska, virusna, zvezdna in nevidna (potekajoča na primer z varljivimi orožji).

»To je z rabo elektronike opredeljena vojna, ki temelji na različnih postopkih slepljenja, njena poglobljena sila (kar značilno potrjujejo vse vojne od Zalivske sem) pa je sodobno letalstvo. Ne ukopani vojak ali težki artilerijec, temveč nevidni bombnik je subjekt te nove, tudi v virtualnost posegajoče oblike vojne« (Strehovec, 1994: 61).

Omenili smo mladega človeka, ki nadteritorialno komunicira in meče senco porogljivega krohota na ukopanega oboroženca. Kaj (še) počne tak posameznik, kako izgleda? Najprej zapišimo, da ni sam, temveč obdan z napravami. Priključen je, povezan, vključen v sisteme in mreže. Njegovo telo

je obdano z MP3 predvajalnikom, digitalno kamero in fotoaparatom, telefonsko slušalko, računalnikom in še čim. Udarja po tipkah, obrača stikala, senči senzorje, zamenjuje CD-je in MD-je.

Prostor in čas, v katerem ga vidimo, »sploh ni dejanski prostor in čas njegovega konkretnega telesnega položaja, temveč je preko strojno posredovanih svetov (zvokov, slik, tekstovnih informacij) razseljen v druge svetove, živi druge ure, sliši oddaljene zvoke in vidi umetelne slike. Neposredni čutni svet, ki ga v določenem trenutku obdaja, morebiti samo še z desetimi odstotki stimulira njegovo zaznavo, sicer pa dobavlja čutnost njegovemu "jazu" iz stotero različnih izvorov« (Žižek, 1996: 108,109). Njegovemu jazu? Ali lahko sploh še govorimo o enem jazu in o psihofizični enotnosti današnjega posameznika? Verjetno ne. Strumno "eden in edini in neomajen" je danes kvečjemu še človek-bomba, samomorilski komandos ali kak politkomisar v vojni na območju Čečenije (ki, očitno, ne spada med medijske vojne). Dejanski posameznik sodobnega sveta pa je že razsrediščeni sistem množice jazov.

5.4. Primer groze v vizualni umetnosti – Goya in Picasso

Španski slikar in grafik Francisco y Lucientes Jose de Goya (1746–1828) se je šolal v Zaragozi in Madridu, kjer je postal ravnatelj tamkajšnje slikarske akademije. Leta 1799 je postal dvorni slikar. Zaslovel je predvsem s podobami iz krutega sveta človeške zlobe in nasilnosti: grozote vojne, krutost vsakdanjika, posilstva, drugo na drugo nagradena trupla v norišnici. Koncentracija vojnih grozot in nizkotnost vojaških napadov je prisotna pri Goyi v zgodnjem 19. stoletju.

Primer sta slika *Streljanje upornikov* ali *Los desastres de la Guerra*, Strahote vojne, 83 jedkanic, ki jih je naredil med leti 1810 in 1820 (prvič so bile objavljene 1863, 35 let po njegovi smrti) in upodabljajo krvoločnosti, ki so jih zagrešili Napoleonovi vojaki ob vstopu v Španijo leta 1808, da bi zatrli vstajo proti francoski kroni (glej slike 5.1-5.4). Goya s svojimi podobami grozo čisto približa opazovalcu. Medtem ko je slika, kot vsaka druga, povabilo h gledanju, spremljevalni naslovi svarijo prav pred tem. Spremljajo nas napisi, kot so: »To je slabo«, »To je slabše«, »To je najslabše«, »Barbari!«, »Kakšna norost«, »to je preveč« ... Nečloveške krutosti naj bi šokirale, prebudile in prizadele opazovalca. »Goyina umetnost, kot tista Dostojevskega, se zdi kot prelomna točka v zgodovini moralnih čustev, obžalovanja in sočutja. Z Goyo vstopi v umetnost nov občutek za odgovornost do trpljenja, kot tudi nova občutja tovarištva« (Sontag, 2003: 72).



Slika 5.1.: Francesco Goya: Los desastres de la guerra

Vir: <http://clio.rediris.es/n31/desastreguerra/desastres.htm#ana>



Slika 5.2.: Francesco Goya: Los desastres de la guerra

Vir: <http://clio.rediris.es/n31/desastreguerra/desastres.htm#ana>



Slika 5.3.: Francisco Goya: Los desastres de la guerra

Vir:<http://clio.rediris.es/n31/desastreguerra/desastres.htm#ana>



Slika 5.4.: Francisco Goya: Los desastres de la guerra

Vir:<http://clio.rediris.es/n31/desastreguerra/desastres.htm#ana>

Bolj abstraktno, a zato nič manj znana upodobitev vojnih grozot je platno, ki ga je naslikal Picasso kot odziv na tragedijo baskovskega mesteca Guernica, ki so ga 26. aprila 1937 do tal porušile bombe nemškega letalstva (glej sliko 5.5.). Več kot tri ure so nemške eskadrilje bombardirale mesto in pobijale prebivalce tudi po poljih in okoliških gričih. Ta Picassova jedkanica ima še danes status slikarskega simbola upodobitve vojnih grozot. Kot v nekaterih svojih drugih upodobitvah tudi na tej v biku upodablja generala, kasneje španskega diktatorja, Francisca Franca. Čeprav upodablja krutost in nesmiselnost vojn, vnaša formo in organiziranost, ki obljubljata, da obstaja nekaj večjega in lepšega nad krutostmi, ki si jih prizadevajo ljudje.

Da nosi Picassova Guernica močno simboliko še danes, pričajo »škandali«, ki se vsake toliko časa razplamtijo v zvezi z njo. Tako so leta 2003 reprodukcijo Guernice, ki krasi stene palače Združenih narodov v New Yorku, ob nastopu glavnega inšpektorja ZN v Iraku Hansa Blixa in predstavitvi prvih poročil o delu inšpektorjev, prekrili z modrim pregrinjalom in znakom UN. »Predstavniki za stike z javnostjo ZN so pojasnili, da so sliko prekrili le začasno, toliko da se kamere medijev odstranijo iz prostorov Varnostnega sveta. Zbali so se medijske 'zlorabe', da bi recimo največje zagovornike vojaškega napada na Irak posneli z Guernico v ozadju« (Cerar, 2003:23).



Slika 5.5.: Pablo Picasso: Guernica

Vir: [http:// www.terra.es/personal/asg00003/picasso/grguer2.jpg](http://www.terra.es/personal/asg00003/picasso/grguer2.jpg)

5.5. Zaliv – vojna, ki je ni bilo

Neposredno televizijsko poročanje iz varne oddaljenosti ter posnetki fotogeničnih vodenih izstrelkov in letal, ki se pripravljajo na polet, delujejo, kot da vojne sploh ni, kot da je vse skupaj samo igra proti namišljenemu sovražniku. Za nas se dogaja samo toliko, kolikor jo prenašajo mediji, se pravi televizija. Ustvarila je virtualni svet vojne z videzom nerealnega – vojno, ki je pravzaprav ni.

Baudrillardova teza, da je zalivska vojna dogodek kot ne-dogodek razkriva globok dvom glede dejanskosti in izkustvenosti sodobnega sveta nasploh. Mediji postavljajo stvari v sfero navideznega in poljubnega: »na televiziji nimate nikoli opraviti z realnostjo v smislu pravega, konkretnega kontakta. Ta medij dejanskost virtualizira, se pravi, da jo pretvarja v hlapljive, zamenljive elektronske podobe, ki se izmikajo izkustvenosti« (Baudrillard, 1991: 25). Sovražnik se je nenadoma znašel na radarskih zaslonih; »kot nasprotnik, kot osebni sovražnik je izginil« (ibidem).

»V opoju elektronskih podob, ki se širijo s svetlobno hitrostjo, dejanskost nima časa, da bi se dogajala« (ibidem). Odrinjena je, bolje rečeno, virtualizirana, in njeno vlogo zelo prepričljivo prevzema elektronski svet, svet radarskih zaslonov, ki sami realnosti enostavno ne dovoli nobenega moraliziranja. In ravno zato »v kraljestvu podob ni kriterijev za resnično in lažno. Vse doživljamo kakor snemalno knjigo« (ibidem).

S pojavom televizije je »distanca od dogodka do podobe in do sodbe« (ibidem) izginila. Vojno sedaj doživljamo neposredno, ker se dogaja neposredno pred nami. Če nas fotografije varujejo pred neposrednim vstopom v realni svet dogodka, potem govorimo o zalivski vojni, ki se

dogaja neposredno pred nami v virtualnem medijskem svetu, ne pa v Iraku. Opazovalci, uživači pred fotografskimi podobami lahko uživajo neokrnjeno predstavo gledališča sveta, vzpostavijo določeno distanco, ki se izraža skozi mnenje o dogodku v določenem kontekstu. To je v primeru elektronske vojne nemogoče. »Preveliko število podob uniči vsakršno imaginacijo. Ni se mogoče vživeti, ni mogoče interpretirati. Ni časa za to« (ibidem).

Vojna je torej samo toliko, kolikor se dogaja na televizijskih ekranih – in v tem primeru je ta televizionirana realnost za Welscheve »televizionarne monolite« (Welsch, 1994: 244) edina sprejemljiva realnost. Resničnega nasprotnika zanje ni, ne obstaja, če se ne prikaže na ekranu. Welsch v svojem tekstu *Estetika in anestetika* pravi tako: »Ljudje danes ... s totalno telekomunikacijsko opremljenostjo veselo korakajo v lastno monadično izpopolnitev in se razvijajo v televizionarne monolite. S tem pa, razumljivo, postajajo vse manj navezani in občutljivi na nekoč pravo, »konkretno« resničnost, ki zategadelj zanje vedno bolj postaja neprava, sekundarna in brezbarvna realnost« (Welsch, 1994:244). Virilio temu pravi »motorični invalid, opremljen tako, da lahko kontrolira svoje domače okolje, ne da bi se mu bilo treba fizično premikati« (Virilio, 1996: 32).

5.6. Dogodek 9/11

Mnogo let se je Baudrillard pritoževal, da je bila sodobna epoha »šibkih dogodkov« (weak events), da so se energije zgodovine dozdevno izčrpale in da politika postaja vse bolj banalna in dolgočasna. Kmalu po terorističnih napadih 11. septembra je Baudrillard napisal razpravo *Duh terorizma* za francoski časnik *Le Monde*. Trdil je, da so napadi na WTC predstavljali »močan dogodek«, da so bili »ultimativni dogodek, mati vseh dogodkov, čisti dogodek, ki je v sebi združil vse dogodke, ki se niso zgodili nikoli«. Po Baudrillardu napadi 11. septembra pomenijo novo vrsto terorizma, in sicer so uporabili letala, računalniške mreže in medije, povezane z zahodnimi družbami, da bi ustvarili spektakel terorja. Napadi 11. septembra so tako predstavljali »spopad zmagovite globalizacije v vojni s samo seboj« in začeli »četrto svetovno vojno«. (Baudrillard, 2002: 46).

Pred 11. septembrom je bil globalni postmoderni položaj, ki sta ga povzročila globalizacija in tehnološki razvoj, po Baudrillardu položaj, ki proizvaja standardizacijo in virtualizacijo, ki je brisala individualnost, družbeni boj, kritiko in realnost samo, saj so hiper- in virtualne realnosti medijev in kiberprostora vsrkavale vse več ljudi. To je tudi epoha, v kateri je izginila sama realnost, ki tvori popoln zločin in je tema knjige s tem naslovom (1996). Morilec realnosti pa se tukaj razkrije kot najpomembnejši dogodek novejšje zgodovine. Njegova ponavljajoča se tema so uničenje in izginotje realnega na področju informacij ter posledična vladavina iluzije in videza (Kellner, 2006: 129).

6. RAZVOJ MEDIJSKE TEHNOLOGIJE – POT OD VOJNEGA POROČANJA DO VOJNEGA SPEKTAKLA na primeru fotografije

»Lepota bo pretresljiva, ali pa je ne bo.«

André Breton

Ena izmed najbolj očitnih značilnosti novic v času po hladni vojni je njihova instantnost, takojšnjost. Postale so instantne novice. Televizija CNN (Cable Network News) je postala znana po tem, da je ob vsaki globalni krizi takoj na mestu in svetu poroča z mesta dogodka samega, *v živo*, ko se ta še dogaja (največjo slavo ji je zagotovo prineslo medijsko pokrivanje Zalivskih vojn, sicer pa je bila "na mestu" tudi ob vzhodnoevropskih revolucijah, v avgustovskem uporu v tedanji SZ ...)

Medijski analitiki so ta pojav identificirali kot "CNN efekt" (Johanna Neuman) ali "BBC efekt" (Martin Bell), po katerem instantne novice v živo vodijo k instantnim odločitvam in instantni diplomaciji v najvplivnejših državah sveta (McLaughlin, 2002: 24).

Če na kratko pogledamo v zgodovino poročanja, se po McLaughlinu kot najbolj relevantne pokažejo trije tehnološki dosežki, ki so vojno poročanje najbolj zaznamovali in ga oblikovali v to, kar je danes: **telegraf**, **fotografija** in **radio**. Temu bomo posledično dodali še televizijo in dosežke satelitske, kabelske in digitalne dobe za vojno poročanje.

Telegraf je revolucioniral komunikacijo v 19. stoletju, fotografija in gibajoče podobe so imele bistveno vlogo pri poročanju o velikih konfliktih 20.

stoletja. Ideja, da "kamera nikoli ne laže" se je pokazala kot najbolj resnična, ko sta se fotografija in film pojavila kot orodji v poročanju o Burski vojni leta 1899 (ibid.: 25). Radio je medij, ki je na svoj račun najbolj prišel med 2. svetovno vojno, ko so ljudje lahko prvič dejansko *slišali* zvoke vojne in jo tako izkusili tako rekoč iz prve roke, četudi niso bili fizično prisotni. Za pričujočo obravnavo ni pa bistven medij, zato ga na tem mestu ne bomo podrobneje obravnavali.

Na vsak način pa je vsaka izmed tehnologij vedno znova doprinesla nekaj hitrosti, avtentičnosti in novosti v vojno poročanje.

6.1. Telegraf

Telegraf so izumili 1843 leta in med politiki in mediji je bil sprva sprejet zelo skeptično.

Časopis *London Spectator* iz leta 1889 v uvodniku toži nad tem, da se je svet zaradi novega načina obveščevanja zmanjšal na velikost vasi. Vsi ljudje morajo zdaj misliti o vsem, kar se dogaja povsod, in to hkrati, na voljo pa so nepopolne informacije in premalo časa za refleksijo o njih (ibid.: 25).

Telegraf je po besedah Johanne Neuman (1995) pomenil vzpon dveh najbolj znanih fraz v zgodovini medijskega poročanja: prva se je glasila po "telegrafu" in s tem sporočala takojšnjost, svežino informacije, če že ne njeno točnost in je imela enak vpliv na občinstvo kot današnja fraza "v živo preko satelita". Druga je tako imenovana osebna fraza "od našega poročevalca", kar je pomenilo in še danes pomeni, da morata medij in poročevalec prevzeti vso odgovornost za resničnost in nepotvorjenost podatkov v zgodbi. Rezultat tega je, da so postali novinarji na fronti veliko bolj previdni in indirektni pri svojem poročanju (ibid.: 27).

Špansko-ameriška vojna ob koncu 19. stoletja (1898) je prva, ki si jo je prilastil populistični 'rumeni' tisk, informacije o njej so bile senzacionalistične in celo neresnične in reporterji so se takrat zelo dobro zavedali svoje moči in vpliva na politiko. Najbolj kontroverza oseba iz medijskega sveta tistega časa je bil zagotovo *William Randolph Hearst*, lastnik časopisa *New York Journal*, ki mu je nesmrtnost z likom državljana Kane v istoimenskem filmu podaril Orson Welles. Podobno kot medijski mogotec Rupert Murdoch v 80-ih letih 20. stoletja je tudi Hearst hotel medijski monopol – tudi za ceno resničnosti in točnosti novic.

Najbolj znan primer je ta, da je Hearst v Havano poslal svojega ilustratorja in mu naročil, naj ulovi nekaj akcije in drame. Nekaj dni kasneje je prejel telegraf z besedilom 'vse je mirno. Tukaj ni težav. Vojne ne bo. Vračam se domov.' Hearst mu je odgovoril s telegramom 'Prosim ostani. Ti dostavi slike, jaz bom dostavil vojno.' Vojna je nesluteno povečala naklado in sloves Hearstovega časopisa: leta 1896 so prodali 150.000 izvodov časopisa na dan, ko se je špansko-ameriška vojna leta 1898 dejansko začela, pa že 800.000 izvodov (ibid.: 28).

Telegraf je močno pospešil komunikacijo in reporterjem omogočil takojšnje sporočanje novic in s tem svežino. Vojni reporterji so postajali vedno bolj popularni, častiti so jih začeli kot heroje. Telegraf pa je pomenil tudi vzpon populističnega in rumenega novinarstva, v ospredje je prišel novinarski stil, ki je poudarjal dramatičnost vojne bolj kot resničnost in točnost informacij. Nova tehnologija je torej izboljšala tehnične pogoje vojnega poročanja, ne pa tudi kakovost in zanesljivost novinarskega poročanja.

Kar je prišlo za tem, je korenito spremenilo spremljanje vojnih dogajanj daleč stran od domačega naslanjača – slika. Najprej fotografije z bojišč, potem televizijski prenosi, vse do sodobnih digitalnih spektaklov,

estetiziranih do skrajnosti, ko ne vemo več, ali na ekranu gledamo ognjemet ali bombardiranje Iraka. Vojne se vedno bolj gledajo in odmevajo v dnevnih sobah. Informacije o tem, kaj se dogaja drugje, imenovane novice, prikazujejo v glavnem konflikte in nasilje.

Španska državljanska vojna (1936 – 1939) je bila prva vojna, ki je bila medijsko »pokrita« v modernem smislu besede: s korpusom profesionalnih fotografov na bojnih linijah in v mestih, njihove fotografije pa so v najkrajšem času napolnile španske časopise in obkrožile svet. Vietnamska vojna pa je bila prva, ki je dan za dnem po televiziji v domove po svetu prinašala smrt in uničenje.

Walter Lippmann je že leta 1922 zapisal: »Fotografije imajo danes oblast nad imaginacijo, kot jo je imel tisk včeraj in govorica pred še pred njim. Zdi se skrajno resnične« (Sontag, 2003: 23).

6.2. Fotografija in estetiziranje vojne

Izum fotografije je pomenil dodati realistično ali celo objektivno sliko k besedam vojnih poročevalcev. Pri tem sta zanimiva dva vidika: fotografska reprezentacija vojne in njen potencial za manipulacijo in propagando; ter vpliv vojne fotografije na javno mnenje.

Za vojaško cenzuro so bile zmeraj najbolj problematične podobe žrtev vojne. Med obema svetovnjima vojnama je vojska vojne fotografe cenzurirala veliko bolj kot njihove reporterske kolege. Bali so se namreč, da bi lahko čustva ljudi ob pogledu na vojne žrtve zmanjšala javnomnenjsko podporo vojni. Med prvo svetovno vojno so fotografiranje na prvi bojni liniji, vsaj na začetku spopada, kaznovali s smrtjo (McLaughlin, 2002:31).

Prav tako je bila fotografija zmeraj podvržena podtikovanjem o prevarah, nastavljenih in manipuliranih fotografijah. Prav temu bomo kasneje namenili podrobnejšo obravnavo. Ena najbolj znanih pa tudi kontroverznih vojnih fotografij je zagotovo *Smrt republikanskega vojaka* iz španske državljanske vojne med leti 1936-39 (glej sliko 6). Posnel jo je slavni fotograf Robert Capa, tudi eden od ustanoviteljev fotografske agencije Magnum, prikazuje pa republikanskega vojaka v trenutku, ko zaradi strelne rane pada na tla (glej fotografijo spodaj). S to fotografijo je Capa zaslovel kot vojni fotograf in postal ikona španske državljanske vojne.

Slika 6.6.: Robert Capa: *Smrt lojalističnega vojaka*, španska državljanska vojna, leta 1936

Vir: Capa, R. (1996): *Photographs*. New York: Aperture Fondation.

Slika 6.7.: Eddie Adams: *Policijski načelnik general Nguyen Loan ubije osumljenega vietkongovca sredi Saigona v Južnem Vietnamu*, leta 1968.

Vir: WORLD PRESS PHOTO THIS CRITICAL MIRROR (1996). London: Thames&Hudson.

Vojna fotografija ima lahko izrazito ambivalentno vlogo: pokaže lahko vojno v vsej njeni grozi, lahko pa le izbere določene resnice in zanemari druge, torej re-prezentira realnost tako, da bo odziv občinstva zmanipuliran ali spremenjen, lahko celo vpliva na mnenje glede tega, kar se počne »v interesu ljudstva«.

Če primerjamo fotografije treh različnih vojn, na primer Vietnamske, Falklandske in Zalivske vojne, opazimo med njimi bistvene razlike.

Za fotografije Vietnamske vojne je bila značilna prenasičenost z realizmom, njena ostra reprezentacija vojne je, podobno kot podobe na TV ekranih, pomagala javno mnenje obrniti proti vojni. Pravzaprav veliko znanih fotografij iz Vietnamske vojne prvotno ni bilo posnetih v namene antipropagande in so jih kot take »izrabili« šele naknadno. Fotografija Eddie Adamsa (glej sliko 7), na kateri južno-vietnamski general ubije osumljenega vietkongovca (1968), ki je obkrožila časopise po vsem svetu in šokirala kot prikaz vojnih grozot, »je - preden se je zrušil konsenz glede ameriške intervencije v Vietnamu in so si jo prisvojili mirovni protestniki- služila zgolj kot prikaz ameriške retorike trdne odločnosti v podporo južnemu Vietnamu proti neusmiljenemu nasprotniku« (McLaughlin, 2002, 32).

V primerjavi z Vietnamsko je bila za Falklandsko vojno leta 1982 značilna prav odsotnost fotografske dokumentacije. Avtorji navajajo (Sontag, McLaughlin), da je britanska mornarica na pot v južni Atlantik peljala le majhno, ekskluzivno izbrano skupino britanskih medijev, ki je vključevala le dva fotožurnalista in samo trije zavitki filma so se vrnili v London, preden je bilo otočje ponovno zavzeto. Televizijski prenos je bil prepovedan. Mornarica in vojska sta bili odločni, da ne bosta ponovili napake Američanov v Vietnamu in sta vpeljali strikten nadzor nad poročevanjem o vojni. Domov so v času bojev poslali le 202 fotografiji, večina je bila načrtno posnetih v propagandne namene. Ena najbolj slavni in prav tako načrtno

posnetih je bila objavljena v časopisu *Sunday mirror*, ko so britanski vojaki ponovno zavzeli otoke. Prikazuje prebivalce San Carlosa, ki navdušeno pozdravljajo britanske vojake ob prihodu na otok. Britanski junak stoji ob tipično angleški, beli vrtni ograji s skodelico čaja – podoba, ki zagotovi takojšnjo povezavo med Falklandskimi otoki in domovino in to skomunicira tudi največjim vojnim skeptikom te operacije (Mcloughlin, 2002: 32).

6.3. Ponaredki v zgodovini vojne fotografije

Zanimivo je dejstvo, da je bilo toliko znamenitih zgodovinskih fotografij, tudi tistih iz druge svetovne vojne, ki so ostale v kolektivnem spominu – nastavljenih. Ta ugotovitev nas zmeraj navda z razočaranjem, pravi Susan Sontag (2003: 49). Bistvo Capinega »padlega vojaka« je prav avtentičnost trenutka, ki ga je fotograf posrečeno ujel. Fotografija izgubi vso vrednost, če bi se izkazalo, da je »padli vojak« le poziral. Čeprav je bilo tudi pri tej fotografiji veliko namigovanj o neavtentičnosti posnetka (glej: McLaughlin, 2002: 24, 25).

Če kot avtentične priznamo le tiste fotografije, ki so rezultat »srečnega naključja«, da je bil fotograf v bližini, v pripravljenosti, da stisne na sprožilec, se bo kot zmagovalnih pokazalo le malo fotografij. Sontagova (2003: 50) za to navaja več primerov. Slavna fotografija – dvig ameriške zastave na Iwo Jimi februarja 1945 (glej sliko 6.9.) se je izkazala za »rekonstrukcijo« fotografa Associated Pressa *Joea Rosenthala*; jutranjo ceremonijo dvigovanja zastave je z vojaki ponovil popoldne, z večjo zastavo. Enaka zgodba se skriva za podobno monumentalno fotografijo, ki jo je maja 1945 posnel sovjetski fotograf *Yevgeny Khaldei* in prikazuje, kako sovjetski vojaki natikajo rdečo zastavo na vrh berlinskega Reichstaga sredi gorečega mesta – izkaže se, da je bil motiv nastavljen prav za fotografa (glej sliko 6.8).



Slika 6.8.: Yevgeny Khaldei, *Dvig sovjetske zastave nad Reichstagom*, 1945

Vir: http://us.geocities.com/slemeune/khal_01.jpg



Slika 6.9.: Joe Rosenthal, Iwo Jima, 1945
Vir/dostopno na: www.connections.smsd.org/veterans/iwo_jima.jpg

Šele Vietnamska vojna je (spet) tista, trdi Sontagova, kjer je gotovo, da nobena od najbolj poznanih fotografij ni bila nameščena. Kar je bistveno za moralno avtoriteto, ki jo prav zaradi svoje avtentičnosti te fotografije tudi nosijo, poudarja (Sontag, 2003: 51).

Najznamenitejša in hkrati ena najgrozovitejših vietnamskih fotografij, ki jo je posnel *Huynh Cong Ut* leta 1972 (glej sliko 6.10.), prikazuje skupino otrok v vasi, ki so jo Američani pravkar poškopila z napalmom, kako tečejo po cesti, v krikih bolečine, iznakaženi od strupenega plina, spada v domeno fotografij, ki nikakor niso mogle biti nastavljene. In podobno velja za najbolj

znane fotografije vseh vojn odslej. Da je bilo tako malo nastavljenih fotografij od vietnamske vojne naprej, po Sontagovi priča o tem, da so fotografi in fotožurnalisti podvrženi višjim standardom žurnalistične poštenosti. Delna razlaga za to zagotovo tiči v dejstvu, da prav v Vietnamu televizija postane tisti osrednji medij, ki prikazuje podobe vojne in neustrašen osamljen fotograf z Leico ali Nikonom v rokah je moral tekmovati z vztrajnimi TV ekipami. Fotografi so se v Vietnamu borili za čisto svoj košček vojne, za svojih pet minut slave, za nekaj kvadratnih decimetrov prostora za svojo fotoreportažo.

Slika 6.10.: Nick Ut, Trangbang, Južni Vietnam, 8.6.1972.

Vir: WORLD PRESS PHOTO THIS CRITICAL MIRROR (1996). London: Thames&Hudson, str. 25

»Tehničnih možnosti za elektronsko manipuliranje s fotografijami je danes seveda več kot kdajkoli, vendar se zdi, da je praksa izmišljanja dramatičnih novičarskih fotografij, nastavljenih posebej za objektiv, nepreklicno mimo« (Sontag, 2003: 52).

Seveda bi lahko rekli tudi, da so fotografe v tej umetnosti za zmeraj prekosili prav snemalci in praktično brezmejne manipulativne možnosti digitalnih medijev. Kako bi bilo drugače možno, da lahko po televiziji spremljamo vojno brez žrtev, brez krvi in prizorov groze, le ogromne ognjemete nad tujimi mesti in natančne lete raket, spektakle brez primere, značilne predvsem za – v tej umetnosti neprekosljive – ameriške intervencije. So potemtakem prav fotografije spet tiste, ki edine zagotavljajo avtentične posnetke? Tudi zato, ker so snemalne možnosti zdaj v rokah vseh, konec koncev so bili prvi posnetki enajstega septembra amaterski, prav tako posnetki iz Madrida in Londona, za katere so očitvidci uporabili kar svoje mobilnike, ne nazadnje so bili amaterski tudi posnetki mučenj iz Abu Graiba. (glej sliki 6.11. in 6.12.) Zdi se, da prav generacija, ki je odraščala v medijski dobi, soustvarja spektakel, šok in grozo, ki jih je spoznala skozi računalniške igrice in holivudske filme svoje mladosti.



Sliki 6.11. in 6.12.: Abu Graib, 2005

Vir: <http://www.antiwar.com/news/?articleid=2444>

Slika 6.13.: Kenneth Jarecke, Truplo iraškega vojaka med Zalivsko vojno v bližini An Nasiriya v Iraku, 1991

Vir: WORLD PRESS PHOTO THIS CRITICAL MIRROR (1996). London: Thames&Hudson.

6.4. Moralne dileme vojne fotografije

Vrnimo se znova na zgoraj že omenjen in dokumentiran primer fotografije - fotografija, ki jo je februarja 1968 posnel Eddie Adams v Saigonu in prikazuje, kako poveljnik južno-vietnamske nacionalne milice, general Nguyen Ngoc Loan strelja na vietgongovskega osumljenca, je bila kljub vsej svoji avtentičnosti - nastavljena (Sontag, 2003: 53). Avtor motiva je prav general Loan, ki je ujetnika, z zvezanimi rokami privedel na cesto, kjer so se zbrali novinarji. Eksekucije po hitrem postopku na cesti zagotovo ne bi izvedel, če se tam ne bi zbralo dovolj novinarskih prič. Eksekutor je nameril pištolo v žrtvino sence in sprožil ravno v trenutku, ko je tudi Adams sprožil svoj fotoaparatus. Zgodilo se je simultano dejanje **streljanja** in **fotografiranja**, ali **shooting** in **shooting**. Na besedni ravni angleškega jezika se dilema še bolj razgane. En in isti izraz za fotografiranje in streljanje - shooting. Adamsova fotografija kaže ravno moment, ko je bil naboj ustreljen, žrtev je zadeta, mrtva, a še ni začela padati proti tloraj. Na eni strani general, ki sproži - ustrelji (shoot), poleg njega stoji fotograf Adams, ki sproži - fotografira (prav tako shoot) in naredi fotografski posnetek realnosti.

»Sama kot gledalka, ki to podobo opazujem danes, dolgo po njenem nastanku, nikakor ne morem razvozlati, v čem je skrivnost tega *so-dejanja*« (Sontag, 2003: 54). Kar se verjetno vsakdo sprašuje, je, ali se tudi on, fotograf sam, odkar je posnel to fotografijo, ne more znebiti občutka krivde? Odgovor na to lahko iščemo tudi v filmu Milče Mančevskega *Pred dežjem*.¹² Ni nosil orožja, ampak fotoaparatus. Po Sontagovi je fotograf ta, ki je med

¹²Film: *Before the rain*, režija: Milče Mančevski, Makedonija, 1994. Primer iz filma ekvivalentno našemu opisuje Uroš Hočevar v diplomskem delu *Estetika krutosti* v poglavju z naslovom *Aleksandrova dilema* (Hočevar, 1999: 42).

fotografijo in smrtjo izbral fotografijo, odločil se je. In ravno v tem se kaže grozovitost dogodka.

Dilema pa ni razvidna le na tej ravni. Ujetnika bi verjetno doletela enaka usoda, ampak, ali fotograf v tem primeru s svojim dejanjem še dodatno ohrabri eksekutorja? Tukaj ne gre za vprašanje fizičnega posega fotografa v dogajanje, ki gre pač po svojih zakonitostih vojnega kaosa. Fotograf ni mislil, da bi zgrabil stražarja in tako preprečil izvršitev eksekucije. Dilema je v tem, da je že samo s tem, ko je fotografiral, še dodatno pripomogel k eksekuciji. Kot pravi Susan Sontag (2001: 23): »Narediti posnetek pomeni zanimati se, da stvari ostanejo takšne, kot so, da se status quo ne spreminja, (...), strinjati se z vsem, kar vsebino naredi zanimivo, vredno fotografiranja – vključujoč, ko je to zanimivo, bolečino ali nesrečo neke druge osebe«. Zato ni nič čudnega, če se fotografija marsikdaj zdi naravnost nesramna, nezaslišana. Določene elemente vključuje glede na zanimivost. Upodablja subjekt v stanju nemoči ali popolnega obupa, sredi umiranja, sredi klica na pomoč ...

Idealne fotoreporterje (nevtralne oči) bi si potemtakem lahko predstavljali, kako se nevidni sprehajajo skozi vojno, »v bistvu so visoko nad njo, kot nekaj nevojnega namesto nezemeljskega. Beležijo trenutke, ki se jim zaradi določenih elementov zdijo zanimivi in jih vključijo v zamrznjeno kompozicijsko celoto posamezne fotografske podobe« (Hočevar, 1999: 44). Vendar, če bi rekli samo »nevtralne oči«, bi preveč poudarili absolutni realizem, ki pa je praktično nemogoč. Niti ni zaželen, saj sami uredniki iščejo predvsem šokantnost. Časopisne hiše (in TV postaje) morajo svoj izdelek prodati in najboljša pot je »katastrofa« na »prvi« strani (ali *breaking news*). Nasploh je absolutna objektivnost v tem primeru kategorija, ki ne obstaja.

Za vsako fotografsko podobo, posneto kjerkoli, na bojišču ali na

igrišču, stoji avtor. Vedno je fotograf tisti, ki izbere kot, določi kompozicijo ter v trenutku odločitve pritisne na sprožilec – satelitski posnetki ali posnetki sovražnega ozemlja, ki jih o pravijo vohunska letala in so namenjeni popolnoma drugačni uporabi, tukaj za našo obravnavo niso zanimivi.

V času vojne, na bojišču, je pravzaprav vsako umiranje, hote ali nehote, javno. Lahko bi rekli, da s pomočjo medijev vdira umiranje iz sfere privatnega v sfero javnega – umiranje kot javni dogodek. »Fotografiranje ljudi pomeni nadlegovati jih s tem, da jih vidimo takšne, kot oni sami sebe nikoli ne, da o njih zvemo to, kar oni sami nikoli ne morejo; to ljudi pretvarja v objekte, ki si jih lahko simbolično lastimo. Tako kot je fotoaparat sublimacija pištole, tako je dejanje fotografiranja nekoga sublimirani umor – blag umor v skladu z žalostnim prestrašenim časom« (Sontag, 2001: 25).

Fotografijam pripisujemo moč dokaza. So potrditev dogodka, pri čemer je sposobnost fotografskega realizma ravno to, da podpira napisane zgodbe z značilnim dokazom, da je bi »fotograf res tam« (Taylor, 1991: 13). »Fotografije priskrbijo dokaz. Ko o nečem nekaj slišimo in o tem dvomimo, se nam zdi dokazano, ko nam to pokažejo v obliki fotografije (Sontag, 2001: 18). Pripisujemo jim zelo veliko stopnjo kredibilnosti in skorajda lahko rečemo, da na nek način usodno odločajo o obstoju določene stvari, pojava ali dogodka. Zabeleženje na fotografsko podobo je enako podelitvi statusa resničnega, v realnosti obstoječega.

Eddie Adams je posnel zagotovo enega najslavnejših strelcov v zgodovini fotografije in vojne. Za fotografsko podobo eksekucije prejme Pulitzerjevo nagrado, ki je v tistem času odločno pripomogla k odločnejšemu protivojnemu vzdušju ameriške javnosti in s tem končanju vietnamske agonije.

6.5. Vojarizem vojnih fotografij

Javnost spremlja vojno večinoma preko medijev – televizije, ki je itak sestavljena iz množice podob – slik, in tiskanih medijev z množico fotografskih podob. Vojno torej opazuje iz varne razdalje, neudeleženo, izza šipe. Že Burke je pisal o tem, da nas bolečina, strah in tragedija drugih lahko navdajajo z ugodjem – pod pogojem, da smo sami na varnem!

»Stanje, v katerega nas želi s pomočjo estetske privlačnosti spraviti tragedija, uprizorjena v gledališču, je tiste vrste stimulacija, ko se sprenevedamo, da ne vemo, da gre zares, in se hkrati prepustimo doživljanju, ki ga zaradi prejšnjega sprenevedanja lahko jemljemo, kot da gre zares, ne da bi se zato bili dolžni ali prisiljeni takoj tudi ustrezno odzvati. Ko bi šlo zares, bi bilo naše zgolj opazovalsko zadržanje vsaj moralno sporno, če že ne človeško gnusno. Ker pa ne gre zares, pa vendar uprizoritev jemljemo resno, tako kot je treba jemati resno vsako igro, magari »človek ne jezi se«, da bi jo sploh lahko igrali, velja, da je naš estetski užitek v grozljivih stvareh, ki jih trpijo drugi, znak naše moralne zmožnosti sočutja – čeprav smo v resnici zraven kot čisto navadni *voyeurji*. Ko bi ne bili na varnem, bi se na vse peripetije odzvali drugače – na dogajanje bi se odzvali dejavno, ne pa z estetskim doživljanjem« (Kreft, L.: 2006: 115). Vendar se medijska dramatizacija resničnih dogodkov že na začetku loči od gledališke postavitve. Namreč, »da bi mediji lahko ohranili svojo zgodbo pri življenju in svoje občinstvo v napetosti in pozornosti, mora učinkovati nasprotno od gledališke scene: nikoli in nikjer se ne smete počutiti zares varne (ibid.:115).

Začetek fotografije je zagotovo spremenil fotografov pogled skozi objektiv. Fotožurnalisti so se začeli razlikovati od običajnih fotografov: »postali so nosilci sporočila in priče, ki pogosto tvegajo smrt, včasih uživajo

občudovanje javnosti, da so izvršili novinarsko dolžnost, nosijo pa tudi javno breme sramu, za kar so drznili videti.« (Taylor, 1998: 12).

Redki so tisti, ki so pripravljeni tvegati da bi videli grozo na lastne oči, večina pa si ogleduje reprodukcije, odmaknjene v prostoru in času.

Vendar se odziva občinstva ne da predvideti, t.i. eye-witness fotožurnalizem še ne zagotavlja angažirane javnosti, fotografije le redko prebudijo vest v ljudeh: »dokumentarna fotografija je podobna filmskih grozljivkam, strahu nadene obraz, grožnjo pa spremeni v imaginacijo, domišljijo. Domišljijo zlahka premagamo, enostavno jo pustimo za sabo (v smislu *saj so oni, ne mi*). Namenoma ali ne, množična izdelava takšne imaginacije v knjigah in tisku ustvarja voajerje.« (ibid.: 16).

Domnevna trivialnost množičnih medijev izvira iz tega, da resnična dejstva ukalupljajo v zabavne zgodbe in dogodivščine, ki se tudi bolje prodajajo. Frederic Jameson celo pravi, da je vizualno postalo bistveno pornografsko, njegov smisel je v goli fascinaciji, tako kot filmi nas tudi mediji učijo »buljiti v svet kot da je golo telo« (ibid., str. 17).

6.6. Od fotografije k televiziji

Zalivska vojna iz leta 1991 je danes dokumentirana kot prva popolna televizijska vojna¹³ in študija primera Baudrilardovega hiperrealnega. To vojno je definirala proizvodnja ustreznih podob, ne dejanskih dogodkov ampak dogodkov, za katere so nas zavezniki hoteli prepričati da so se dejansko zgodili. Ravno zaradi tega je Baudrillard dokazoval, da se Zalivska vojna sploh ni zgodila. Priča smo bili virtualni vojni, holivudskemu spektaklu.

Nismo smeli videti niti vedeti o smrti stotisočih ljudi, ekonomski in okoljski uničenosti Iraka in Kuvajta. V času vojne je ameriška vojska postavila eksplicitna pravila, ki so medijem prepovedovala posredovanje informacij, fotografij in posnetkov, ki bi razkrili lokacijo vojaških sil ali prikazali stopnjo zastraženosti vojaških baz. Fotografe so omejili na fotografiranje v okolici odobrenih televizijskih baz v medijskem centru v Riadu, le občasno so jim dovolili bežno ošvrkniti resnični svet. ZDA so tukaj cenzurirale vsako podobo in besedo v sistemu bazenov, zasnovanem prav za zalivsko vojno, po informacijskem polomu v Vietnamu (t.i. *pool system*-»bazeni«, v katere so med zalivsko vojno strpali poročevalce, tako oropane neposrednega stika z vojno).

¹³ Velikokrat je omenjeno (Williams,1994: 47) da je vietnamska vojna prva TV vojna, vendar se je televizija kot medij obveščanja takrat komaj uveljavila in še ni zaživela v vsej svoji razsežnosti. Javnost je lahko vojno sicer res spremljala na svojih domačih televizijskih sprejemnikih, toda na pravi, izključno televizijski spektakel smo morali počakati do zalivske vojne leta 1990: neposredni prenos bliskovite higiencične vojne imenovane »Puščavski vihar«.

V vojaških krogih so bili dolgo prepričani, da so prav fotografije in posnetki iz Vietnama, ki so obkrožili svet, prebudili javno mnenje in obrnili javnost proti vojni. Prvič v zgodovini je bil izid vojne odvisen ne le od dogajanja na bojišču, temveč tudi od dogajanja na TV ekranu. V Vietnamu so bili še zelo prisotni tudi tiskani mediji s fotoreportažami. Intervencija ameriške vojske je bila spremljana skozi toliko različnih objektivov, s katerimi je upravljalo toliko fotografov, kot še v nobeni vojni dotlej. Cenzure ali omejevanja pristopa praktično ni bilo. Šola, ki je ZDA veliko stala, je pustila grenak priokus skozi generacije – senca Vietnama očitno še vedno visi nad vsako intervencijo. Strah pred neuspehom in kolapsom, tako pred domačo kot svetovno javnostjo je tako močan, da si tako nenadzorovanega medijskega spektakla nikoli več niso hoteli niti smeli privoščiti.

Kar je ameriška vojska promovirala med Zalivsko vojno leta 1991 so bile zato »le« podobe tehno –vojne: prikazovali so samo nebo nad umirajočimi, polno svetlobnih puščic raketnih izstrelkov – podobe, ki so ilustrirale absolutno vojaško premoč Američanov nad sovražnikom. »Američani po televiziji nikoli niso smeli videti celotno dolžino filma, ki ga je posnela televizija NBC in ni vseboval le spektakla ognjemeta in poti pametnih bomb, ki so uničile samo sovražne objekte. NBC jim ni pokazala usode tisočih Iračanov, beguncev, ki so s konvoji ali peš bežali proti severu v Basro in jih je vojska obmetavala z eksplozivom, napalmom, radioaktivnim uranom« (Sontag, 2003: 59). Tudi večina ameriških operacij v Afganistanu leta 2001 je bila za fotožurnaliste prepovedana. Z zalivsko vojno se je začela serija t.i. elektronskih vojn, kot jim pravi Baudrillard, kjer »sovražnik obstaja samo na radarskih in merilnih zaslonih in je zato kot fizični nasprotnik izginil« (Baudrillard, 1991).

Cilj takih vojaških intervencij naj bi bil zagotoviti dovolj žrtev za izvršitev primerne kazni na nasprotnikovi strani in hkrati minimalizirati

možnosti nasprotnika, da bi sam povzročil žrtve; ameriški in zavezniški vojaki, ki umrejo v avtomobilskih nesrečah ali podležejo »prijateljskemu ognju« je pač kolateralna škoda, ki jo v vojaških krogih sploh ne prištevajo med žrtve vojne! (Sontag, 2003: 61).

V času medijsko nadzorovanega vojnega pohoda proti številnim sovražnikom ameriške moči so pravila o tem, kaj se sme ali ne sme videti, še zmeraj nejasna. Televizijski producenti in časopisni uredniki se na dnevni bazi odločajo, kaj bodo objavili in kaj ne. Pogosto so njihove odločitve stvar presoje »dobrega okusa« ali dostojnosti. Ravno ta presoja je bila razlog, zakaj niso nikoli objavili grozovitih fotografij, posnetih na kraju napada na njujorški WTC 11. septembra 2001. Tudi tabloidi, ki so pri objavi šokantnih prizorov ponavadi drznejši od časopisov, so se tokrat več ali manj vzdržali; objavljena je bila le ena fotografija razcefrane roke sredi razvalin, kmalu po napadu, v njujorškem Daily News, kot navaja Sontagova (2003: 61).

Na splošno pa pri tem velja, da bolj kot je nek kraj oddaljen ali eksotičen in manjkot imamo opraviti z njim, več možnosti imamo da vidimo necenzurirane, »frontalne« prizore smrti in umirajočih. Tako pokolonialna Afrika za splošno publiko bogatega sveta obstaja le kot podoba groze na nepozabnih fotografijah, pa naj gre za do smrti sestradana telesa v Biafri v poznih 1960 -ih, (ne)preživele Tutsije v ruandskem genocidu leta 1994 (glej sliko 6.14.) ali za razkosana in razmrcvarjena telesa po masakru uporniške milice v Siera Leoneju pred nekaj leti. Te podobe po Sontagovi prenašajo dvojno sporočilo: prikazujejo trpljenje, ki je nezaslišano, nepravilno in bi ga morali preprečiti, hkrati pa potrjujejo, da se je to v tistih krajih res dogajalo. Fotografije kot nema pričevanja torej. Ker so bile posnete v pozabljenih delih sveta niso sprožile skoraj nobene večje »reševalne akcije« ali želje po »ouveljavitvi demokracije in blagostanja«. Ali pa fotografom v teh primerih zgolj ni uspelo vzpostaviti dovolj močnega občutka, da je »nekaj treba

storiti«, kot se je zaradi obleganja številnih novinarjev posrečilo v Bosni, kar danes imenujejo »CNN efekt« (Sontag, 2003: 93).



Slika 6.14.: *Ruanda*, posledice državljanske vojne

Vir: Reuters

dostopno na: http://24ur.com/bin/article.php?article_id=2049098

6.7. Zaton vojne kot spektakla - podobe groze ponovno izven nadzora?

Narava TV novic pa se je drastično spremenila v 90. letih 20. stoletja, z napredkom v satelitsko in kabelsko televizijo. Televizijski poročevalci v živo, z mesta dogajanja, so na tekmovalnem medijskem tržišču postali zaščitni znak pa tudi garant verodostojnosti in ne nazadnje statusni simbol za televizijske postaje in druge medije, ki so si jih lahko privoščili. »Postaja CNN si je svoj sloves pridobila konec 1980., ko je bila zmeraj ob pravem času na pravem mestu in v živo, brez prekinitev, poročala o najpomembnejših aktualnih dogodkih, vključno z Zalivsko vojno« (McLaughlin, 2002: 40). Televizija je od svojih začetkov v štiridesetih letih 20. stoletja promotorka potrošnega spektakla, s tem, ko prodaja avtomobile, modo, gospodinjske aparate in druge proizvode skupaj s potrošniškimi načini življenja in vrednot. Je dom športnega spektakla, političnega spektakla, spektakla zabave in lastnih spektaklov, kakršni so udarna poročila (*breaking news*) ali posebni dogodki. Pri tem pa še zmeraj velja ugotovitev Sontagove (2003: 39), da je vojna vedno bila in je najbolj slikovita novica, ki se ji ni mogoče upreti (poleg neprecenljivega nadomestka za vojno – nacionalnega športa).

Za enega najbolj intenzivnih medijskih spektaklov sodobnega žurnalizma Kellner označi »razvijanje panorame podob ameriških zaporniških zlorab Iračanov, ki se je začelo maja 2004, in prizadevanje, da bi odgovornost pripisali višjim pripadnikom ameriške vojske in politike. S tem, ko so zbudile spomin na univerzalen gnus in odvratnost, so se podobe ameriških vojakov, ki ponižujejo Iračane, s satelitsko hitrostjo razširile po radiu in televiziji, internetu in tisku, in nemara sodijo med najbolj vplivne podobe vseh časov.« (Kellner, 2006: 146).

Medtem, ko je bil 11. september globalni dogodek, Baudrillard trdi, da so podobe zlorab v iraškem zaporu same po sebi predstavljale ne-dogodek »obscene banalnosti, odurno, toda banalno degradacijo žrtev pa tudi amaterskih režiserjev te pornografske parodije nasilja«. Podobe Abu Graiba so bile po Baudrillardu parodija nasilja in same iraške vojne, v kateri je »resničnostni šov osvoboditve Iraka« postal »groteskno in otročje« absurden spektakel nemoči ameriških oblasti (Kellner, 2006: 129).

Deloma sta bili šokantnost in beda podob v ZDA posledica izboljšane pogleda na iraško intervencijo v ameriških korporativnih medijih. Vojne v javni zavesti pogosto označujejo podobe krutosti, kakršna je golo bežeče dekle v Vietnamu s telesom, iznakaženim od napalma, ali podoba mladega ameriškega vojaka, ki z vžigalnikom za cigarete prižiga kmečko koč. Tudi Iraka se bomo verjetno spominjali po grozljivih slikah, ki so jih v tem primeru posnele ameriške enote same (Kellner, 2006: 130).

Medtem ko so ZDA cenzurirale vsako besedo in podobo v sistemu bazenov med zalivsko vojno, ter imele stroge smernice in nadzorne mehanizme za *embedded* poročevalce med iraško invazijo leta 2003, je »digitalna doba končno onemogočila prikrivanje temnih strani sedanje okupacije Iraka. Široko razširjena raba digitalnih fotoaparatorov ter enostaven način fotografiranja in širjenja podob, vključno z neposrednim prenašanjem prek brezžičnih povezav, sta pokazala, da lahko medijski spektakel premaga ameriški vojaški nadzor in razširi izjemno škodljive reprezentacije ameriške zlorabe Iračanov« (ibid.: 147).

Nadalje Kellner navaja izjavo tedanjega ameriškega zunanjega ministra Donalda Rumsfelda med zaslišanji o zlorabi iraških zapornikov, ki jasno dokazuje, da je z novimi tehnologijami informacijski nadzor vedno bolj izmuzljiv:

»Ljudje tekajo naokoli z digitalnimi fotoaparati in fotografirajo te neverjetne prizore ter jih nato v nasprotju z zakonom razpečujejo naprej v medije, na naše začudenje prej, preden so prispele do Pentagona« (ibid.: 147).

Po nekaj letih uspešnega brzdanja novinarskega poročanja s kriznih žarišč s pomočjo bazenov, prepovedi in vpeljave *embedded* novinarstva, izgleda, da generacija, vzgojena s pomočjo medijev, digitalnih fotoaparatorov, mobilnih telefonov in kamer »spontano dokumentira lastno življenje, kot da bi sodelovala v resničnostnem televizijskem šovu ali političnem dokumentarcu« (ibid.:146).

7. SKLEP

»Zgodil se je zločin nad realnostjo in nihče več ne more zaustaviti ireverzibilnih tokov njenega izničenja.«

(Jean Baudrillard)

Baudrillard nam s svojimi mislimi o realnosti, v kateri živimo, sporoča nekako takole: *realnost je postala eksperimentalna*. Človeško bitje nima nobene usode več, zato le še neskončno eksperimentira s seboj. V eksperimentih je odločilno to, da je vse, kar se v njih dogaja, namenjeno nadzoru, pogledu. Naj se torej vse vidi. In ker je vse namenjeno pogledu, ni več ničesar, kar bi lahko še sploh videli ali kar bi nas sploh še *zanimalo* videti. Ker sodobni informacijski sistemi pokrivajo vse več življenjskih področij, se vse manj informacij izmuzne.

S tem se zožuje horizont neznanega, človek je tako rekoč vseprisoten, vse je po človeku in za njega. Praktično na vsakem atolu, ki pokuka iz vode, je že prazna kokakolina plastenka in na vsakem vogalu McDonald'sova tabla. Če je bilo človeštvo nekoč »pri Homerju predmet opazovanja bogov z Olimpa, je zdaj samo sebi predmet opazovanja. Njegova samoodtujitev je dosegla tisto stopnjo, ki dopušča, da lastno uničenje doživlja kot prvovrstni estetski užitek« (Benjamin, 1998: 176)

»Vojna je največji biznis,« tako Abu-Džihad, komandant oboroženih sil PLO v intervjuju leta 1983 v Libanonu odgovarja na vprašanje, kako palestinskemu gibanju uspeva tako dolgo ostati v tej izčrpljajoči vojni (od 1948), s tem da Palestinci nimajo niti kvadratnega metra svoje države (Đurović, 1998: 29). Čeprav se cena oboroževanja v medijih omenja bolj poredko, se zelo dobro ve, koliko je stala katera vojna. Tako kot neradi in

poredko omenjajo število žrtev vojn, a se zelo dobro ve, da vojne brez žrtev ni, ne glede na to, koliko nas v nasprotno prepričujejo sterilni posnetki, ki le redko prikažejo resnično zapuščino vojne. Vendar smo ugotovili, da prikrivanje in cenzura niso nič novega.

Že v času prve svetovne vojne so v Veliki Britaniji izločali fotografije, imenovane *blood and iron* (Taylor, 1991: 43), **kri in železo**. Vsakič so strogo pregledali in izbrali le najprimernejši fotografski material za objavo v dnevnem, tedenskem ali mesečnem tisku. Poskusu nadzora nad medijskimi objavami je bila podvržena prav vsaka vojna do sedaj, le da ene bolj uspešno, druge manj. Kar je povzročalo vedno bolj sterilne podobe vojne, so bile zmeraj večje možnosti manipulacije medijev. Le tako smo lahko začeli spremljati vojno brez žrtev, krvi in groze in ob tem uživati v spektaklu, ki je bil vedno bolj holivudski, iz varnega domačega naslanjača pa se je zdelo, da gledamo le še en akcijski film, še en spektakel.

Prva v vrsti in prelomnica v tem smislu je gotovo zalivska vojna - vojna, ki je pravzaprav ni, ne obstaja. Obstaja v svetu virtualne realnosti na televizijskem zaslonu, sovražnik pa je izginil, ga ni. Ostale so samo pike na radarskih zaslonih in vojna se kaže neverjetno čisto – prava parada higiennega, ki se je le še stopnjevala v različnih »intervencijah« s te ali one strani, od Afganistana do Iraka, 11. septembra, vse dokler ni čistosti vojnih podob pretrgala serija fotografij iz Abu Graiba.

Obstajata dva momenta medijskega dogajanja, ki vzpostavljata privlačnost spektakla. »Če je ta na začetku po privlačnosti predvsem nenavaden, nepričakovan, šokanten in podobno, potrebuje za nadaljnji zagon tudi *estetsko razsežnost* in *populistično nagovarjanje*« (Kreft, 2006: 120). Populizma pa vojnam nikoli ni manjkalo, tako kot drugim trenutno aktualnim spektaklom, političnim in družabnim, ki delajo življenje zanimivo

in ustvarjajo *novičarsko vrednost* v lokalnem okolju – poduhovljenju predsednika Drnovška ali tragediji v diskoteki v Pirničah. Vojna je le ena v vrsti, pa še te smo trenutno naveličani, iz otopelosti nas s šokom prebudijo le še slike mučenj ujetnikov, po katerih si bomo zagotovo zapomnili vojno v Iraku. In čeprav Baudrillard ta »incident« imenuje ne-dogodek, je morda ravno to ključni dogodek in način, da spet ulovimo izgubljeno realnost.

8. VIRI in LITERATURA

1. Adorno, T. (1947/2002): *Dialektika razsvetljenstva*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
2. Baudrillard, J. (2002): *Das ist der vierte Weltkrieg*, intervju v: *Der Spiegel*, dostopno na:
<http://www.ubishop.ca/baudrillardstudies/spiegel.htm>
3. Baudrillard, J. (1999): *Simulaker in simulacija*. Ljubljana: Študentska založba.
4. Baudrillard, J. (1996): *Transparentnost zla*, Esej o ekstremnih fenomenih. *Nova Revija*, 165/166, 12-28.
5. Baudrillard, J. (1991): *Sovražnik je izginil*, intervju v: *Delo*, Sobotna priloga, št.39, str. 25.
6. Benjamin, W. (1998): *Izbrani spisi*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
7. Cerar, G. (2003): *Reprodukcijo Picassove protivojne slike v Združenih narodih prekrili pred medijsko zlorabo*, dostopno na:
<http://www.mladina.si/dnevnik/32079/>
8. Chomsky, N. (1997): *Somrak demokracije*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
9. Cunder, K.: *Intervju z: Jurij Gustinčič*, v: *Delo*, priloga VIKEND, 28.3.2003.
10. Debord, G. (1999): *Družba spektakla: Komentarji k družbi spektakla*. Ljubljana: Študentska založba.
11. Đurović, Ž. (1998): *Press don't shoot*. Beograd: Radio B92.

12. Hočevar, U. (1999): *Estetika krutosti*. Ljubljana: Diplomsko delo, Filozofska Fakulteta.
13. Kellner, D. (2006): *Baudrillard, globalizacija in terorizem*. ČKZ, št. 223, 126-133.
14. Kellner, D. (2003): *Media Spectacle*. London-New York: Routledge.
15. Kreft, L. (2006): *Medijski spektakel za izven in za podeželje*, ČKZ, št. 223, 112-125.
16. Kuzmanić, T. (2002): *Policija, mediji, UZI in WTC*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
17. Langman, L.: *Neon Cages*. V Rob Shields (ur.): *Lifestyle shopping*, 68-146: London.
18. McLaughlin, G. (2002): *The War Correspondent*. London: Pluto Press.
19. Sonntag, S. (2001): *O Fotografiji*. Ljubljana: Študentska založba.
20. Sonntag, S. (2004): *Regarding the Pain of Others*. London: Penguin Books.
21. Strehovec, J. (1995): *Demonško estetsko*. Ljubljana: Slovenska matica.
22. Strehovec, J. (1994): *Virtualni svetovi*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
23. Taylor, J. (1998): *Body Horror: Photojournalism, catastrophe and war*. UK: Manchester University Press.
24. Taylor, J. (1991): *War Photography*. London in New York: Routledge.
25. Troha, V. (1993): *Futurizem*. Ljubljana: DZS.
26. Virilio, P. (1996): *Hitrost osvoboditve*. Ljubljana: Študentska založba.
27. Virilio, P. (1991): *Vojna podob*. EKRAAN – revija za film in televizijo, št. 16, letnik XXVIII, str. 32/33.
28. Welsch, W. (1994): *Estetika in anestetika*. Antrophos, št. 1-3, str. 22-31.

29. Welsch, W. (1998): *Estetika onstran estetike*. Filozofski vestnik, št. 3, str. 12-21.
30. Welsch, W. (2001): *Transkulturalnost*. Filozofski vestnik, št. 2, str. 20-28.
31. Williams, W. (1994): *Warworks*. London: Virago Press.
32. Winter, R. (2006): *Kritična teorija medijske kulture Douglasa Kellnerja*, ČKZ, 223, 108-112.
33. Žižek, S. (1996): *Kiberprostor ali neznosna zaprtost bivanja*. Problemi, 34 (7/8), 14-19.
34. Žižek, S. (1998): *Umetnost in realno kiberprostora*. Panika, 4 (2), 18-22.

SLIKOVNI MATERIAL

1. 20th Century Photography, (1996) Museum Ludwig Cologne, TASCHEN, Koeln.
2. Capa, R. (1985): *Photographs*. New York: Alfred A. Knopf.
3. Capa, R. (1996): *Photographs*. New York: Aperture Fondation.
4. Capa, R. (1989): *Robert Capa, Photofile*. London: Thames&Hudson.
5. Nachtwey, J. (1992): *Katalog s fotografske razstave 7. 11. 1992–10. 1. 1993*. Goeteborg: Hasselblad Center.
6. Riboud, M. (1991): *Marc Riboud, Photofile*. London: Thames&Hudson.
7. WORLD PRESS PHOTO THIS CRITICAL MIRROR (1996). London: Thames&Hudson.

SPLETNI VIRI

1. <http://icp.org/chim/bio/magnum.html> , (Magnum Photos).
2. <http://icp.org/chim/bio/magnum.html>, (Gilles Peres)
3. <http://icp.org/chim/bio/magnum.html>, (James Nachtway)