

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Aleksandar Rajaković

Percepcija sporočilnosti konkretnega vizualnega dela v dveh različnih obdobjih

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Aleksandar Rajaković

Mentor: izr. prof. dr. Gregor Tomc

Percepcija sporočilnosti konkretnega vizualnega dela v dveh različnih obdobjih

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

Percepcija sporočilnosti konkretnega vizualnega dela v dveh različnih obdobjih

Skozi analizo treh plakatov za gledališko predstavo skušam pokazati, da je učinkovit stik s ciljnim javnostmi pretežno vizualnega komunikacijskega sredstva odvisen od večih dejavnikov, ki jih je treba upoštevati pri kakovostnem sporočanju ciljnim skupinam. Z ustreznimi komunikološkimi orodji in teorijami sorodnih disciplin in znanosti po družboslovnem načelu interdisciplinarnosti kritično določim glavne značilnosti sodobnega časa, saj ta poleg biološko kemičnih oziroma naravnih danosti posameznika in okolja najbolj determinira spoznavne procese medčloveških dejavnosti. Plakati so delo sodobne urbane gledališke skupine Dejmo stisnt teater in se dotikajo širših družbeno političnih tem kot so vojna, vera in mediji. Z analizo plakatov se skozi širši uvid dotaknem mitov, mitologij, stereotipov in ideologij, ki upravljajo družbeno nezavedno in s tem odpirajo prostor za vodenje, nadzor in manipulacijo. Dejstvo je, da je družboslovne procese zelo težko poenostavljati in s tem tudi modelirati, saj so kompleksni in vedno hitreje spreminjajoči se. Kljub temu poskusim zaokrožiti nalogo z bazično formulo relevantnih spoznavnih procesov in dejavnikov in s tem preidem na področje kognitivne znanosti, ki se izkaže kot glavno gonilo diplomskega dela.

Ključne besede: zaznavanje, reprezentacija, ideologija, komunikacija.

Perception of communicative expressiveness of concrete visual work in two different periods

Through analysis of three posters for theatre play I try to show that effective contact of mainly visual communication means with related publics is depending on several factors which have to be taken into consideration following the quality communication strategies. With appropriate communicology tools and theories of related disciplines and sciences I use foundational principles of social sciences like interdiscipline to critically determine the main characteristics of temporary time which is additionally with biological and chemical characteristics or nature reality of individual and environment the most significant feature of cognitive processes between people activities. Posters are created by temporary urban theatre group named Dejmo stisnt teater and are strongly related with social and political topics like war, religion and media activities. With posters analysis I widely insight myths, mythologies, stereotypes and ideologies which are managing the social subconsciousness and are opening the space for leading, control and manipulation. The fact is that are social processes hard to simplify and model because of its complexity and fast changing nature. Nevertheless I try to complete the research with base formula of related cognitive processes and factors and at the end move on the area of cognitive science which is after all demonstrated as the main guidance of work.

Key words: perception, representation, ideology, communication.

Kazalo

1 UVOD	5
2 POSTMODERNA KOT PREVLADUJOČI TEORETSKI OKVIR.....	12
2.1 Sodobnost, zaznamovana s postmodernostjo	12
2.2 Postmoderna in umetnost kot dva koraka pred časom	14
2.3 Postmodernizem s političnim predznakom	20
2.4 Kritika Baudrillarda in Jamesona, dveh teoretikov postmodernizma.....	23
3 TRANZICIJA KOT IDEOLOŠKI IMPERATIV SAMOSTOJNE SLOVENIJE.....	25
4 KULTURNE ŠTUDIJE.....	29
4.1 Kulturne študije, ki odstirajo ideologije	29
4.2 Kulturne študije in ideologija	32
5 TRI NAJBOLJ VPLIVNE ZNAČILNOSTI V POSTMODERNI	35
5.1 Stereotipizacija	35
5.2 Individualizacija	38
5.3 Vizualna kultura	41
6 O DEJMO STISNT TEATRU KOT PREŽVEKOVALCU DRUŽBENO OBČUTLJIVIH TEM....	46
7 KULTURNA ŠTUDIJA TREH PLAKATOV DEJMO STISNT TEATRA V LETU 2007	49
7.1 Sod smodnika	49
7.2 Biblija – Stara zaveza	53
7.3 Nekega lepega popoldneva (NLP).....	56
8 KULTURNA ŠTUDIJA ISTIH TREH PLAKATOV DEJMO STISNT TEATRA V LETU 2015 ..	59
8.1 Sod smodnika	59
8.2 Biblija – Stara zaveza	64
8.3 Nekega lepega popoldneva (NLP).....	68
9 KOMPARACIJA IN ZAKLJUČEK	72
10 LITERATURA.....	80

1 UVOD

Sodobna zahodna družba se zgodovinsko gledano spreminja najhitreje doslej, saj smo v relativno kratkem času priča porastu globalnega prebivalstva, ki od začetkov industrijske revolucije v Veliki Britaniji v 18. stoletju eksponentno narašča, ter razmahu tehnologije in s tem povišani skrbi za okolje, kar prinaša nove in nove izzive za urejanje odnosov v družbi.

Vzporedno s tem se zadnje čase veliko diskurzov začne z uvodi tipa »Nikoli do zdaj ...« ali »Prvič do zdaj ...«, kar je seveda znak, da je na delu trdovratnejša ideologija, ki v takih primerih, vsaj v razvitih zahodnih družbah, navadno kaže na to, da se v družbi uvajajo spremembe. Skozi medijski konstrukt smo po letos sedmih letih uradno trajajoče ekonomsko gospodarsko družbene krize priča pretanjenim ideološkim plasiranjem, ki med drugim pravijo, da človeštvo še nikoli doslej ni bilo pred takimi ali tako obsegajočimi problemi in je s tem postavljeno pred izziv, kako rešiti takšna in drugačna relevantna vprašanja, da v Sloveniji doslej nismo bili priča takim pretresom, kot smo jim priča v zadnjem času, zato je treba še malo potrpeti, ipd. Vendar lahko podobne zapise in misli zasledimo v vsej nam znani zgodovini t. i. zahodne civilizacije, še posebej ob večjih družbenih dogajanjih. V takih točkah preloma namreč ljudje ne moremo natančno poznati prihodnosti, lahko jo napovedujemo in skušamo ustvariti, poznamo pa je ne, vsaj doslej je nismo, zato so taka obdobja praviloma stohastična, velikopotezna in s tem tudi jezikovno opisno velikobesedna. Se pa za vsakim takim obdobjem v zgodovini človeške civilizacije značilno pojavi nekaj: napredek. V sodobnem svetu se kot glavni napredek kaže digitalizacija, ki počasi prodira v vse pore družbenega življenja, saj se vedno bolj predstavlja kot vzporeden svet, ki je zmožen čisto enakovredno konkurirati realnemu.

Glede na to, da se odvija tako razmahnen vdor digitalizacije v javno in zasebno ter se udejanja kot nenehni razvoj tradicionalnih institucij in družbenih sfer v tej smeri, se današnja t. i. postmoderna doba (tudi zaradi samega tehnološkega napredka) odraža v eklektiki in predvsem v mnogoterosti stilov, različnih združevanj različnosti, ali če se izrazim drugače in pojmovno že zlizano, današnja konvergentnost družbe in njenih odnosov se kaže skozi izrazito divergenco. Ljudje se namreč postavljamo pred izziv, kako premostiti širokopasovni dotok informacij in ga urediti v neko smiselno celoto. Tudi pri nas se zdi, da bolj kot kdajkoli potrebujemo ustvarjalnost kot tisti družbeni zagon, ki pelje naprej, saj se kot razmeroma

mlada, t. i. nacionalna entiteta vse od osamosvojitvenega nastanka opredeljujemo kot zavezniki družbe znanja, ki jo predstavljamo kot nekakšen ideal, ki pa ga nekako še vedno ne dosežemo.

Navadno se v tovrstnih časih, ki se zdijo turbulentni, vsaj takšna je reprezentacija realnosti v medijih, pojavijo t. i. črno-bele analize, zato se bom v tej točki ogibal apokaliptičnim razmišljanjem, ki so značilna za vsako tako obdobje v moderni zgodovini. Ko pride do večjih družbenih premikov, se praviloma pojavijo tudi skrajne razlage kot o na primer koncu človeške vrste, ki jo poznamo, vdoru tujih vrst, pa spet o izparelosti Zemlje itd. In vendar do tega še nikoli ni prišlo. Zgleden primer so Malthusovi Eseji o populacijskih principih, ki so napovedovali, da v prihodnosti pridelava hrane ne bo kos eksponentnemu porastu prebivalstva in bo zato sledila katastrofa. Malthus je eseje izdal leta 1798!

Tudi drugo veliko gospodarsko krizo v neodvisnem obdobju Slovenije mnogi sprejemamo kot neuspeh, čeprav je bilo že po prvi nekako jasno, da je kriza vedno neko prehodno obdobje, ko je treba ugotavljati v preteklem obdobju storjene zmote in napake, jih obdelati in sprejeti odločitve, ki jih nato lahko tudi uresničujemo. Taka stanja so praviloma manj pregledna in s tem tudi bolj kaotična in skrajna.

Že vrsto let lahko tudi spremljamo procese podrejanja nacionalnih struktur v nadnacionalne in obratno: globalno se vpenja v lokalno. Ker je globalizacija razmeroma mlad svetovni pojav in se v zadnjih desetletjih pospešeno dotika tudi našega okolja, jo seveda navadno obravnavamo na način poudarjanja ekstremov, ki jih prinaša, in so tako pozitivni kot negativni. Na eni strani jo skoraj nekritično povzdiguje, na drugi spet prekritično sesuvamo, kar seveda vodi v občutke neenakosti. Vendar ta proces še zdaleč ni končan, zato so neravnotežja v družbi še vedno izrazito prisotna. Kako prerazdeliti družbeno bogastvo, na kakšen način vzpostaviti nove hierarhije in kateri so v mednarodno okolje vpeti cilji, so danes ena izmed ključnih družbenih vprašanj. Lahko bi trdili, da se odgovori podajajo na značilen dualističen način. Po eni strani mnogi ekonomisti trdijo, da smo in bomo po vsej verjetnosti tudi v prihodnje soočeni z depresijsko ekonomiko, ki prinaša trdo varčevanje, krčenje javnih izdatkov in ugodnosti, ki naj bi nas privajala na permanentno stanje, ki prinaša individualizem in s tem povezane družbene pojave. Po drugi strani pa prenekateri ekonomisti zagovarjajo keynessijanski princip večanja vloge države in pravijo, da so trenutna stanja le prehodna.

Pri nas nenehno spreminjamo zakonodajo v smislu podrejanja globalnim procesom, kar jemljem kot uradni znak prilagajanja novim družbenim oblikam na vseh področjih. Poleg tega je dostopnost do sveta danes možna praktično že s klikom z miško. Rezultat tega je, da sodobni človek poseduje več znanja kot kdajkoli prej oziroma mu je dostop do znanja omogočen bolj kot kdajkoli.

Slovenija se kot sodobna nacionalna entiteta uvršča med mlade demokracije, ki se je vključila v zahodnoevropske mreže in tokove ter s tem sprejela temeljne postulate s strani razvitih demokracij Zahoda. Danes smo v Sloveniji priča času, ki ga mnogi diskurzivno že opredeljujejo kot posttranzicijskega, ko so se izpeljale ali se še izpeljujejo reforme v skladu z zadanimi cilji demokratične ureditve družbe kot celote, katerih začetki segajo v čas osamosvojitve Slovenije leta 1991. Takrat je Slovenija podpisala tudi zaveze, da bo uresničila privatizacijo, denacionalizacijo, demokratizacijo, liberalizacijo in ureditev področja intelektualne lastnine. Družba je s konsenzom večine sprejela ustavo Republike Slovenije kot temeljni postulat demokratičnih odnosov in s tem takrat nova liberalna in demokratična načela oziroma vrednote zahodnih, v tem smislu razvitih družb. Legitimizirali smo prvi izbor liberalne ideje svobode in avtonomije posameznika, ki ima svojo paradigmo v moralni avtonomiji osebe. Kljub dejstvu, da smo združeni v državo *sui generis*, posledično je tudi ustava taka, ne moremo mimo dejstva, da smo sprejeli tudi kapitalistične vrednote tujih držav, ki jim zaradi prehoda iz starega t. i. socialističnega sistema mnogi niso bili kos. V tej točki ocenjujem, da je bilo obdobje t. i. tranzicije med drugim tudi zato precej vihravo. To oceno podajam predvsem zato, ker menim, da so se s stališča posameznika vzpostavljale povsem nove identitete, kar se je posledično odražalo tudi na izboru vsebin za gledališke predstave gledališča Dejmo stisnt teater, čigar plakate, katerih interpretacija se, kakor predvidevam, lahko spreminja tudi skozi čas, obravnavam v nalogi.

Kulturno polje prav tako doživlja vsebinsko razpršenost in nenehno iskanje novih oblik izražanja tako, da se znotraj posameznih form mešajo raznovrstni stili in žanri ipd., znotraj sfere pa je opaziti tudi mešanje med popularnim in visokim, kot so recimo resničnostni šovi v Drami, instituciji t. i. visoke kulture. Danes smo priča omnivornim vzorcem kulturne potrošnje, tako da lahko nekoliko zapoznemo tudi pri nas kulturnemu področju mirno pripišemo značilno t. i. postmodernost, ki jo uporabljam kot glavni teoretski okvir pričujoče naloge. Imamo neoavantgardiste, ki v smislu klasične zaveze temu zgodovinskemu toku trdijo, da se literatura ne bi smela pojavljati v gledališču, po drugi strani pa po Benjaminu

približujemo umetnost vsem slojem in želimo iz njih ustvarjati zaveznike. Tudi vrednotenje znotraj kulturne sfere je podvrženo temu principu. Znotraj enega teksta istega avtorja lahko na primer prepoznamo mešanje med tekstocentrično in heteronomno obravnavo umetnin.

Označbo glasbene usmerjenosti neke popularne skupine, na primer indie postpunk garage fusion funky beat soul hip hop jazzy acid rock, lahko imenujemo kot pojav, značilen za sodobno glasbeno sceno. Polihybridizacija stilov se kot posledica tehnoloških inovacij eksemplarično uveljavlja v glasbeni sferi enako podobno kot v ostalih sferah družbenega življenja in se izvorno psihološko kaže kot posledica neidentitetnosti, ki prinaša nove načine ustvarjalnega oziroma lateralnega mišljenja, ki ga, tako se zdi, danes potrebujemo bolj, ker vleče rešitve na način iskanja čim številnejših in različnejših možnosti.

Torej živimo v časih, ki ga nekateri imenujejo pozna moderna, ko je značilna poplava tudi t. i. neo-izmov oziroma gledano jezikovnodiskurzivno neologizmov, ko prevzemamo ali ponovno oživljamo prvine, ki so že obstajale, kar spet slika nazaj stanje v posameznih sferah. Poleg glavnega akterja sodobnega družbenega življenja neoliberalizma, ki se v našem prostoru pojavlja kot dominantna ideologija in zato od nekaterih najbolj opevana, spet od drugih najbolj osovražena, v vsakem primeru pa ekstremna, poznamo še vrsto na novo »izumljenih« starih in že poznanih fašizmov, nacizmov, avantgardizmov, kolonializmov, fusion-anti-post-strukturalizmov in podobnih -izmov. Analiza v nalogi je tako plod kulturološkega neo-izma, ki ga nekateri raziskovalci že imenujejo neostalgija, sam pa ga v kontekstu te naloge poimenujem kar neostalgizem, saj ravno pogled na preteklost, kakršnakoli že je, odpira razmislek, ki teži k primerjavi s sedanostjo in tako kritično vrednoti pozicije glavnih družbenih misli, ki skušajo krojiti prihodnost.

V nalogi se namreč lotevam analize kulturnega teksta gledališkega plakata neinstitucionalnega gledališča Dejmo stisnt teater kot prastarega, tradicionalnega in s tem konzervativnega načina komunikacije v kulturni sferi ter preverjam razlike v analizi pred pojavom t. i. gospodarske krize iz leta 2007, ko je bila družba še v ekonomski konjunkturi in je slovenska nacionalna entiteta doživljala paradoks polnih žepov, ter letošnjim letom, ko je družba že v globoki gospodarski krizi kot glavni distinktivni družbeni okoliščini.

V tem smislu se je teza ponudila sama po sebi. Analizo gledaliških plakatov tega neinstitucionalnega gledališča sem opravil že v obdobju pred pojavom t. i. krize pri predmetu

Množični mediji leta 2007, zdaj pa jo lahko primerjam z analizo v današnjem času, ko je t. i. gospodarska kriza v zase značilnem obdobju po uradnem začetku leta 2008. Pri tem skušam ugotoviti pomembne razlike, če so in zakaj obstajajo, s tem, da jih bom v prvi vrsti osvetlil s klasičnimi komunikološkimi in kulturološkimi prijemi. Nadalje bom poskusil s hibridizacijo splošno sprejetih modelov v kulturnih študijah in s premisami drugih družbenih teorij podkrepiti samo analizo, da bi tako še lažje prišel do potrebnih ugotovitev.

Trdim, da se reprezentacije treh gledaliških plakatov Dejmo stisnt teatra spreminjajo skozi čas, kjer se čas pojavlja kot osrednji kvalifikator. Raziskovalno vprašanje te naloge se vrti okrog domneve, da je percepcija konkretnega vizualnega dela v neki časovni točki nekaj čisto drugega, kot je percepcija enakega vizualnega dela v drugi časovni točki. Sploh pa, če je časovna distanca enaka obdobju osmih let in če so relevantne družbene okoliščine, kot so ekonomsko oziroma gospodarsko stanje, nenehen tehnološki napredek, odkritja v medicini, farmaciji in znanosti nasploh ipd., tako različne v dveh ocenjevanih obdobjih. Pomemben je tudi sam proces zaznavanja, ki je v človeških možganih odvisen od vrste dejavnikov. Kako dojemamo stvari in dogodke, možgani uravnavajo in računajo po kompleksnih, vendar utečenih poteh. Sam se predvsem zaradi narave gledališkega plakata osredotočam na vidno zaznavanje in na tisti šesti čut, ki na bazičen psihološki način združuje tri nivoje človeškega uma v visoko sposoben ocenjevalno-interpretativni mehanizem, ki med seboj prepleta predel nadjaza ali nadstavbeni moralno-etični predel, nato biološko-kemične značilnosti vsakega posameznika, ki se v kombinaciji z zunanjimi izkušnjami izražajo v karakterju in osebnosti, ter ideološko-mitološki predel, ki upravlja z podzavestjo. Hipotezo naloge tako formiram kot znanstveno trditev, da so pogledi in dojemanje istega gledališkega plakata čisto drugačni v današnjem času od tistega pred osmimi leti. Zato me bo med analizo zanimalo, kateri so tisti parametri, ki vplivajo na dojemanje v dveh različnih obdobjih, oziroma ali je isti plakat lahko danes čisto nekaj drugega, kot je bil v času ob nastanku. V prvem delu bom orisal čas, okoliščine in elemente analize, ko je nastajala, v drugem delu pa podal analizo istih plakatov po preteku sedmih let z enakimi modeli, ki jim bom skušal dodati nekaj sodobnejše ostrine. Na koncu bom ugotavljal, kaj se je spremenilo.

V prvem poglavju orišem problematiko današnjega časa v tipični zahodni družbi ter kako in zakaj se spreminja. Nato definiram raziskovalna vprašanja in določim smernice ter potrebna polja, ki me bodo vodila k ugotavljanju zastavljenega. Potem predstavim še načine in modele, ki so mi pomagali pri lotevanju se tega značilnega družboslovnega vozla.

V drugem poglavju se lotevam analize relevantnih družbenih okoliščin, ki so vplivale na teme, ki jih je izbiral Dejmo stisnt teater, saj so izbrani plakati narejeni za predstave, ki so družbenokritične. V vsem tem času smo namreč pričali novim sistemizacijam, ki so se prvih sedemnajst let osamosvojitve uvajale postopoma. Sedaj pa izvajamo utrjevanje s t. i. drugo poosamosvojitveno družbeno ekonomsko krizo. Analize družbenih okoliščin se lotevam skozi postmoderno prizmo. Naprej skozi tri glavne smeri, nato jih opazujem skozi področje kulture in umetnosti kot relevantni družbeni polji, nato pa še skozi ideologijo političnosti podajam misli glavnih avtorjev tovrstnega pogleda.

V tretjem poglavju se na kratko dotaknem zgodovinskega pregleda tranzicije Slovenije od osamosvojitve naprej predvsem na način ugotavljanja glavnih značilnosti tega obdobja, ki so pomembne za samo analizo.

V četrtem poglavju opišem glavne procese kulturnih študij, ki služijo analizi zadane naloge. Ti procesi vsebujejo glavne filozofske okvire kot orodja za odkrivanje pomenov skozi elemente študije, zavedajoč se pomembnosti kulturnih študij kot pomembne večšine opazovanja sodobnih družbenih tokov, ki interdisciplinarno združuje različne znanosti. Kako lahko skozi ekonomijo znaka uvidimo predispozicije za vladanje in na kakšen način to počnemo, je namen tega poglavja.

V petem poglavju bom na kratko predstavil tri temeljne značilnosti sodobnega sveta in se jim na kratko posvetil, saj so vsaka zase kot tudi vsaka z vsako prav tako pomembne za širši uvid naloge. Najprej se lotim stereotipizacije kot osnovnega psihološkega fenomena posameznika. Proces stereotipizacije vidim kot enega najpomembnejših dejavnikov urejanja današnjega domnevno kaotičnega dogajanja. Ker pa so v teh procesih možne tudi neupravičene napake, so toliko bolj atributivni za ideološko manipulacijo in zato toliko bolj zanimivi za analizo. Druga značilnost je vse večja vloga individuuma v skupini. Skušal bom pokazati, da so procesi individualizacije prav priročni za uvajanje novih idej in prav oblast nad posameznikom je zato toliko lažja. Tretja značilnost pa je vzpon vizualne kulture, kamor gledališki plakat kot bazičen in tradicionalen element komunikacije tudi sodi. Današnja družbo je vizualnost zagotovo preplavila in se uveljavila kot dominanten čutilni kanal, Dejmo stisnt teater pa jo za svojo komunikacijo s ciljno publiko tudi izkorišča. Za glavno obliko komunikacije s ciljnim skupinami si zato izbere ravno plakat, ker je to še vedno ena izmed

najcenejših fizičnih oblik vizualnega komuniciranja, saj se je omenjeno gledališče večinoma financiralo iz lastnih virov.

V šestem poglavju opišem gledališče Dejmo stisnt teater in njegove predstave skozi kratek vpogled v zgodovino tega neodvisnega in neinstitucionalnega gledališča.

V sedmem poglavju so predstavljeni trije plakati Dejmo stisnt teatra, ustrezno analizirani v letu 2007 za potrebe izpitno seminarske naloge pri predmetu Množični mediji pri takratni nosilki prof. dr. Vidi Zei. Takratna analiza ostaja nedotaknjena in služi kot izhodišče za preverjanje hipoteze.

V osmem poglavju podam analizo istih plakatov v današnjem času, kjer se trudim ohranяти objektivnost, čeprav je treba dodati, da se tu objektivno predstavlja kot ideal in je zato že sama po sebi praktično nemogoča.

V devetem poglavju bom ugotavljal razlike v analizah in zakaj te sploh obstajajo, če obstajajo. Sledijo še zaključek, uporabljeni viri in literatura ter priloga.

Naloga je izrazito interdisciplinarna, vsako disciplino posebej je nemogoče zajeti globlje, zato metodološko posegam po razrezu ustrezne literature, kritičnem komparativizmu in komunikoloških modelih, potrebnih za tovrstno analizo. Tako v izhodišču zastavljeno problematiko na klasičen način deduciram in v sklepu po dobljenih rezultatih induciram ugotovitve. Vseskozi pa se poslužujem tudi diskurzivne analize. V nalogi se bom skušal držati pravil znanstvenega raziskovanja tudi tako, da se bom izogibal Rosenthalovemu efektu (t. i. experimenter effect), ki pravi, da se lahko kaj hitro ujamemo v začaran krog samouresničevanja lastne prerokbe, ko raziskujemo v smeri lastnih odgovorov, in ko se rešitve same ponujajo že ob predstavitvi raziskovalnega vprašanja.

2 POSTMODERNA KOT PREVLADUJOČI TEORETSKI OKVIR

2.1 Sodobnost, zaznamovana s postmodernostjo

Postmoderna je periodičen koncept, kjer je funkcija korelacija med pojavljanjem novih formalnih programov v kulturi s pojavom novih tipov družbenega življenja in novim tipom ekonomskega reda, ki ga pogosto ublaženo imenujemo tudi modernizacija, postindustrijska oziroma potrošna družba, družba medijev ali spektakla ali multinacionalnega kapitalizma.

(Jameson in Foster 1983, 113)

Kot sta nekoč iznajdba parnega stroja in izraba električnega toka s stroji, ki so nadomestili človeške mišice, pomagali razmahniti industrijsko revolucijo, na območju današnjega simbola napredka – Silicijeve doline v Kaliforniji pospešeno nastajajo glasniki nove industrijske revolucije. Danes namreč programska oprema izriva strojno in tako ne nadomešča več samo mišic, temveč tudi človeške možgane.

Podatki so postali glavna surovina gospodarstva. Pridobivajo se ob vsakem stiku z računalnikom, pametnim telefonom, tablicami, enako se dogaja že s pametnimi urami in očali. Potem jih zapleteni algoritmi, ki se vedno bolj izpopolnjujejo, obdelujejo v velikih računalniških centrih. Tako se danes za t. i. vedenjskim in vitkim marketingom skrivajo matematične enačbe, ki določajo, komu ponuditi kateri oglas in komu priporočiti katero blago. V prihodnje bodo algoritmi odločali tudi, kdo in pod kakšnimi pogoji bo lahko sklenil zavarovanje ali dobil posojilo. Ali pa, katere novice so vredne branja.

Kot pravijo v medijih, sploh ne gre za nov pojav. Digitalizacija se je začela že pred leti, vendar sta šele ogromen porast računalniških zmogljivosti in mobilni internet zagotovila temelje za digitalno revolucijo. Ta danes prodira v vse gospodarske panoge, tudi tiste, ki so se doslej zdele nedotakljive, in posamezne med njimi postavlja na glavo, zaradi česar se nekdanji uspešni poslovni modeli že zdijo zastareli. »Z digitalno preobrazbo,« pravi profesor Stefan Gross-Selbeck z Inštituta za medmrežje in družbo v Berlinu, »se spreminja način komunikacije, potrošnje in proizvodnje. Lahko bi rekli, da tudi način življenja in dela.«

(Mahler & Schulz 2014, 58–63) Dodajam, da ta »lahko« vedno bolj izginja, zato so novi načini življenja in dela že danes prevladujoča realnost.

Novi načini življenja in dela so med drugim posledica postfordizma in fleksibilne delovne sile, ki po novem ustvarja tudi v manjših proizvodnih obratih. Povzročila sta ozke segmentacije trga, kar je vodilo v vzpon specializirane in raznolike potrošnje ter s tem heterogenizacijo okusov in diverzifikacijo življenjskih stilov. Tako se za nove in bolj detaljne potrebe ustvarja vse bolj destandardizirane, estetsko izpopolnjene in vse bolj simbolno ovrednotene potrošne izdelke. Ko se je pričela estetizacija poglobljenega sveta, kjer trg odreja pravila, smo dobili ključno dimenzijo nove faze modernizacije. Estetika in simbolne značilnosti so pričele izpodrivati funkcionalnost tako, da so se polja estetskega, umetniškega in kulturnega pričela pomikati globoko v polje ekonomskega oziroma – če se izrazim bolj opisno – ekonomsko polje je ugrabilo ostala polja. Tako je globalni kapitalizem povzročil tehtne in odločilne družbene spremembe, pravzaprav celo kulturni obrat, ki ga imenujemo postmoderna. Kot pravi Bulc, se je skladno s tem pojavom specifične potrošne družbe pojavilo tudi mnogo analitično-teoretskih dognanj, ki jih nekako delimo v tri skupine:

- Najprej so tu družbenokritične teorije o postmoderni, kjer prednjačita Jameson in Baudrillard in so kot neke vrste nadaljevanje adornoovsko-marksističnih pogledov na vplive proizvodnje na potrošnjo, saj opozarjajo na negativne posledice naraščajoče moči globalne kapitalistične proizvodnje, ki je omogočila potrošnjo kot ključno dejavnost za sodobne posameznike in jih s tem postavila v milost in nemilost ideološki manipulaciji ekonomskih in oblastnih elit ter zapeljevanju medijev.
- Potrošnjo kot indikator družbenega statusa obravnavajo predvsem sociološko-analitične teorije. Za začetnika štejemo Thostaina Veblena (1998), ključno vlogo pa pripisujemo Pierru Bourdieuju (1984), ki je potrošništvo obravnaval kot niz kulturnih fenomenov, ki na podoben način kot pri Veblenu vzpostavljajo okus kot klasifikator družbenih položajev posameznikov. Pravi, da se okus sam klasificira šele skozi oči drugega, vzporedno pa tudi potrošnik sam z izkazovanjem okusa klasificira sebe in druge. Poudarja različne načine uporabljanja dobrin z namenom, da se vzpostavijo družbene povezave ali razlike. Tako Bourdieu prenese potrošnjo na območje kulturnega, kjer posameznika obravnava v povezavi z njegovim habitusom, torej z

njegovimi kulturnimi preferencami, kompetencami in vednostmi, ki pa niso povezane samo in le z ekonomskim položajem v družbi. (Bourdieu 1984, 170)

- Nazadnje so tu še sodobnejše raziskave potrošnje, ki v najbolj radikalni obliki zavrnejo teorije vpliva na potrošnjo in s tem prekinjajo z ekonomskim determinizmom, kjer je vse družbeno dogajanje podrejeno objektivnim tržnim zakonitostim. Pravijo, da je potrošnja kljub vsemu kompleksen in raznovrsten pojav, zato se preko raziskav precizno osredotočajo na sama vedenja potrošnikov do izdelkov ter kako in na kakšen način jim pripisujejo določene pomene. Tako spoznamo tudi aktivne posameznike, ki sami ustvarjajo lastne pomene proizvodom, ki pa so lahko tudi v nasprotju s prevladujočimi ideološkimi pomeni. Kot taki so pomembni teoretiki subkultur, ki kot enega glavnih poudarkov izpostavljajo konstruiranje opozicijskih identitet, in teoretiki užitkov v potrošnji, kjer so potrošniki predstavljeni kot samozavedajoči se posamezniki, ki se ne uklanjajo marketinškemu prijemom, temveč so aktivni v svojih izbirah in s tem tudi samokonstruirajo življenjske stile in identitete, za katere menijo, da so svobodne in neodvisne od ekonomskih procesov proizvodnje in zakonov trga. Poudarjajo emancipatorni potencial potrošnje. (Bulc 2004, 55–56)

2.2 Postmoderna in umetnost kot dva koraka pred časom

Sodobni načini življenja in odnosov se odražajo tudi na kulturnem polju oziroma umetnosti, kjer velja izpostaviti dilemo, koliko se danes umetnost sploh še loči od kulture. Če se je umetnost od 18. stoletja dalje oblikovala preko estetike, preizpraševanja in kritike ter dejansko imela moč vpliva tudi na družbene spremembe, smo lahko upravičeno trdili, da je umetnost vedno dva koraka pred časom. Danes nekako velja, da ta zagon oziroma motiv umetnosti izginja oziroma se ga relativizira. Vzroke za stanje uzurpacije umetnosti v polje kulture ali celo pop kulture gre med drugim iskati tudi v dejstvu, da se je kritičnost institucionalizirala in s tem izgubila družbeni naboj ter osnovno subverzivnost. Zato se v kulturnih oziroma umetnostnih krogih v času današnje ekonomske in vrednotne krize pojavljajo predvsem iskanja novih koordinat, ki bi na novo definirale vlogo estetike, domišljije, miselne naprednosti, uporniških pozicij in kritičnih potencialov.

Kriza je odraz sesutja vrednot, s psihoanalitskega vidika pa se kaže kot posledica zrušenja sistema primarne socializacije, ki ponotranja vrednote. Lacanovska percepcija jo izpostavlja kot ključno matrico, ki se prenaša iz generacije v generacijo kot sistem odnosov in se le malo spreminja. Pravimo ji epidualni trikotnik, ki se kaže kot odnos znotraj zveze oče, mater, otrok. Tu je oče izgubil avtoriteto tistega, ki izreka Zakon. Tako je danes družba polna predepidualcev, ki Zakona niso ponotranjili, zato je pod vprašanjem celotni simbolni red in vladavina prava, kar v družbo prinaša disonanco, s tem pa se izgublja koherentnost. (Zupančič v Žerdin 2011)

Ta disonanca pa je prisotna tudi v kulturi in se z nominalističnega stališča kaže predvsem kot razrvanost ega, zato pogostokrat govorimo tudi o koncu klasične umetnosti znotraj kulture kot kritičnem polju družbenega ustroja, vendar – podobno kot na drugih poljih – tudi tu ni jasnih smernic za naprej. To se na eni strani kaže kot proces izgubljanja identitete oziroma neidentitetnost, kar je drugo ime za disonanco, na drugi strani pa se pojavlja proces hibridizacije, ki skuša razpadla polja identitete povezati nazaj skupaj oziroma jih spraviti v konsonančno stanje. Tako znotraj postmoderne najdemo kup nasprotij, ko se na primer na novo pojavi izrazita kritičnost, ki pa kritizira na način, da nenehno opozarja, da kritičnosti ni, kar je spet svojevrsten paradoks. Pomembno je izpostaviti, da je to le en aspekt, ki je kljub vsemu postal prevladujoč, saj danes praktično ni množičnega medija, ki ne bi ciljalo na posameznikova vprašanja identitete s tovrstnim načinom nagovarjanja. Na drugi strani nove in sveže produkcije že nekaj časa iščejo nove kanale, kjer lahko izrazijo svoje neodvisne intelektualne poglede in razmišljanja ter tako na primer na glasbenem področju ustvarjajo cel kup neodvisnih založb, ki aktivno preizprašujejo sodobne družbene zagate in iščejo rešitve. Tako jim lahko mirno pripišemo klasičen umetniški značaj, otrešen nominalizma ali holizma, in jih lahko obravnavamo zgolj kot družbeno dejstvo, posebej tam, kjer se zgodijo tako miselni kot obrtniški presežki oziroma nadpovprečja.

Konec petdesetih let prejšnjega stoletja so znameniti kulturologi britanskega Centra za proučevanje sodobne kulture v svojih študijah pričeli upoštevati tudi kulturna razmerja, znotraj katerih so kulturni teksti nastajali. Postal je pomembno, da se je pri takrat porajajočih se t. i. britanskih kulturnih študijah umeščalo kulturni tekst v relevantne družbene okoliščine. Govorimo o tem, da se je danes umetnost skozi svoje proizvode že podredila trženjskim mehanizmom in s tem postala orodje multinacionalnih korporacij in nacionalnih vlad (Becker

v Debeljak 1999, 170). Znotraj teh procesov je zameglila materialne pogoje, kar posledično vodi v opustitev kakršnihkoli vprašanj etike glede samega smisla takega početja.

In tako je, če se vrnemo k prevladujoči kritiki z romantičnim prizvokom, sodobno potrošništvo, kot pravi Debeljak, na ponižujoč način spravilo na kolena etično moč kritičnega zanikanja. Postmodernistična umetnost je torej paradoksn proizvod kreativnih moči, osvobojenih neposrednega družbenega smotra ali posredovanega moralnega imperativa »obljube sreče«. Kar se je pred prvo svetovno vojno začelo kot udeležba zgodovinske avantgarde pri oblikovanju prihodnosti družb, je v zgodnjih sedemdesetih letih uplahnilo v neprikrito sprijaznjenost s tem, da umetnost nima notranje zmožnosti, s katero bi prispevala k družbeni spremembi. Ta izguba kritične in utopične projekcije v prihodnost je avantgardo kot implicitno etično gibanje preobrazila v omejeno, torej – v postmoderni inačici – eksplicitno estetiško gibanje. (Debeljak 1999, 170) Življenje je tako strašno, da ga lahko prenašamo le, če se mu izogibamo. To pa je mogoče doseči z umikanjem v svet umetnosti. Tako nekako je razglabljal Flaubert, vizionarski znanilec literarnega modernizma. Ni treba posebej razlagati, da je to stališče dandanes povsem nevzdržno. Debeljak poudarja, da življenje in umetnost nista dve ločeni področji. Tu lahko spet govorimo o sodobnem družbenem fenomenu hibridizacije. Umetnost je estetizirala življenje, cena tega pa je, da se je sama spremenila v »lepega poraženca«. Domnevni proces »prostega«, demokratično odprtega dostopa do del avantgarde in modernizma, ki ga je usmerjalo korporativno gospodarstvo »vratarskega« sistema univerz, muzejev, galerij in drugih ustanov, pa se je spremenil v prefinjen družbeno-kulturni nadzor. (Debeljak 1999, 172)

Zdi se, kot da je postmoderna doba neko vmesno in konfuzno obdobje, ki se po višku svobodnega in odprtega sveta vrača stran od klasično razsvetljenjskih idej v neko novo obliko reda ali po freudovsko: vsaka generacija, ki je zrasla brez reda, uvaja naslednjim generacijam toliko več reda, saj na tak način konfrontira prejšnji generaciji. Torej lahko slutimo neka ciklična zgodovinska dogajanja, vendar z novimi atributi. Že če se primerjamo na primer s Kantovimi odgovori na vprašanje, kaj je razsvetljenstvo, hitro ugotovimo, da se danes na globalni ravni pojavljajo močne tendence po nadzoru, ki naj bo čim enostavnejši in čim učinkovitejši, tak benthamovskega tipa. Že nekaj časa namreč spremljamo globalni pojav, ki se vrsto let udejanja tudi pri nas in pravi, da so se sile kapitalističnega tržišča izkazale za bolj učinkovite od politične cenzure, saj »s posrednim zapopadenjem bistva svobode v modernistični umetnosti in sprevačanjem njenega abstraktnega in hermetičnega značaja v

nekaj, kar nam je domače, razlagalni diskurz utiša protest modernistične umetnosti. Ne glede na to, kako si interpretacija prizadeva, da bi umetnost popeljala k univerzalnemu, kamor idealno sodi, pa razlaga umetnost vseeno sili v institucionalizirane predstave. Diskurz podvrže umetnost načelu uporabnosti.« (Bürger 1986, 102) Zdi se, kot da je namen medijev in širšega diskurza, postaviti umetnost na nivo nedoraslosti, jo razvrednotiti kot nekaj, kar vsebuje upor, upor pa je vedno domena pubertetne dobe. Mnogi mediji spretno izrabljajo cenene psihologizacije za potrebe množičnega nadzora, ki ga opravljajo kot t. i. psi čuvaji. Enako podobno jih spremljajo tudi druge industrije od športne, glasbene do oglaševalske ipd., kjer se zopet zdi, da večja kot je nadzorovana množica, bolj cenene prijeme, ki so podlaga za trdnejša potrošniška razmerja, se uporablja. Ta sistem proizvodnje strahov, ki posameznika spravi v kot, ga individualizira in usposobi za nadzorovano delovanje, pa zgodovinsko gledano ni nič novega. Eden največjih srednjeveških mislecev je v svojih vprašanjih o izobraževanju zagovarjal: »Razsvetljenstvo je človekov izhod iz lastne nedoletnosti, ki je je kriv sam. Nedoletnost je nezmožnost posluževati se svojega razuma brez vodstva po kom drugem. *Krivda* za to nedoletnost *pa je lastna*, če vzrok zanjo ne zadeva pomanjkanje razuma, temveč odločnosti in poguma, da bi se ga človek posluževal brez tujega vodstva. *Saupere aude*. Bodi pogumen, poslužuj se svojega *lastnega* razuma, je torej geslo razsvetljenstva.«

Pravi, da sta lenoba in strahopetnost glavna vzroka, zaradi katerih ostaja večina ljudi nezrelih tudi še po tem, ko je narava te ljudi že zdavnaj oprostila tujega vodstva (*naturiliter maironnes*), in zaradi katerih je drugim tako lahko prisvojiti si varušvo nad njimi. »Biti nedoleten je prav udobno. Če imam knjigo, ki ima zame razum dušebrižnika, ki ima zame vest, zdravnika, ki zame presoja dieto itn., potem se mi vendar ni treba samemu truditi. Ni mi treba misliti, če lahko plačam: zoprna opravila bodo že drugi opravili zame. In da gleda daleč največji del teh ljudi (med njimi ves lep spol) na korak k polnoletnosti ne le kot na nekaj težavnega, temveč tudi zelo nevarnega, zato že poskrbijo tisti varuhi, ki so najdobrotljiveje prevzeli nase skrbno nadzorstvo nad njimi. Potem ko so svojo domačo žival poneumili in skrbno preprečili, da se te mirne stvarce ja ne bi upale tvegati koraka zunaj hojce, v katero so jih vtaknili, jim nato še prikazujejo nevarnost, ki jim grozi, če bi poskušale hoditi same. Seveda pa nevarnost ni ravno tako velika, saj bi potem, ko bi nekajkrat padle, končno le shodile. A primer te vrste le preplaši in navadno odvrne od vseh nadaljnjih poskusov.« (Kant 1784, 22) Tako je Kant v 18. stoletju, ki je bilo na prehodu v 19. stoletje razmeroma podobno turbulentno kot danes, luščil osnovna spoznanja in psihoanalizo v temeljne principe mehke moči.

S tem ko postmoderna institucija umetnosti uvršča umetniška dela tudi v krogotok kapitala in ko zabrisuje meje med vsemi stvaritvami in formami stvaritev domišljije ter ko ne omogoča več privilegiranih in ločenih prostorov, ki bi si lastili samo umetniška dela, potrjuje izbris razlike med duhovnim in materialnim, umetniškim in neumetniškim predmetom. Se pravi, da lahko upravičeno trdimo, da postmodernistično vrednotenje umetnosti z ekonomskimi in tržnimi merili ne upošteva ali celo zavrača zgodovinske, transcendentne ali estetske vrednosti umetniških del. Še več, zvaja jih na raven absolutnega blaga, ki se prodaja po zelo podobnih principih, kot se prodaja blago na klasičnem trgu. In če je bivanjsko okolje sodobnih družb skorajda absolutno estetizirano, potem umetnost nima več bistvenega vpliva in ne predstavlja nekaj drugega glede na družbo. Simbolizacija umetnosti se v postmodernem okviru nanaša na karkoli. V tem okviru se prvine življenjskega sveta umikajo univerzalni estetizaciji, ko oglaševanje enostavno preplavi slogovne strategije modernizma in avantgarde ter jim izsesa vso zgodovinskost, pri tem pa kritične vsebine umetnosti z razmerami v družbi prisili k počitku. (Debeljak 1999, 173–174)

Tu pa se že približamo pop kulturi, ki je danes recimo temu kar predominantna, saj je tako rekoč zaobjela in preplavila veliko večino prostora. Če se je še v šestdesetih letih prejšnjega stoletja popart pojavil kot umetniška smer, ki je častila kapitalistične vrednote, dandanes lahko trdimo, da se je prelevil v pop kulturo, ki je umetnost povabila medse in jo afirmirala kot ozek segment za najbolj ustvarjalne in intelektualne. Lahko rečemo, da se popart prejšnjega stoletja danes kaže kot lakmus papir postmodernistične umetnosti, saj je eden prvih množičnih pokazateljev vdora ekonomskega, ki z gledno kaže temeljne mehanizme tovrstnega delovanja. »Warholovi ponatisi jušnih konzerv, Lichtensteinovi stripi, Wesselmannove kopalnice z dehumaniziranim aktom ter druga dela kažejo, da je popart obravnaval banalne podobe vsakdanjega življenja površinsko; zato pa le-te postanejo primerne za donosno investicijo. Prepoznavni predmeti, s katerimi investitorji vzpostavljajo stik na podlagi običajnih izkušenj z oglaševalnimi »pravljicami v izobilju«, seveda močno privlačijo. Romantično »minevanje skrivnostnega in lepega« je v postmodernem obdobju povsem izgubilo svojo skrivnostnost.« (Debeljak 1999, 192) Temu primerno se je izoblikovala tudi sama institucija, ki bi kot taka morala priznavati divergenčnost in svobodo pogledov, pa jih ne zaradi sodobnih zahtev družbe, ki je bolj kot ne vpeta, kot bi rekel Žižek, v potrošniško fantazmo. Postmoderno institucijo umetnosti določajo tri značilnosti: »odklanjanje subjektivnosti in individualnosti del (neskončna možnost tehničnega reproduciranja),

sprejemanje blagovnega fetišizma (popolna integracija v krogotok tržišča) in politična ravnodušnost (umetnost ne predstavlja alternativne resničnosti).« (Debeljak 1999, 193)

Spremlja nas občutek razvrednotenja vsega in vseh, kot da bi nekdo nenehno in namenoma izgubljal kompas samo zato, da bi ga lahko spet iskal. Iskanih vzrokov za tako stanje je ogromno, Bell ga na primer vidi v tem, da je bila protestantska etika odsekana od buržoazne družbe. Potem je lahko ostal samo še hedonizem, s tem pa je kapitalistični sistem izgubil svojo transcedentalno etiko. (Bell 2001, 21)

V razvitih zahodnih družbah tako spoznamo prav zares umetnost vladanja, ki ne pozna več nietzschejanskega strahovladja, temveč z globoko razvito manipulacijo razvija prefinjene načine obvladovanja množic. To se kaže tudi skozi institucije, ki prav s takimi načini ohranjajo sistemsko vzdržnost.

Spomnim naj na Duringovo semiotsko analizo oglasa za cigarete Marlboro oziroma Marlboro man-a, osamljenega jezdeca na Divjem zahodu, ki konotira podobe moškosti, svobode, odločnosti in presega monotonijo vsakdana. During je na tem primeru pokazal, kako izdelki pop kulture te občutke pravzaprav ustvarjajo lažno, s čimer preprečujejo spoznanje o nepravilnosti sveta, v katerem živijo. (During 1995, 5) Podobne značilnosti bi lahko prepoznali v nešteto primerih.

Če se navežem na Hegla, ki v svoji Fenomenologiji duha trdi, da je celotna človekova zgodovina zgolj del dolgega procesa samorazkrivanja Duha, kjer Hegel Duh razume v smislu samozavedajočega se življenja, ki poleg človeka zaobjema tudi naravo (Stanković 2010, 35), potem lahko ocenim, da živimo v obdobju nemira in mrzličnih iskanj novih odgovorov na vedno nova in nova vprašanja, glede na to, da je najpomembnejša karakteristika postmoderne družbe, da je »družbeni spopad (...) premikanje, s katerim se družba ustvarja in menja.« (Touraine v Tomić-Koludrović, Leburić 2002, 20) Tako ležerno in na postmoderen način lahko zaključimo, da smo »iz postmodernega gesla »Kr čte!«, ki je bilo kljub vsemu še kar pregledno in razvidno po svojem pluralizmu, v katerem je bilo potrebno poudarjati tisto, kar je bilo prej, v okvirih tradicionalnih umetnosti, visoke kulture in filozofske estetike omejeno in potisnjeno na rob, dobili novo urejevalno načelo sveta »Kr neki!«. (Kreft 2005, 24)

2.3 Postmodernizem s političnim predznakom

O podobnih posledicah vdora vladajočih ideologij v tradicionalna polja neodvisnih in kritičnih misli razmišlja tudi Baudrillard, ko izhaja iz dejstva, da je sprememba nadzora nad znakovnimi vrednostmi, ki ga vladajoči razredi uporabljajo kot nadvlado v arhaičnih ali v tradicionalnih družbah, v nadzor samega procesa ustvarjanja pomenov, oziroma imeti monopol nad kodom v kapitalističnih družbah, ustvarila popolnoma nov in drugačen način proizvodnje, ki ni več razredno utemeljena in ni več določena z lastnino nad produkcijskimi sredstvi.

Baudrillard detektira prehod dominacije smisla nad videzi v dominacijo videzov nad smislom, od diskurzivne refleksivne nadvlade jezika k figuralnim kulturnim oblikam. S prehodom od produkcije v reprodukcijo neskončnih reduplikacij znakov, podob in simulacij v medijih razblini razliko med podobo realnosti in realnostjo samo. »Smisel implodira v medijih.« (Baudrillard v Bulc 2004, 59) Podobno kot Debeljak na primeru umetnosti izpostavlja Baudrillard na primeru znakovnih značilnosti, da so vse izvirne oblike kulture in vse determinirane govornice posrkanе v reklamni način izražanja, kjer se vse zdajšnje oblike dejavnosti izčrpajo ob dotiku z reklamno. Še več, profesionalna reklama je le del širše *reklamne oblike*, v kateri poniknejo in se v njej pomešajo vsi načini izražanja. Vse zdajšnje oblike dejavnosti se izčrpajo ob dotiku z reklamno. S tem občutek za realnost ne obstaja več, ker se izgubi v potrošniško-televizijski kulturi, ki s svojim oblakom znakov proizvaja neskončno simulacij resničnosti. Tu pridemo do rojstva nove realnosti, ki se kot znakovna osamosvoji in postane edina, ki ji pravimo *hiperrealnost*. Hiperprodukcija znakov in reprodukcija podob ter simulacij privede k izgubi stabilnega pomena in k estetizaciji realnosti oziroma k estetizirani halucinaciji realnosti.

Tradicionalno semiologijo, ki jo poznamo kot razlike med označevalcem in označenim ter razliko med znakom in referentom, Baudrillard zavrača, saj pravi, da v tem svetu ne moremo več najti pravega referenta in označenega, kaj šele povezave med njimi. Še več, znaki obstajajo sami zase, z lastnim sistemom reprodukcije, ki ustvarja lastno in novo realnost, kjer je referenčni sistem le rezultat moči samega znaka, torej znaki sami proizvajajo učinek realnosti. To je mogoče, ker se je negacija realnosti, nekoč inherentno povezana s filozofskim

razmišljanjem, torej s subjektivnim odnosom do realnega, vrinila med stvari same, tako da je postala aksiom vseh in vsega. V tem smislu Baudrillard nadgrajuje Lacana, ki mu označevalec predstavlja subjekt za drug označevalec, in pravi, da analitik zavrača pozicijo gospodarja označevalca: simptoma ni mogoče pozdraviti s tem, da bi postali gospodar smisla. J. A. Miller v predavanjih o Lacanu celo pravi: »Niste gospodar smisla tistega, kar pravi označevalec. Smisel je odvisen od drugega, od načina, kako vas bo slišal. Ali bo, na primer, sprejel vaše sovraštvo kot takšno ali pa ga bo imel za krinko ljubezni? Smisel je torej vedno smisel drugega.« (Miller v Balažic 2006, 70) Torej Baudrillard kot analitik ekstremizira na primer Piercovo tradicionalno pojmovanje semioloških vrednosti in jih zvede preko politične optike v princip hiperrealnosti, kjer se je zavljo nadvlade zgodilo, da se je negacija realnosti inkorporirala v realnost samo, in smo dobili ne-realnost. Tako ljudje postajamo ljudje – stroji, saj smo kot poslušalci in gledalci medijev postali kar terminali teh komunikacijskih mrež, zato je danes razlika med človekom in strojem izredno težko določiti. (Baudrillard v Bulc 2004, 60)

Podobno tudi Jameson v svoji *Kulturni logiki kapitalizma* govori o postmodernizmu kot kulturni logiki, kjer subjekt kot temelj pomena in referent kot princip realnosti izgineta, in tako dobimo kulturo znakov, ki je brezglobinska kultura podobe in simulakra, torej prostor neskončnih podob brez smisla. S tem se Jameson že podaja na področje družbenega, saj se s hipotezo s periodizacijo vrača v kontekst zgodovinskega kot o masivnih homogenostih. Tu predvsem dokazuje, da neka zgodovinska linearnost modernizem – postmodernizem še kako obstaja, saj so vse lastnosti postmodernizma, kot so recimo brezglobinskost, transformacije realnosti v podobe, fragmentacija, združevanje visoke in popularne kulture, obstajale že v modernizmu. Vendar pa je za razliko od postmodernizma, ki se danes ne predstavlja kot slog, temveč kot kulturno dominantno, predstavljal kot igralec »družbenega zla«, katerega forme in etiko je meščanstvo dojemalo kot grdo, neubrano in nerazumljivo, škandalozno in protidružbeno. Prav to nenehno obračunavanje z modernizmom od poznih petdesetih let prejšnjega stoletja dalje je najverjetneje povzročilo nastanek postmodernizma, kjer upor postmodernističnih kritikov in umetnikov ne predstavlja več nekega vznemirljivega spopada z mrtvimi klasiki, temveč je bolj kot ne tudi sam institucionaliziran. Tako je v umetnosti začel prevladovati kolaž stilov brez kakršnihkoli inovacij, ki je zajel tudi širše delovanje družbenih mehanizmov. Spet tako vzpostavljeni družbeno-ekonomski sistem omogoča ponovno pridobivanje polja inovativnosti nazaj. (Bulc 2004, 64) Fredric Jameson (1984) je

»realistično« kulturo povezal z zgodnjim ali liberalnim kapitalizmom, »modernistično« kulturo pa z organiziranim ali monopolnim kapitalizmom. (Lash 1993, 161)

V tej luči kanoniziranja modernizma je Lash nekako ugotovil tiho predpostavko, da namreč biti na eni strani modernosti ali modernizma pomeni biti na strani kritične teorije in da postmodernist obenem pomeni biti naklonjen poststrukturalizmu, saj so v družbeni in vedno bolj tudi v sociološki teoriji prihajali v ospredje spori med kritično teorijo iz šole piscev nemškega izvora, katere vodilne osebnosti so Habermas, Adorno in Benjamin, in skupino piscev francoskega izvora, kater vodilne osebnosti so Foucault, Derrida in Lyotard (Lash 1993, 157), vendar temu ugovarja, saj pravi, da je avantgarda 20-ih let vendarle postmodernistična. »Zato in zaradi še posebno ostrega načina lastnega izpostavljanja različnosti in nasprotja z modernistično kulturo 20-ih let in današnjo z Benjaminovim pojmom »aure«. To, kar Benjaminu pomeni »aura« ali »auratična umetnost«, je zelo podobno temu, kar Webbru pomeni estetsko v modernosti, ki se samo postavlja kot ločeno vrednostno območje. Toda Benjaminu pomeni še veliko več. Auro imajo lahko naravni in tudi kulturni objekti. (Lash 1993, 162)

Da na drugih družbenih poljih potekajo podobne zakonitosti, kjer smisla spet ni oziroma se spreminja vedno in povsod, je pokazal tudi Chomsky, ki je povezoval značilnosti na kulturnem polju z značilnostmi na političnem področju ter s tem pokazal na tipično postmodernistično turbulenco. Torej obstaja neka vzročna posledična povezava med stanjem na politično-ekonomskem polju in značilnostmi postmoderne kulturne sfere, ki s svojo kritično distanco dejansko podpira obstoječa razmerja v t. i. dominantnejših poljih. Chomsky namreč v svojih kritikah političnega in ekonomskega nadzora nad mediji in potrošniki poudarja predvsem delitev medijev na dva dela.

Prvi so množični mediji, ki vključujejo različne vsebine od športa, glasbe, talk-showov do tabloidiziranih novic, katerih naloga je zabavanje populacije in zagotavljanje, da ta ne postane pretirano aktivna v javni politični razpravi: »Za veliko večino populacije glavni vpliv ne prihaja skozi televizijske novice, temveč skozi mehanizme za odvrčanje njihove pozornosti. Mehanizmi vključujejo različne programe, vse od športa in humorističnih nadaljevanj do umetelnih slik življenj, kakršna bi 'morala' biti. Vse, kar ima za svoj učinek izoliranje ljudi. Vse, kar jih drži oddaljene ene od drugih in osredotočene na televizijo, jih bo napravilo za pasivne opazovalce.« (Chomsky v Bulc 2004, 68)

Drugi so elitni mediji, namenjeni bolj izobraženim, bogatejšim in bolj pismenim slojem potrošnikov/občinstev, katerim ti mediji vztrajno servirajo tista »pravilna« stališča, ki lahko služijo kot mehanizmi indoktrinacije v interesu moči. Tu se pri Chomskem pojavi manjši preobrat, saj trdi, da četudi je to vodilni sloj politične, ekonomske in kulturne moči, mediji še vedno manipulirajo z njihovimi predstavami o svetu. Tako sama elita posledično ustvarja temelje za manipulacijo s podložnimi sloji. Pravi, da je na tej točki orisno prav to, da elita pravzaprav ne vsiljuje lastne kulture družbi, politična kultura elite je aktivna in sodeluje. Čeprav »oni želijo, da je velika večina pasivna, ravnodušna, marginalizirana in poslušna, usmerjena k nepomembnim problemom. Družbena in intelektualna kultura elite je biti bogat in nagrajevan. Večina ljudi naj bi svoja življenja dojemala kot praktično nekoristna. Naučeni naj bi bili, da raje razumejo svojo potrebo po potrošnji dobrin kot potrebo po kakovosti življenja in dela.« (Chomsky v Bulc 2004, 68)

Ne bi veliko zgrešil, če bi trdil, da gre za nekakšen avtoreproduktivni sistem, ki ideološko brani svoje meje na tak način, da ga predstavlja kot naravnega. Torej so odgovornosti posameznih družbenih podsistemov zminimalizirane in predstavljene kot nekaj danega, nadmočnega in nezrušljivega. Take predstave se selijo tudi na polje tradicionalno kritične umetnosti, ki čedalje bolj postaja odsev tovrstnega vprašljivo naravno danega avtoreproduktivnega sistema.

2.4 Kritika Baudrillarda in Jamesona, dveh teoretikov postmodernizma

Čeprav je sama teorija postmodernizma prerasla v skorajda vse možne oblike, smo lahko ugotovili, kateri so temeljni podporni stebri te današnje značilnosti. Vendar pa ne gre zanemariti tudi kritike. Če odmislimo dejstvo, da so današnja branja kulturnih tekstov pravzaprav kompleksne analize umeščenosti dejanj, stanj in procesov v različne družbene kontekste, je potemtakem toliko večji izziv najti tiste osnovne silnice, ki poganjajo tovrstne tekste. Absolutnega odgovora seveda ni, vendar v postmoderni, ki se predstavlja bolj kot ne kot kulturna označba (Lash 1993), lahko rečemo, da se kritika predstavlja kot derridajevska binarna opozicija izbrani realnosti. Če se na primer Baudrillard predstavlja z izrazito

abstraktno teorijo znakovnega sistema, ga kritika izrazito vleče nazaj, ko pravi, da proizvaja vprašljive sklepe, ideološko prikrit meščanski univerzalizem pa celo stopnjuje do ravni grotesknosti sociološke kritičnosti. Očitajo mu slabo abstrakcijo, saj vidi potovanje po Ameriki kot poenostavljeno pokrajino lebdečih znakov, »toda ne uspe mu videti brezdomcev, revnih, rasizma in seksizma, ljudi, ki umirajo od AIDSa, zatiranih imigrantov, niti mu ne uspe povezati katerega koli od pojavov z vicitudes kapitalizma ... Baudrillardovo imaginarno je visoko abstrakten znakovni fetišizem, ki abstrahira družbena razmerja in politično ekonomijo.« (Best in Kellner v Vidmar Horvat 2004, 52)

Podobno eksemplarično v smislu binarnosti opozicij nastopi kritika tudi pri Jamesonu. Če je Jameson označen kot post-marksist, potem kritika njegovi teoriji predstavi ideološko naravnost kot oviro, saj s tem ne dovoli, »da bi zgrešil realne boje, ki se odvijajo za baudrillardovsko fasado virtualnih mreženj subjekta. »Zgodovina je tisto, kar boli (Modleski v Vidmar Horvat 2004, 52), četudi nam je dostopna le kot tekst, kjer Best in Kellner Jamesonu očitata, da mu podobno kot prejšnjima avtorjema ne uspe uiti primežu velikih zgodb. Ukinjanje velikih zgodb pa je po Lyotardu prav tisto, kar določa postmodernizem, ki svoje zgodovinsko polje razpusti v množstvo parcialnih in nedokončanih pripovedi, ki uhajajo nadvladi ene same, velike pripovedi (J. F. Lyotard v Vidmar Horvat 2004, 52). Jameson po njunem nasprotno ostaja zavezan paradigmi razrednega boja ter zagovarja uporabo totalizirajoče metodologije, le s takšno metodologijo je po njegovem mogoče zapopasti homogenizirajoče in totalizirajoče učinke samega kapitalizma, ki se kažejo na primer v množični potrošnji, medijih in družbeni konformnosti. Toda totalizirajoča slika podobno kot baudrillardovski ekran zamenja segment družbene realnosti za celoto. »Prav kakor ekstremni postmodernisti tudi Jameson preceni vpogled, ki se nanašajo na omejene sektorje družbenega življenja v prekomerno splošne koncepte, ki naj bi predstavljali vse družbene sfere, in tako izgubi priložnost za analizo specifičnosti vsakega sektorja posebej.« (Best in Kellner v Vidmar Horvat 2004, 52)

3 TRANZICIJA KOT IDEOLOŠKI IMPERATIV SAMOSTOJNE SLOVENIJE

»Sanjali smo o svobodi, zbudili pa smo se v kapitalizmu.«

(Jančar v Rugelj 2014)

Ker se (je) Dejmo stisnt teater (samo)deklarira(l) kot neinstitucionalno gledališče, ki obdeluje izključno družbenokritične teme, sem v letu 2007 za analizo izbral tri značilne plakate, ki izpostavljajo:

- stereotipizacijo t. i. Balkana,
- vlogo katoliške cerkve v družbi in
- vpliv medijev na družbo.

Zato se bom v tem poglavju dotaknil časa oziroma predvsem političnih okoliščin, ko so nastale predstave, katerih predmet so plakati. Pri tem se osredotočamo na Slovenijo kot osnovno družbeno, gospodarsko in nacionalno entiteto, ki jo bomo opazovali kot celico, ki so jo obkrožali in nanjo tudi vplivali raznovrstni mehanizmi in ideologije, ki jih je prevzela z osamosvojitvijo.

Slovenija je bila konec osemdesetih let prejšnjega stoletja vpeta v širše dogajanje, ko so se države t. i. vzhodnoevropskega bloka osamosvojile izpod vpliva socialističnega bloka in sprejele takrat napredne vrednote razvitega Zahoda, kar se je odražalo predvsem v sprejemanju nove gospodarske ureditve kapitalizma, kar je za te države predstavljalo močne pretrese, saj so se s tem tudi odnosi v družbi radikalno spremenili. Zato prehod nikjer ni potekal gladko, na območju bivše Jugoslavije kot nekdanj močne mednarodne igralke tudi precej krvavo. Vstopili smo v t. i. obdobje tranzicije, ko je bilo treba začeti izpolnjevati zaveze, ki smo jih podpisali ob samostojnosti, in s konsenzom večine sprejeli prvi in temeljni dokument – Ustavo Republike Slovenije. Kot pravi Lukšič, je slovenska ustava zrasla na mednarodnem konsenzu glede legitimitete liberalne demokracije kot sistema vladanja. Med temeljnimi pravicami naj posebej omenimo pravico do zasebne lastnine in dedovanja, ki je temelj ne le ekonomskega, temveč tudi političnega liberalizma. Uveljavitev načela delitve oblasti je bila prav tako potrebna novost. Tretja liberalna poteza je zapisana v oddelku o

gospodarskih in socialnih razmerjih. »Gospodarska pobuda je svobodna ... ločitev cerkve od države ... elementi socializma so v glavnem posredovani ... elementi pluralizma so bolj prikriti ... ustava je poleg iz navedenih političnih doktrin črpala tudi iz korporativizma ... (Lukšič 1992, 305–308). To se najbolj kaže skozi določitev Državnega sveta kot organa, ki nadzoruje odločitve parlamenta z možnostjo izglasovanja veta zakonom, sprejetih v parlamentu.

Skoraj četrto stoletje nazaj smo legitimno in z veliko večino izbrali pot k novi in samostojni državi, kjer smo na osnovi omenjenih definiranj ustvarili nov družbeni sistem s pripadajočimi podsistemi. Parlament je zasedalo devetdeset poslancev, vlado pa s predsednikom in podpredsedniki še trinajst področnih ministrov, ki so počasi začeli s postopno preobrazbo družbe v skladu z zadanimi cilji demokratizacije, liberalizacije, privatizacije, denacionalizacije in uvedbe intelektualne lastnine, vse v smeri, da se takratna družba pluralizira. Brez zatikanj seveda ni šlo, Brezovšek to denimo pokaže na primeru ustave in pravi, da ta ne deluje v vakuumu, ker da so to čisto naravna stanja, saj se »njena pravna narava razkriva z izpostavljenostjo stvarnosti ravnotežja političnih oblasti, posebnih lastnosti politikov in njihove pripravljenosti, da se podredijo pravilom igre, in seveda ravnanja sodstva. Oblikovanje nove slovenske ustave je potekalo v razmerah demokratičnega oživljanja in narodne zagrenjenosti, kar se kaže deloma tudi v njenih opredelitvah. Izguba ideološko-programске socialistične razsežnosti pa še ne zagotavlja odprave nekaterih klasičnih ustavnih bolezni (constitutional malaise) in ne rešuje vseh vprašanj skupnosti (npr. vprašanja družbene pravičnosti) ... To pa pomeni tudi, da je ukvarjanje z ustavo tipična mešanica političnega realizma in pravnega idealizma.« (Brezovšek 2001, 239) Že na primeru vrhovnega dokumenta lahko uvidimo, da smo se takrat soočali s čisto novimi načini družbenega življenja, ki je po novem sprejemalo drugačnost in različnost, ta pluralizem pa se je kazal skozi večstrankarstvo, raznovrstnost in različnost medijev, potem kot odprtost trga, sprejemanje različnih verskih prepričanj in cerkva ipd. Vsaj naj bi se. Ne moremo namreč mimo dejstva, da se je že v prvem desetletju po osamosvojitvi dogajala vrsta nepravilnosti, ki so kazale na eni strani neizkušenost, na drugi pa prevlado konzervativnih teženj h klasični ureditvi državne entitete, ki se je skrivala za širino demokracije. Lahko bi rekli, da je obdobje tranzicije v devetdesetih letih prejšnjega stoletja potekalo precej viharno, kar se še najbolj kaže skozi spoštovanje in varstvo človekovih pravic. Leta 1998 takratni varuh navaja: »... še nekaj konkretnih ugotovitev in opozoril, ki jih – nekatere že več let zapored – kot varuh človekovih pravic naslavljam pristojnim:

- nedorečen pravni red se zlasti na področjih, pomembnih za varovanje človekovih pravic, zelo počasi dograjuje ...,
- državni organi delujejo neučinkovito in celo nezakonito ...,
- odkrite nepravilnosti se prepočasi odpravljajo ...,
- obveščanje javnosti o vladnih namerah je pomanjkljivo ...,
- usklajevanje med resorji za rešitev problemov je predolgo ...,
- odnos države do posameznika je pogosto neprimeren ...,
- pomanjkljiva skrb za nekatere skupine, ki nosijo največje breme gospodarske preobrazbe ...,
- učinkovitih pritožbenih poti na mnogih področjih še vedno ni ...,
- pomanjkljiv je smisel za urejeno delovanje državnih in drugih organov ... (Bizjak 1998, 16–17).«

Upravičeno se zdi, da se novonastala država ne more postaviti čez noč, zato so taki problemi povsem sprejemljivi. Kar zbode, je to, da se s podobnimi problemi ukvarjamo še danes. Lahko trdimo, da sicer sistem že ves čas trdno stoji in je jasen, pa vendar v praksi še kar naprej potekajo večje nepravilnosti. Tako med drugim lahko trdimo, da ni res, da pravo ne podpira tovrstnih dejavnosti, temveč se jim lahko tudi prilagaja. Tranzicija ni in ni bila zgledna. Galić na primer pravi, da se kot glavna grožnja demokratizaciji novih držav na vzhodu Evrope »izkazujejo stari problemi prejšnjega režima, ki so samo preneseni v novonastale okvire spremenjenih oblik lastništva, političnega predstavljanja, človekovih in nacionalnih pravic, ekologije, zdravja itd. Med najpomembnejšimi so: novi populizem, nespoštovanje in kršenje človekovih pravic, državni paternalizem, korupcija in kriminal, medtem ko se problemi zdravja in ekologije neprekinjeno potiskajo na margine družbe ali se popolnoma ignorirajo.« (Galić 2000, 197)

Kljub temu je država izpeljala nekaj konkretnih ciljev, ki so pomembni mejniki, vsaj takrat so bili:

- februarja 1999 je začel veljati pridružitveni sporazum z EU,
- 29. 3. 2004 postanemo članica zveze NATO,
- 1. 5. 2004 pa še članica EU,
- 1. 1. 2007 sprejmemo evro.

Vedno bolj se kaže, da pluralizacija medijev prav tako še zdaleč ne dosega zastavljenih standardov. Kusteceva je na primer v komunikološki reviji Javnost (1999) zasledila tematsko številko o medijskem nadzoru v vzhodni in srednji Evropi, kjer je vsebina neposredno vezana na raziskovanje (de)koncentracije medijev. »Raziskavi Splichala ter B. Hrvatinove in Kerševanove sta npr. nazorno pokazali, da v Sloveniji kljub načelnemu obstoju eksterne in interne pluralnosti ne moremo govoriti o medijski dekoncentraciji (Kustec 2001, 221).«

Podobno lahko ugotovimo tudi, da večstrankarski sistem sicer obstaja in se kaže v obliki več različnih strank, vendar pa smo se prav zares obračali proti sistemu dvostrujništva oziroma se nagibamo k dvodomnemu sistemu, podobno kot smo nekoč že bili v obdobju med obema svetovnima vojnama v prejšnjem stoletju. Kot ugotavlja Koprivnik, temu zvesto sledimo tudi volivci, vendar nekako nočemo priznati. »Anketiranci so sicer običajno pripravljene izražati svoja politična stališča na ideološkem kontinuumu levo-desno, ga vsaj intuitivno prepoznavajo ter priznavajo njegov pomen, niso pa pripravljene jasno povezati polov kontinuumu z izbranimi vrednostmi in ga tako eksplicitno opredeliti. Največji delež anketirancev (od slabih dveh tretjin do slabih treh četrtin vseh) je bil namreč v prejšnjem desetletju pripravljen izraziti svoja politična stališča na ideološkem kontinuumu, vendar hkrati največji delež anketirancev (od dveh tretjin do treh četrtin vseh) istemu kontinuumu niti na začetku niti na koncu prejšnjega desetletja ni znal ali ni želel dati eksplicitne vsebine ne glede na ponudbo pojmov, ki naj bi ga opisovali.« (Koprivnik 2001, 156)

Tako so danes posttranzicijske značilnosti, kot so koruptivnost, nepotizem, tajkunizacija, birokratskost, nespoštovanje pravne ureditve in sodišč, dominacija ene verske skupnosti ter tabloidizacija medijev ene glavnih preprek k polni in zreli družbi. Vse več ljudi namreč upravičeno dvomi, ali suverenost in temeljne vrednote liberalizma sploh še veljajo. O tem govori vrsta zglednih podatkov. Če je na primer zadolženost Slovenije ob osamosvojitvi znašala 22 % BDP, je ta do leta 2013 narasla na 63 % BDP v samo nekaj letih. Tako se je Slovenija še dodatno vpela v novodobne oblike mednarodne odvisnosti ali od globalnih organizacij ali od držav. Kljub temu smo še vedno samostojni. Vsaj uradno.

4 KULTURNE ŠTUDIJE

4.1 Kulturne študije, ki odstirajo ideologije

Van Dijk je veliko pozornosti namenil proučevanju inherentne zveze med socialno močjo in različnimi oblikami diskurza, ki jo razume kot »skupinsko ali institucionalno utemeljeno obliko nadzorovanja dejanj ali kognicij drugih ljudi, običajno v interesu močnejših skupin. Kot osrednji kanal za izvajanje socialne moči poimenuje kar govor in pisne tekste v obliki zakonov, navodil ali upravnih tekstov. Moč se tako vedno izraža posredno skozi načine izražanja, vsebino govora, kot izraz, opis ali upravičevanje oseb, ki posedujejo moč, ali upravičevanje ideologij, ki prevevajo družbo ali posameznika. Moč se tako manifestira predvsem na prepričevalen način, zato zvišuje verjetnost za to, da ljudje izgradijo zelene mentalne reprezentacije. Izraža se v diskurzih, na primer v razlogih, argumentih, obljubah, grožnjah, navajanju primerov in drugih retoričnih sredstvih. Temeljna taktika izražanja moči preko diskurza je prepričevanje nemočnih, da so določena dejanja tudi v njihovem interesu. (Van Dijk, 1996) Lahko bi spet rekli, da gre v takih primerih za mehek način izvajanja moči, saj se dosega z manipulacijo in ne prisilo. Se pravi, da je moč na strani vednih.

Ta princip trdi, da kdor poseduje moč nad diskurzom, poseduje tudi socialno moč, ki določa, »kdo govori v določenih primerih, kdo ima dostop do različnih oblik in sredstev komuniciranja in kdo je prejemnik sporočil. Nima vsakdo enakopravnega dostopa do pravnih, medicinskih, političnih, upravnih ali šolskih tekstov in govorov. Te razlike so verjetno najjasnejše in najbolj daljnosežne v dostopnosti do javnih komunikacijskih medijev. Kdo ima prednostni dostop do vplivnih novinarjev, kdo bo intervjuvan, koga se citira, koga se opisuje v novicah, čigava mnenja močno vplivajo na javnost.« (1996) Bolj kot je skupina dominantna, bolj neoviran dostop do medijev in s tem več nadzora nad javnim mnenjem ima. Ta biološki utilitaristični benthamovski pristop preko diskurzivnega nadzora omogoča vladavino socialno močnejših nad nemočnimi, ki imajo tako le omejen nadzor nad diskurzi, običajno le nad svojimi vsakdanjimi pogovori in so tako le pasivni prejemniki uradnih in medijskih diskurzov, ki so na razpolago socialno močnim v obliki množice dialoških in zlasti množičnih pisnih, formalnih oblik diskurza. Diskurz se nadzira skozi obvladovanje tehničnih sredstev, ki

omogočajo oblikovanje in razširjanje v populaciji. Tako se socialna moč gradi in ohranja prav skozi obvladovanje različnih diskurzov, ki kažejo in sporočajo predvsem temeljne pogoje za reprodukcijo teh moči. Zato dostopnost do diskurza in komuniciranja predstavlja eno glavnih bojišč sodobnega sveta, saj zagotavlja omenjene reprodukcije. Tako diskurz enako kot drugi socialni resursi omogoča neenako razporejanje socialne moči v družbi.

Same systemske zamenjave ideologij kot takih so v zgodovini redke, bolj pogoste so postopne menjave skozi spreminjanje mitoloških podstati, ki držijo ideologije. Torej »sosednje – nasprotne – mitološke razlage sveta ali dognanja znanosti mitološkega sistema neke družbe ne morejo doseči ali ga preprosto zamenjati. Razen seveda ob radikalnih, revolucionarnih prelomih. Najpogosteje pa je v zgodovini mitološkega predstavotvorja prihajalo do novega povezovanja na starih osnovah, remitologizacij na temelju demitologizacij, novih mitskih izostritev, ki so – ob previdnem doziranju novosti – potrjevale prejšnjo resnico ali jo le postopoma, počasi spreminjale.« (Velikonja 1996, 11)

Kot izpostavlja Habermas, je sodobni človek v pogojih nepreglednosti ujet v medprostoru mitoloških razlag stvarstva. S pojmom postmoderne pozabe Habermas dodaja, da sodobni človek »vedno znova rad prepusti razlago kompliciranega vsakdanjega dogajanja preprostim razlagalnim mehanizmom: binarni, mahinejski opoziciji dobro/zlo, odločilni vlogi vodje, posvečevanju dogodkov in krajev, predpisani usodi, neovrgljivim zakonom napredovanja, več/manjvrednim družbenim skupinam ipd. Tako v starih kot novih, velikih in malih mitologijah lahko opazimo podobne načine razlaganja in ustvarjanja stvarnosti: shematizacije odnosov, dramatizacije situacij in tipizacije nosilcev družbenih vlog.« (Habermas v Velikonja 1996, 191)

Tako je osnovni namen kulturnih študij ne samo analizirati, ampak tudi razkrivati morebitne mitologije, ideologije, razmerja in pozicije moči v družbi, ki stojijo za osnovnimi značilnostmi, znaki, ikonami, podobami, simboli in diskurzi posameznih kulturnih del ali stvaritev ipd. Splošna linija analize neke klasične umetnine, kot je recimo slika, na primer poteka po principu razkrivanja treh plasti:

- primarna ali naravna motivika, ki se deli v faktično in ekspresivno, ko definiramo dejanske podobe in izraze na teh podobah, kar imenujemo tudi predikonografski opis umetnine;

- sekundarna ali konvencionalna motivika, ko definiramo podobo in odnose med njimi, torej deskripcija in klasifikacija podob (ženska figura z breskvijo v roki je npr. personifikacija resnicoljubnosti), kar imenujemo tudi ikonografski opis umetnine;
- notranji pomen ali vsebina, ko definiramo oz. odkrivamo in interpretiramo simbolne vrednosti (ki pogosto tudi samemu umetniku niso jasne), kar imenujemo tudi analiza ikonologije. (Panofsky 1955/1994, 43)

Podobnih smernic sem se skušal držati tudi pri analizi gledaliških plakatov v letu 2007. Najprej sem ugotavljal, na katere mitologije se nanašajo plakati in kaj so družbeni konteksti prikazanega na plakatih. Potem sem vsak plakat razčlenil na denotativni ravni, kjer sem ugotavljal osnovne značilnosti tekstualnega in vizualnega dela, ko sem razlikoval med znakom, ikono, simbolom ali indicem (Charles Peirce). V kakšnem odnosu sta tekstovni in vizualni del plakata na denotativni ravni, pa sem ugotavljal po Rolandu Barthesu. Potem sem prav tako po Barthesu ugotavljal konotativno raven tako tekstualnega kot vizualnega dela plakata in skušal razčleniti procese naturalizacije, ki preko kulturnih tekstov utrjujejo pomene. (Stanković 2010, 71) Podobno sem po Stuartu Hallu razgrajeval in skušal pokazati, kakšne so bile v posameznih primerih reprezentacije, na kaj so se nanašala sporočila ter koliko in katere pomene so sporočila nosila. Ker sem, sicer simbolno, še vedno član Dejmo stisnt teatra, sem takrat dodatno analiziral diskurz plakata in enako tudi diskurz gledališke skupine (Michel Foucault), kjer sem se trudil objektivno ugotoviti tudi okus članov, ki vpliva na izbor tem, njihov pogled na izbrane tematike in način kritičnosti ter kako se ti okusi kažejo skozi plakate.

4.2 Kulturne študije in ideologija

Kljub temu da se Marxove pronicljive napovedi, kar je za napovedi, ki izhajajo iz interpretacij sedanosti, hitro možno, niso uresničile, vsaj povsem ne, je zapustil bogato zapuščino analize družbenega ustroja. Poleg analize politične ekonomije, ki je še danes temelj družbeno-ekonomskih interakcij, je dognal še koncept ideologije.

»... ideologija označuje dejstvo, da je družbena zavest v razrednih družbah vedno že izkrivljena, *lažna zavest*, saj izhaja iz parcialnih pogledov oziroma interesov zgolj enega razreda in ne celotne družbe. Izkoriščani posameznik tako morda nekako sluti, da z njegovim položajem v družbi nekaj ni v redu, toda ker v svetu idej, ki so mu na voljo, ne najde nobenega drugega odgovora kot to, da so obstoječe razmere edine normalne ali možne, se sprijazni s svojim bolj kot ne mizernim življenjem. Po drugi strani pa ideologije spet ne smemo vzeti preveč dobesedno. Jorge Larrain (1997) v tem smislu pravilno opozarja, da pojem ideologije pri Marxu ne pomeni, da pripadniki vladajočega razreda zavestno zavajajo pripadnike podrejenega razreda. Stvari v resnici delujejo na bolj abstraktni, sistemski ravni, resničnost ekonomskih odnosov namreč sama oblikuje svet vladajočemu razredu ustreznih samoumevnosti, zunaj katerih ne moremo misliti.« (Larrain, 1997, 59) »... Murdock in Golding ugotavljata, da je sama logika preživetja v kapitalističnem okolju tista, ki medije sili k temu, da proizvajajo ideološko konformne vsebine in hkrati izključujejo kritične ter alternativne poglede na svet. Prvi omogočajo preživetje na trgu, drugi pač ne. (Strinati v Stanković 2010, 41, 42)

Na take odnose, ki se kažejo na bolj kompleksen način, vpliva tudi koncept blagovnega fetišizma, ki pravi, da blago ni blago samo po sebi kot produkt človekovega dela, ki je v današnji kapitalistični družbi v izkoriščevalski poziciji, temveč začne nositi s seboj še sekundarne ali celo terciarne pomene z neko novo objektivno realnostjo, ki ni odvisna od ljudi. »Ta temeljna družbena narava blaga torej ostaja v blagu kot takšnem, v nizu dobrin, ki nas obkrožajo, skrita, posamezniki pa posledično živimo v svetu, za katerega se nam zdi, da mu vladajo povsem naravni odnosi med različnimi zvrstmi blaga, to je torej blagovni fetišizem, in praviloma ne počnemo nič drugega, kot da se poskušamo čim bolj smiselno umestiti v ta svet in si na primer nabrati čim več blaga.« (Stanković 2010, 46) Marx tu

izpostavlja problem, da s sprejemanjem teze blagovnega fetišizma, ki deluje v ozadju vsakdanjih ekonomskih odnosih, ne pomagamo le reproducirati veljavne kapitalistične ekonomije, saj ta brez povpraševanja tudi ne bi obstajala, temveč pomagamo reproducirati tudi njeno temeljno krinko, t. j. preoblikovanje izkoriščanja v neko povsem naravno in neproblematično početje. Ta neproblematičnost in naravnost družbenih odnosov se skozi blago na trgu kaže v objektivni in nevtralni vrednosti, ceni. (Marx; Balibar v Skušek-Močnik 1980, 66–70) Kot poudarja Stanković, to pomeni, da se odnosi med posamezniki v družbi vedno bolj kažejo v obliki postvarele realnosti objektiviziranega blaga, medčloveški odnosi pa se kažejo kot odnosi med stvarmi (Stanković 2010, 46).

Althusser pravi, da ni res, da navadno ideologija pripada območju zavesti, saj sama ideologija deluje na globoko nezavedni ravni celo tedaj, ko nastopa v svoji nereflektirani obliki. To, da ideologija pripada zavesti, je zastarel, predmarksističen in idealističen razmislek. Torej je že res, da je ideologija sistem predstav, vendar te predstave niso predmet zavesti, temveč delujejo kot podobe, pojmi ali v večini primerov kot strukture. Te se kažejo kot kulturni predmeti, ki so zaznani, sprejeti in podrejeni, saj na ljudi delujejo funkcionalno in na način fiksacije, ki se kaže ne kot oblika zavesti, temveč kot predmet sveta vsakega posameznika posebej, kot sam svoj svet. Tako se ideologija dotika zavesti v tem, da se distancira od ostalih družbenih instanc, in v dejstvu, da ljudje imajo občutek, da živijo svoja dejanja preko ideologije in skozi ideologijo ter da živijo doživeto razmerje do sveta in njegovo, kot jo imenuje Althusser, Zgodovino, ki se kaže v politični dejavnosti ali nedejavnosti. Če bi vsa ta razmerja strnili v eno množico, bi dobili *samo ideologijo*. V psihološkem smislu si lahko predstavljamo proces ideologije kot proces, kjer se ljudje sčasoma zavejo svojega mesta v svetu in zgodovini na način, da je tovrstno ozaveščanje posledica prav teh nezavednih procesov, na katere vpliva ideologija. Ideologija torej odslikava doživeto razmerje ljudi do njihovega sveta, ki se kot zavestno pokaže le kot naddoločena množica razmerij, kot razmerje razmerij ali razmerij na kvadrat. V ideologiji se ne izražajo razmerja do eksistenčnih pogojev, temveč se izraža sam način, kako se živijo ta razmerja do eksistenčnih pogojev. Torej so v tem načinu združena razmerja realnega ter razmerja doživetega in imaginarnega. Ideologija odseva realno in doživeto, imaginarno razmerje človeka do svojega, lastnega sveta, do svojih realnih eksistenčnih pogojev. Tako smo v procesih ideologije priča vdoru realnih razmerij v razmerja imaginarnega, ki se kaže bolj kot neka konzervativna, konformistična, reformistična ali revolucionarna volja ali celo kot upanje ali nostalgija, kot pa opisuje realnost. (Althusser v Skušek-Močnik 1980, 238–243)

Prav pri Marxu se težko otepemo stalne navezanosti na ekonomske odnose, zato postmarksisti ustvarjajo vedno nova osmišljanja družbenih redov, ko se hočejo znebiti ekonomskega determinizma, tako da se navežejo na poststrukturalizem, ko trdijo, da so diskurzi vseh vrst radikalno nestabilni. Gramsci je hegemonsko naravo utemeljeval z nenehnim diskurzivnim bojem za prevlado, postmarksisti pa gredo še dlje, saj trdijo, da je že sam diskurz nestabilen, saj sploh nima trdnega bistva in ne stoji na trdnih temeljih. To imenujejo radikalna kontingenčnost diskurzov oziroma radikalni antiesencializem, ki ima svoje zametke v Lacanovih teoretskih trditvah, da nič ne obstaja zunaj jezika. Če se torej nečesa ne da opisati oziroma razložiti, potem sploh ne obstaja. Prav tako ne obstaja znanstveno nevtralna pozicija, ki bi omogočala varno distanco in ki bi bila zmožna opisati ideologije in njene vplive. »Glede na to, da je vsak sistem označevanja, ki do Realnega v resnici sploh nima dostopa, je tudi znanstveno zgolj neke vrste govornica, s tem pa ne objektivna ne imuna za različne ideološke določitve.« (Trupej, Stanković 2013, 775) V tem smislu bi Lacana lahko povezali z Althusserjem, ker opisuje podobne ideološke procese, ki delujejo na posameznika, ko pravi: »Subjektovo celostno podobo [...] oblikuje njegova odtujenost; zgrajen je iz odnosa, ki združuje njegov jaz s figuro, v katero se sam projicira. To je tako, kot da bi se projiciral v neke utvare, ki ga obvladujejo, kot da je avtomat, katerega svet temelji na tem dvostranskem odnosu.« (Lacan v Trupej, Stanković 2013, 777)

Tudi preko kulturne industrije kot neke vrste nadstavnih panog potekajo politični boji za prevlado določene ideologije nad drugimi ali posledično določenega diskurza nad drugimi. Kot pravi Hall, se na tem polju spoprijemajo različni pogledi na svet, »kulturne industrije imajo moč spreminjanja in preoblikovanja tega, kar predstavljajo. S ponavljanjem in selekcijo lahko vsiljujejo takšne definicije sveta, ki najbolj ustrezajo definicijam dominantne oziroma privilegirane kulture. Konec koncev je to natanko to, kar koncentracija kulturne moči – v smislu sposobnosti manjšine, da oblikuje kulturo – sploh pomeni. Toda te definicije nimajo moči, da bi v celoti zasedle naše glave; ljudje pač nismo prazni ekrani.« (Hall v Stanković 2010, 460)

5 TRI NAJBOLJ VPLIVNE ZNAČILNOSTI V POSTMODERNI

5.1 Stereotipizacija

Da bi lažje razumeli procese delovanja posamezne ideologije na posameznika, je treba poznati tudi tipe, ki zavirajo informacije, da bi sploh prišle do zavesti. To so pregrade med zavestjo in podzavestjo, ki so posledica posameznikovega vztrajnega grajenja skozi lastno zgodovino in so zato trdovratnejše narave. Enako velja za opazovane konstrukte na plakatih. Pomembno je tudi to, da s(m)o ustvarjalci v gledališču videli družbena dogajanja skozi lastne oči in jih dojemali tipično za alternativne skupine, mladino, zatirane ipd, torej so spet posledica stereotipov, vsaj tako smo problematiko izpostavljali skozi plakate. In kaj je stereotip?

Prvi se je obširneje lotil te tematike Walter Lipmann (1922), ki je v prvi vrsti ugotovil, da delovanje stereotipov zaznamo šele takrat, ko v interakciji z ostalimi ljudmi prihaja do nerazumevanja ali delnega razumevanja, zato je pomembno, da v takih primerih ne le ocenimo informacije, ki so bile posamezniku na voljo, temveč tudi mišljenje, preko katerega so prečistili te informacije. Prej omenjena pregrada, ki ima svoje prepustne kanale, je namreč sestavljena ravno iz stereotipov, ustaljenih vzorcev in splošno veljavnih prikazov. Vedeti moramo tudi, da gre pri teh procesih za neko obliko varčevanja. Jasno je, da posameznik ni zmožen vedeti vsega z vsemi podrobnostmi vred, kar je v vsakdanji preobilici opravkov tudi edino možno, zato se poslužujemo tipiziranja in posploševanja. Tovrstnih procesov pa je najmanj ravno pri najbližjih ljudeh, saj tam operiramo s konkretnimi osebami in dogodki brez tipov in klasifikacij, ki naj bi določali t. i. predalčkanje. Lipmann pravi, da nekako intuitivno čutimo, da je klasifikacija predmet določenega cilja, ki ni nujno naš. Tako ne more biti nobena zveza s sočlovekom izpolnjena z dostojanstvom, če drug drugega ne jemljeta za cilj. Prav ta cilj je omadeževan, če kot aksiom ne potrjuje osebne svetosti obeh. In ravno v teh osnovnih psiholoških procesih posameznika tiči temelj ne/manipulabilnosti človeka, zmožnost delovanja ideologij in reprezentacij na posameznika. Če se samo ozremo na dejstvo, da so najbolj prefinjeni in najbolj prodorni tisti vplivi, ki ustvarjajo in ohranjajo zakladnico stereotipov, lahko trdimo, da je tisti človek, ki o svetu ve, preden ga vidi, ali tisti človek, ki si večino stvari predstavlja, preden jih doživi, globoko podvržen upravljanju predsodkov. Samo

izobraževanje lahko izostri našo zavest do te mere, da zaznavanja niso manipulirana s temi predsodki. Podobno lahko dogajanja orišemo z nasprotnim primerom, velikokrat se namreč zgodi, da se neko doživetje ne sklada s stereotipom. Takrat se lahko zgodi eden od procesov. Če človek ni elastičen ali če nima koristi od spreminjanja stereotipov, bo to protislovje preprosto odpisal kot izjemo, ki potrjuje pravilo, in na vse skupaj pozabil. Če pa se zaveda omejevanja predsodkov, potem novosti v doživetju upošteva in dotedanji stereotip tudi prikroji. »Včasih, posebej če gre za res zelo osupljiv dogodek, ki zaradi preveč togih shem v človeku zbudi slab občutek, bo morda človek toliko omajan, da ne bo več zaupal sprejetim načinom gledanja na življenje in ne bo več pričakoval, da so stvari take, kot se na splošno misli, da so.« (Lipmann v Splichal 2001, 180)

Podobno določa stereotipe tudi Richard Dyer, saj trdi, da so ravno stereotipi tisti element v procesih reprezentacij, ki najbolj ilustrativno kažejo, kako se konstruira resničnost, po njegovem največkrat na način, da naturalizirajo privilegije določenih družbenih skupin in marginaliziranost drugih. Dyer prav tako razlikuje med tipiziranjem in stereotipiziranjem, kjer tipe označi kot nekaj nujnega, saj se je brez njih enostavno nemogoče znajti v svetu. To so orientacijske točke, saj posamezne predmete, osebe ali dogodke povezujemo s podobnimi. Največkrat kar v skladu z določenimi klasifikacijskimi shemami, ki ustrezajo kulturnemu okolju, v katerem živimo. »Tipiziranje je v tem smislu nujno tako za produkcijo pomena v vsakdanjem življenju kot tudi za naše učinkovito delovanje v svetu. Zelo zamudno (pa še kaj drugega) bi bilo, če bi morali vsak predmet, dogodek, osebo itd. vedno znova interpretirati od samega začetka.« (Dyer v Hall 1994, 257) Vendar pa Dyer za razliko od Lippmanna stereotipe bolj konkretizira v družbeno realnem kontekstu, saj jih opredeli kot nekaj enostavnih, jasnih, splošno priznanih, zabavnih, lahko zapomnljivih in razumljivih potez, ki so pripisane posameznikom. V tem smislu so zelo podobni tipom, vendar z eno značilno razliko – reducirajo vso kompleksnost posameznika ali družbene skupine na nekaj poenostavljenih in pretiranih potez. Če bi to značilnost orisali, bi rekli, da so kot karikature, pri katerih z nekaj potezami izpostavimo značilnosti karikaturiranega in se s tem že oddaljujemo od originala. Zlahka se zgodi celo, da ne vemo več, kdo pravzaprav original je, še posebej, če karikatura ne nosi dodatnih vizualnih ali tekstovnih razlagalnih atributov. Dyer še doda, da se takšne reducirane podobe fiksirajo kot nekaj povsem naravnega in nesprejemljivega in da se sami stereotipi ne pojavljajo kjerkoli, temveč praviloma tam, kjer obstajajo velike neenakosti v razmerjih moči med različnimi skupinami. Kot vemo, se moč vedno usmerja proti tistim, ki so podrejeni ali izključeni, kjer so prav stereotipi tisti, kjer se ta

podrejenost ali izključenost legitimira. Dyerjevi stereotipi postavljajo v skladu s svojo vpletenostjo v mreže družbene moči »tudi črto ločevanja med normalnim in sprejemljivim na eni strani ter nenormalnim in nesprejemljivim na drugi, pri čemer to počnejo tako, da vse tisto, kar je na omenjeni drugi strani (kot nenormalno in drugačno), *izločajo*, praviloma tako, da to »drugo« delegirajo v temen prostor nevarnega, onesnaženega ali tabuja.« (Dyer v Stanković 2010, 184)

Prav tako lahko za lažje razumevanje navajam psihološki izvor stereotipov, o katerih piše Musek (1977). Ta ni enoten in enoznačen, saj na sam nastanek stereotipov, njihovo oblikovanje ali celo spreminjanje, podobno kot pri predsodkih, vpliva več dejavnikov, ki se med seboj lahko tudi prepletajo.

- Delovanje jaza, samopodobe

Z občutkom pripadnosti si ustvarjamo tudi pozitivne občutke samopodobe, ki vodijo v pozitivno ustvarjanje stereotipov do skupin, ki so podobne. Enako velja obratno za negativne stereotipe do drugih skupin .

- Kognitivno urejanje

Ljudje si stvarnost urejamo z lastnimi kognitivnimi shemami z namenom, da jo poenostavljamo. Bolj kot so sheme primitivne, slabšo orientacijo predstavljajo.

- Atribucija

Nezavedno pripisovanje različnih vzrokov in razlag pojavom, s katerimi se ljudje srečujemo.

- Projekcija

Nezavedna preslikava lastnih napak ali težav, ki jih sami povzročimo in jih projiciramo v druge.

- Kanaliziranje agresivnosti in emocij

Ustvarjanje stereotipov nam pomaga ustvariti primerne cilje za sproščanje emocij in agresivnih teženj.

- Redukcija strahu in negotovosti

S stereotipi si osmislimo svet, ki nas varuje pred lastnimi negotovostmi in strahovi ter nas tako osvobaja negativnih občutij.

- Socialno učenje

Primarni in sekundarni agensi socializacije oblikujejo in posredujejo stereotipe na način, ki jih dajejo kultura, skupne norme in vrednote. Ker so lahko naučeni, so zato tudi zelo trdovratni.

- Uveljavljanje skupinske moči

Z ustvarjanjem ustreznih stereotipov skupina lažje uveljavlja svoj vpliv in moč (Musek 1977, 32).

5.2 Individualizacija

Generalna ideja današnje zahodne družbe sloni na principu, ki izpostavlja tržnost na skorajda vseh področjih. Pravzaprav so izpostavljeni trije principi, ki usmerjajo delovanje ljudi v kulturi, kjer se ti principi tudi najbolj kažejo:

- princip etičnega individualizma, kjer vsak posameznik teži k temu, da najprej poskrbi zase in šele nato po možnosti za druge,
- princip ekonomskega racionalizma, kjer so v ospredju izračuni koristi in stroški, ki so podrejeni načelu ekonomske učinkovitosti,
- princip utilitarizma, ki upošteva samo osebne ali splošne koristi v vsaki situaciji.

Ule (2009) na primer trdi, da se tržnost oziroma ekonomski liberalizem implicitno ali eksplicitno kaže kot ideološko ozadje prav skozi te principe. Treba je poudariti, da gre tu predvsem za vzorce strategij, ki jih ljudje uporabljajo na dnevni bazi, ko so postavljeni pred različne situacije in odločitve, ko vstopajo v različne odnose menjave ali pa ko čutijo socialno moč ali šibkost, in ne toliko kot pojmovanja, stališča in predstave ljudi. Ti koncepti so se uveljavljali vse od 20. stoletja, nekako od moderne in pozne moderne naprej, ko so vztrajno premagovali konkurenčne modele družbe in človeka. Takšen sta bila na primer v 18. stoletju fevdalni korporativizem in aristokratska delitev na vladajoče in vladane ali pa v naših krajih navzoč socialistični model bratstva in enakosti. Tako so ti principi prevladali in prodrli v samo tkivo družbe, t. j. v vsakdanji svet.

Vsi trije principi etičnega individualizma, ekonomskega racionalizma in utilitarizma prav gotovo zavirajo altruističen način vedenja ljudi, kar ne pomeni, da ne obstaja, le pojavlja se v mnogo manjših izdajah in predvsem kot sredstvo za doseganje drugih ciljev ter se kaže predvsem kot podrejanje individualnim namenom, računom koristi in stroškov ter iskanju najrazličnejših koristi. Ule nadaljuje, da tako imenovani instrumentalni altruizem najbolje vidimo na ekskluzivnih prireditvah, ki jih organizirajo različni elitni klubi, vplivni posamezniki, mediji, vladne ali nevladne organizacije, cerkvene ali mednarodne institucije za zbiranje pomoči ljudem v stiski. Taki dogodki so navadno izrazito bleščeči, elitno povzdignjeni in medijsko podprti, zato se kažejo predvsem kot sredstvo za samopromocijo družbenih elit. Tovrstni dogodki sami po sebi seveda niso vprašljivi, vprašljivi postanejo z razgrinjanjem kontekstov. Če upoštevamo, da je danes večina bogastva in moči na strani elitne manjšine, medtem ko je beda večine vedno večja in večja, dobijo take prireditve izrazito negativno konotacijo. Ob medijsko promoviranih dejanjih t. i. instrumentalnega altruizma dobimo občutek, da ponujajo predvsem lažno odvezo od občutkov slabe vesti.

Nasprotno pa vedno nova civilna gibanja in iniciative izvajajo nove oblike množične solidarnosti in pomoči ter s tem poskušajo izravnati nesorazmerja in življenjske usode, ki so posledica procesov, ki jih sproža sodobna družba v obliki globalizacije kot družbenega fenomena in individualizacije kot fenomena posameznika. Pri procesih individualizacije je moč opaziti izrazito polariziranje, ki se na eni strani kaže kot emancipacija in osvoboditev, ki se udejanja kot reflektirani socialni individualizem, v skrajni obliki kot altruistični individualizem, na drugi strani pa kot egoizem in nesocialnost, ki se udejanja kot nereflektirani posestniški individualizem. (Ule 2009, 242)

»Posestniški individualizem podpira predstavo, da je sodobni posameznik »lastnik samega sebe« in svojih sposobnosti ter zato ničesar ne dolguje družbi. Ne čuti se vezanega z nobenimi vnaprejšnjimi družbenimi vezmi, niti se ne čuti del kakšne večje družbene celote.« (Shotter v Ule 2009, 243) Dahrendorf (1994) to tezo postavi pod močan vprašaj. Čeprav govori o izgubi tradicionalnih vezi, kot je vezanost na rod in skupnost v moderni družbi, dodaja, da na mesto tradicionalnih vezi v moderni družbi pridejo nove vezi. Torej je v moderni dobi človek drugače odvisen od družbe kot prej, saj je izjemno odvisen od delovanja trga, institucij socialne države, zdravstvenega sistema in socialno-varstvenih sistemov. Vendar tega ne dojema kot odvisnost, temveč kot samoumeven sistem socialnih »uslug«, ki so mu na voljo. (Beck, 1986; Ule, 2000) Nenehno nihanje med narcističnimi iluzijami o lastni vsemoči in občutkom popolne nemoči in družbene izločenosti je glavna značilnost posestniškega individualizma.

Reflektirani individualizem pa se tovrstnim procesom upira in izhaja iz zavesti o posledicah razpada tradicionalnih vezi. Socialni individualist si proaktivno skuša vrniti izgubljene vezi, obenem pa se zaveda tveganj, ki si jih s tem početjem nakopiči, saj razume svojo veliko globalno odvisnost od družbenega sistema. »Zato človek, ki se zave teh posledic, čuti medsebojno odvisnost od drugih ljudi in dejstva, da le sodelovanje in solidarnost med ljudmi brez narcističnih iluzij ali občutkov popolne nemoči omogoča, da prenesemo bremena individualizacije.« (Ule 2009, 243) Tako je reflektirani individualist lahko altruističen, ne da bi se oziral na kakšno normo, religiozno ali kako drugo ideologijo, temveč se bolj zaveda, da je pomembno ohraniti temeljne družbene vezi med ljudmi, ki slonijo na solidarnosti in sočutju, saj v nasprotnem tvega s posledicami individualizacije, ki ga lahko pripeljejo tudi do marginalizacije in družbene izključitve. »Zato najnovejše raziskave kažejo, da sodobni individualizem ni nujno v nasprotju z altruizmom. V njem naj bi se razvijala nova oblika altruističnega individualizma.« (Wilkinson v Ule, 2009)

5.3 Vizualna kultura

Slike prežemajo družbeno in kulturno zgodovino zahodne civilizacije, v kateri se pojavljajo zato, da bi bile videne in da bi prevzele svoje mesto v konstrukciji pomenov, povezanih z vsakdanjim svetom. Vprašanja o pomenu podob v družbi, o njihovi uporabi in načinih njihovega branja še vedno zapolnjujejo različne vede o družboslovju in humanistiki, od umetnostne zgodovine do socialne psihologije. Socialna oziroma družbena zgodovina pravzaprav ostaja koristno sredstvo raznolikim pristopom k raziskovanju podob tudi zato, ker že desetletja dohiteva znanstvene dosežke v družboslovju.

Hardt (2005) še pravi, da so podobe ustvarjene z namenom, njihovi avtorji in bralci jih uporabljajo za doseg specifičnih ideoloških interesov, ki se lahko raztezajo od politične propagande in religije do oglaševanja in novinarstva, in hkrati predstavljajo vir družbenega znanja, tako so lahko pri izpolnjevanju avtorjevih namenov ali preferenčnih branj njihove funkcije simbolne (na primer religijske ali sekularne), informativne (na primer znanstvene ali novinarske) ali estetske (na primer atraktivne ali sublimne).

Podobe so tudi zgodovinske po svoji naravi, s tem so potencialni vir dejstev za družbene in kulturne zgodovinarje. Kot take (še posebej film, fotografija in slikarstvo) odpirajo vprašanja o upodabljanju ali dokumentiranju realnosti, o potencialni manipulaciji ali ponarejanju in – bolj splošno gledano – vprašanja o razumevanju reprezentativne vrednosti podob v diskurzu družbe. V takšnem kontekstu prav tako postaja jasno, da lahko mirujoče ali gibljive podobe ob iskanju svojega mesta ob boku z ostalimi drobcji zgodovine služijo ustvarjanju različnih verzij zgodovine, interpretacij zgodovinskih figur ali dogodkov.« (Hardt 2005, 311) Lahko bi rekli, da smo podobe razvili v svojevrsten jezik, ki je danes prevzel prevlado v zaznavnem svetu. S tem pa je ta jezik pridobil tudi svoje potencialne moči za urejanje družbenega življenja.

Podobe v zahodnem svetu predstavljajo enkraten kulturni fenomen sodobnega življenja, saj medtem ko rojevajo domačnost in krepijo pričakovanja, sugerirajo tudi resnice. V tem smislu mislimo vizualno kulturo kot industrializacijo podob in komercializacijo vizualnosti. Vizualnost oziroma videnje je danes prevladujoč kanal, skozi katerega posameznik vsrkava

podobe realnosti, zato ima fenomen vizualne kulture tudi resne družbene in politične posledice za spoznavanje sveta kot takšnega. Enako pomembni kot zunanji pogoji vizualne kulture (produkcija, širjenje in potrošnja) pa so tudi notranji oziroma individualni pogoji, ki spremljajo in verjetno tudi vplivajo na proces interpretacije ter ustvarjanje pomena kot individualnega ali kolektivnega akta participacije v družbi. Prav zato za zagotavljanje teoretične razlage in analitičnih tehnik kot podlagi za analizo vizualne kulture uporabljamo lingvistiko in kulturo samo kot interdisciplinarni kontekst proučevanja. Sistem reprezentacij na primer se s strani družbenih akterjev uporablja za kreiranje pomenov oziroma s pozitivnega vidika kot pomoč pri razumevanju sveta. O tem govori prav konstruktivistično načelo, saj na primer osnovni pomen kulturnega izraza (denotacija) še ne daje celostnega vpogleda brez njihovega pomena (konotacije) v širšem diskurzu družbenih ali političnih interesov. Iskati in zaznavati ter analizirati konotacije pa zahteva znanje in sposobnost kritičnega mišljenja. »To je še posebej pomembno, ker podobe – ki prevladujejo v sodobni komunikaciji – nudijo potencialno nove možnosti artikulacije idej, razumevanja dejstev in dojemanja realnosti, zlasti z vzponom zapletenih vizualnih tehnologij. V vsakem primeru vizualnost kot kultura postaja ključni interpretativni okvir umeščanja in potrjevanja individualnih in kolektivnih identitet. Podobe štejejo in sposobnost njihovega branja postaja eksistencialna potreba.« (Hardt 2005, 326) Tako tudi vsi trije plakati kažejo svoje glavne ideje prav skozi vizualni del, s katerim konotirajo tako želene pomene kot tudi pomene, ki so se prikradli sami po sebi.

Sistem reprezentacije je predstavljen kot eno najbolj osnovnih orodij, ki proučujejo medijske pomene in tudi dovoljujejo splošna stališča glede različnih vidikov reprezentacije, ki jih lahko razumejo tudi nestrokovnjaki, novinarji in podobni strokovnjaki. Analiza pomenov je empiričen in objektivni proces za kvantificiranje avdiovizualnih zapisov (vključno verbalnih), reprezentacija uporablja zanesljive, eksplicitno definirane kategorije (»vrednosti« na neodvisnih »spremenljivkah«). Kot možna tipična vprašanja, ki vključujejo analizo vsebine, se tako uporabljajo: prioriteta vprašanja medijske vsebine (kako pogosto, v kakšnem obsegu, v kakšnem redu so različni tipi podob, zgodb in dogodkov reprezentirani), vprašanja pristranskosti (primerjalna vprašanja o dolžini, frekvenci, prioriteta ali vidnost reprezentacije, reči, politične osebnosti, zadeve, politike, »pozitivne« versus »negativne« značilnosti reprezentacije) in zgodovinske preobrazbe (kakšen je na primer kod vizualije v smislu spola, poklica, razreda ali etike v specifičnih oblikah publikacij ali TV žanrov). (van Leeuwen and Jewitt v Hardt 2005, 13-14) Podobno moč so imele vizualne podobe skozi vso zgodovino, le da z različnimi poudarki in vlogami.

Zgodovinsko gledano je za vizualno kulturo pomemben vidik vizualne umetnosti, ki se je vedno pojavljala na zaščitnih območjih. Najprej je bilo to območje magično in sveto, pojavljalo se je v fizičnem prostoru, jami ali stavbi, kjer je bilo delo ustvarjeno. Lahko rečemo, da smo se že zelo zgodaj začeli zavedati moči izkušnje umetnosti nad življenjem, saj se je sprva predstavljala kot izkušnja rituala. V simbolnem pomenu je ta vidik prisoten še danes. Pozneje je to območje postalo družbeno, vendar pogojno, saj je vstopilo v kulturo vladajočega razreda, medtem ko se nahajalo izolirano v njihovih palačah in hišah. Ta zaščitena območja so bila povezana z avtoriteto umetnosti skozi vso zgodovino. V sodobnem času se je avtoriteta umetnosti izničila, poleg tega se je prestavila iz zaščitnih prostorov oziroma območij. Podobe, ki jo reproducirajo, so izgubile zaščitnost. Podobe umetnosti so prvič postale mimobežne, vseprisotne, nematerialne, razpoložljive, brez vrednosti, zastoj. Če se naslonimo na Baudrillarda, so nas s političnim predznakom pričele obkrožati na enak način kot jezik in s tem izgubile svojo prvotno moč.

Berger (1972/2008) pravi, da se danes zelo malo ljudi zaveda, kaj se je zares zgodilo. Dojemanje realnosti je zamenjala iluzija, saj se sredstva reprodukcije neprestano uporabljajo z namenom prepričati, da se nič ni spremenilo. Razen seveda tega, da so meje med vladajočimi in vladanimi zabrisane in lahko tudi množice uživajo v umetnosti na enak način kot je včasih omikana manjšina. Te novodobne značilnosti vizualnega so nas pripeljale do sklepov, da z uporabo novega jezika podob dobimo tudi novo vrsto moči, ki je lahko tudi individualna na področjih, kjer besede ne zadoščajo, in s tem poleg pogleda na lastne izkušnje ustvarjamo čisto lastne poglede tudi na zgodovino, kjer lahko postanemo celo dejavni udeleženci. Tako je vizualno mišljenje dejansko prevladalo nad samimi vizualijami.

Umetnost, kot smo jo poznali v preteklosti, ne obstaja več, saj je njena avtoriteta deklasirana z jezikom podob, kjer je najpomembnejše, kdo ima pravzaprav avtoriteto nad uporabo in namenom jezika. Umetnost preteklosti je tako postala politično vprašanje, saj se je izkazalo, da razred, ki je odrezan od lastne zgodovine, veliko manj svobodno izbira kot razred, ki se je lahko umestil v zgodovino. (Berger 2008, 48) Plakat je bil eden od prvih oblik, recimo temu, ekonomsko-družbeno-političnih kanalov za komuniciranje z različnimi javnostmi. Tako ostaja eden od temeljnih oblik take ali drugačne oblike propagande, agensa, celo agende tržne ali družbeno odgovorne komunikacije, saj se v javnem prostoru pojavlja še vedno razmeroma veliko, pri nas še najbolj v svoji vele-različici, jumbo plakatih.

Sontagova je že v sedemdesetih ugotavljala, da plakati niso zgolj javna obvestila, temveč predstavljajo moderen koncept javnosti, kjer so pripadniki družbe obravnavani kot opazovalci in potrošniki. Če bi bil plakat »le« javno obvestilo, potem bi obvestil in zaukazal, tako pa je namen plakata, da zavede, napeljuje, prodaja, izobražuje, prepriča, apelira. Javna obvestila torej informirajo določeno zainteresirano javnost, medtem ko je plakat namenjen tistim, ki bi sicer šli mimo in ga ne opazili. (Sontag, 1970) V množici plakatov se nas večina obnaša, kot da jih ni. Vendar pa to ne drži povsem, ljudje vsa ta sporočila zaznavamo, kjer se izpostavljammo procesu pridobivanja, interpretiranja, selekcioniranja in organiziranja senzornih informacij. Časi so taki, da prevladuje vizualna narava, zato vidnemu zaznavanju posvečamo tudi največ lastne energije, ki pa je sam po sebi omejujoč naravni dejavnik. Na te kompleksne procese vplivajo tudi socialni in psihološki dejavniki, kot so človekova pripravljenost, pričakovanje, interesi, pretekle družbene in individualne izkušnje, simbolna in pomenska vrednost zaznavanega pojava ipd. Zato je za sodobni individuum ena pomembnejših veščin, da se v življenju nauči izbirati in urejati dražljaje, ki ga obkrožajo, saj tako jasneje zaznava in dojame svet okoli sebe. V današnji izrazito potrošno usmerjeni postmoderni kulturi, kjer je možno tako rekoč vse v vsem na vse načine, to pomeni, da je treba osvojiti vizualno pismenost, da je pomembno poznati jezik obkrožajočih nas podob, ki ga je ta kultura tudi izoblikovala.

Tako Tomc kot Pečjak pravita, da je vidno zaznavanje biološki proces, ki poteka od vira svetlobe preko objektov, kjer se svetloba odbija, vse do očesa, kjer se sproži vidno vzburjenje. Ta elektrokemijski proces povzroči, da se le del informacij preko senzornih vlaken razširi do možganskih središč, kjer nastanejo zaznave. Narava človeka je taka, da na zaznavanje vpliva le majhen spekter svetlobe ali elektromagnetnega valovanja v naravi, različne valovne dolžine pa povzročajo različna občutja, ki se kažejo kot doživljanje različnih barv. Barve, kot jih vidimo mi, v naravi ne obstajajo, torej od površine odbite različne svetlobne valove dojemamo drugačne, kot v resnici so. (Tomc, 2005; Pečjak, 2006) Lahko bi celo rekli, da se v tem čisto naravnem in biološkem procesu skriva kal procesa iluzije.

Z enakimi možganskimi procesi kot posledicami vidnega čutenja pa zaznavamo tudi oblike. Tudi tu lahko odkrijemo kal iluzije, saj sodobna relacijska razlaga teh procesov, ki jo je v začetku prejšnjega stoletja razvila znana nemška gestalt psihologija, ki povzeto pravi, da iz enakih elementov lahko dobimo različne zaznave, ki so odvisne od prostorske ali časovne relacije. Temeljno doživetje, ki ga organiziramo v teh procesih, je razlikovanje lika od podlage. Podlaga je difuzna, slabo organizirana in nedoločena, medtem ko je lik enovita

tvorba z visoko notranjo organizacijo. Zato tudi pravimo, da jumbo plakati s svojo velikostjo in močno vizualno pojavnostjo navadno močno odstopajo od podlage in s tem mnogo hitreje pritegnejo pozornost našega očesa, saj je okolica za njimi dosti bolj difuzna.

Poleg temeljnih procesov zaznavanja so pomembne tudi predstave, ki jih doživljamo le v svoji zavesti in ki izhajajo iz preteklih izkušenj – to so živčna vzburljenja v možganskih centrih, ki delujejo na način, da samo obnavljajo prejšnje zaznave, pri čemer pa prvotni dražljaji sploh niso več prisotni. Tako so predstave poleg pojmov glavne miselne strukture pri nas. Človek misli na dva načina, z besedami in pojmi. (Pečjak v Kramberger, Djukić 2011, 72) Razvili smo svojevrsten slikovni jezik, ki uporablja ikone in ki nima sebi lastne sintakse. Za vzročno-posledično razlago virtualne podobe pa mora parazitirati na ostalih treh jezikih (pojmovni, številčni in glasbeni). Na vprašanje, zakaj je slikovni jezik sploh jezik, se odgovor ponuja v pravzaprav enostavni obliki. »Vid je hegemonski čut človeka, z njim prestrežemo približno tri četrtine vseh čutnih informacij o dražljajih iz okolja, zato ni presenetljivo, da je komuniciranje s pomočjo vizualnih ikon tako pomembno.« (Tomc, 2011) Zaznavanje oziroma kar kognitivno procesiranje po vsej verjetnosti predstavlja enega najbolj zapletenih, če ne kar najbolj zapleten energijsko-materialni sistem v vesolju. Zaenkrat tega procesa še nismo zadovoljivo pojasnili, vendar raziskave na globalni ravni vsekakor potekajo, tako teoretsko kot empirično, v smeri pojasnjevanja vseh emergentnih ravni, torej nevronov, njihovih omrežij, posameznika in njegovega delovanja v skupnosti, algoritmičnih komputacij emergentnih ravni in na koncu tudi vzajemnega učinkovanja vseh ravni. Pomen vizualizacije je eden najpomembnejših za razumevanje človeške kognicije. (Tomc 2011, 242)

Če se izrazimo na vizualen način, si lahko človeka predstavljamo kot kompleksen organski stroj, za razumevanje njegovega delovanja pa moramo poznati vse njegove sestavne mentalne dele, od bioloških avtomatizmov, oblik kognitivne duševnosti do energij, ki ga spravljajo v pogon. V vsem tem izmenjevanju se oblikuje tudi kulturno ozadje delovanja, kjer se v vzajemnem učinkovanju z mentalnostjo oblikuje socialni svet. Kompleksnejša bitja oblikujejo gregarni svet družabnosti s predzavednimi avtomatizmi in nezavedno zaznavo, ljudje pa jo poleg tega oblikujemo še z zavestjo in samozavedanjem sveta družbenosti. (Tomc 2005, 60)

6 O DEJMO STISNT TEATRU KOT PREŽVEKOVALCU DRUŽBENO OBČUTLJIVIH TEM

Pred približno štirinajstimi leti se je na Vrhniki prvič sestala skupina petnajstih ljudi, ki je kasneje začela delovati kot Dejmo stisnt teater. Skupni imenovalec, ki je združil ustanovne člane gledališke skupine, je bil posebljen v prvem režiserju, ki si je za igralce v prvi predstavi izbral svoje prijatelje iz Vrhnike in sošolce iz srednje šole v Ljubljani. Vsi, od režiserja do oblikovalca svetlobe, so bili amaterji, obiskovali so srednjo šolo ali fakulteto, toda nihče od njih ni obiskoval gledališke ali filmske šole oziroma akademije. Skupina je tako delovala približno dve leti.

V tem času je bila na oder postavljena le predstava z naslovom Bog avtorja Woodyja Allena. Z njo se je gledališka skupina Dejmo stisnt teater uvrstila na Linhartovo srečanje najboljših slovenskih mladinskih amaterskih gledališč. Predstava je bila ponovljena približno desetkrat v različnih dvoranah, predvsem na Notranjskem. Nastope so si člani skupine organizirali sami, sami so tudi lepili plakate, ki pa v tem primeru niso bili klasični gledališki plakati, temveč zgolj obvestila, zato jih v tej nalogi ne bom obravnaval.

Ime Dejmo stisnt so si nadeli na eni izmed zadnjih vaj pred prvo premiero igre Bog. Ime je izšlo iz stavkov, ki jih je izkašljajal eden od igralcev med naporno vajo: »Dejmo stisnt! Še mal! Sej bo šlo! Dejmo stisnt!« Češ »Saj bomo uspeli dokončati predstavo do premiere!« Vrhniško gledališče še vedno uporablja to »na pamet« izbrano ime, a v nekoliko spremenjeni obliki, kar je posledica kasnejših sprememb identitete gledališča.

Tako so se po skoraj letu brezdelja jeseni 1997 igralci odločili, da bo gledališka skupina delovala brez stalnega režiserja. To je bil prvi preobrat, ki se je kasneje pokazal kot eno najbolj prepoznavnih umetniških značilnosti gledališča Dejmo stisnt – režiser je vedno eden izmed igralcev v teatru, a se od predstave do predstave menja. Demokracija v gledališču? Do določene mere res. Ime sicer ponazarja delovanje gledališča, saj večino predstav z določenimi izjemami financirajo sami, sami se tudi organizirajo (različne vloge v teatru opravljajo različni člani, ki so tudi igralci), postavljajo minimalno sceno z željo po maksimalnem učinku in se praviloma ne prijavljajo na razpise za sredstva v podporo kulturnim dogodkom.

Aprila 1998 je bila premierno prikazana nova predstava z naslovom Sod smodnika makedonskega avtorja Dejana Dukovskega, ki se je vsebinsko nanašala na življenja t. i. malih ljudi po razpadu bivše Jugoslavije in razpadu njihovih identitet. Plakat te predstave, s katero se je teater spet uvrstil na Linhartovo srečanje, analiziram kot prvega. Kmalu so člani skupine začeli dojemati, da lahko svoje amatersko dožemanje gledališča premaknejo za stopnico više. Prva poteza je bila sprememba imena. Postali so neinstitucionalno gledališče Dejmo stisnt teater. V naslednji sezoni so na odrske deske spravili novo predstavo Rezervar Dogz avtorja Quentina Tarantina, ki je prejela tudi Štirko – nagrado za najboljšo predstavo ali performance v klubu K4 za sezono 1998/99. Predstava je bila narejena po istoimenskem filmu, vendar prirejena domačemu okolju. Govori o kriminalu, je zgodba šestih bančnih roparjev, ki bežijo pred policijo. Leta 2000 so predstavili tudi prvo avtorsko produkcijo Biblija – Stara Zaveza, ki je parodija na omenjeni dokument in Cerkev kot civilnodružbeno organizacijo, s spet značilnim plakatom, ki ga analiziram. Strnjena vsebina predstave se zgodi pred sprejemnim izpitom na teološki fakulteti, kjer se v čakalnici znajdejo trije fantje – prvi je panker, drugi kmečki fant z opravljenimi zakramenti, ki ga starši v skladu s tradicijo kot najstarejšega sina pošljejo za duhovnika, tretji pa je zaslužkar, ki v veri vidi profit. Pred opravljanjem »sprejemca« pred predavalnico na hitro in na humorno kritičen način ponovijo zgodbe iz stare zaveze. Naslednjo sezono so predstavili Seksualno perverzijo avtorja Davida Memeta, ki preneseno na našo okolje govori o seksualni osvoboditvi. Leta 2002 so prikazali Trgovce avtorja Kevina Smitha, ki spet združuje zgodbo t. i. malih ljudi in morbidnih likov oziroma antijunakov, kot so preprodajalec mamil, manični razbijalec jajc, kriminalist, spolno obseden starček, frizer ipd., v prodajalni časopisa. Nastopi dveletni premor, leta 2004 pa se vrnejo z odrsko postavitvijo stripovske klasike Diareja pod Slovenci avtorja Iztoka Lavriča, ki se »poserje« na petnajst let slovenske zgodovine (pred-, med- in poosamosvojitveno obdobje) na satiričen način. Zaradi uspešnosti predstave spet mineta dve leti do uprizoritve nove. Ta se imenuje NLP in je drugi avtorski projekt teatra, kjer so pod scenarij podpisani vsi sodelujoči. NLP je parodija TV oddaje Tistega lepega popoldneva in se kritično loteva medijskih vsebin, prednostnega tematiziranja, zvezdnitva, potrošnje in oglasov, populizma, ki nam ga servirajo mediji, ipd. Plakat te predstave je prav tako predmet analize. Predzadnjo predstavo uprizorijo leta 2007, in sicer drugi del poosamosvojitvenega obdobja Slovenije Diareja za predsednika avtorja Iztoka Lavriča. Gledališka ustvarjalnost v smislu stvaritve celovečerne predstave se je nazadnje zreducirala na dva člana, ki sta leta 2009, sicer v koprodukciji z gledališčem Glej in zavodom No history, ustvarila monodramo po knjižni predlogi Čefurji raus! avtorja Gorana Vojnovića, ki je bila in je še vedno daleč najuspešnejša predstava Dejmo stisnt teatra. V

letošnjem letu se bliža svoji 350. ponovitvi, s čimer je postala tudi ena izmed največkrat odigranih avtorskih predstav v zgodovini samostojne Slovenije.

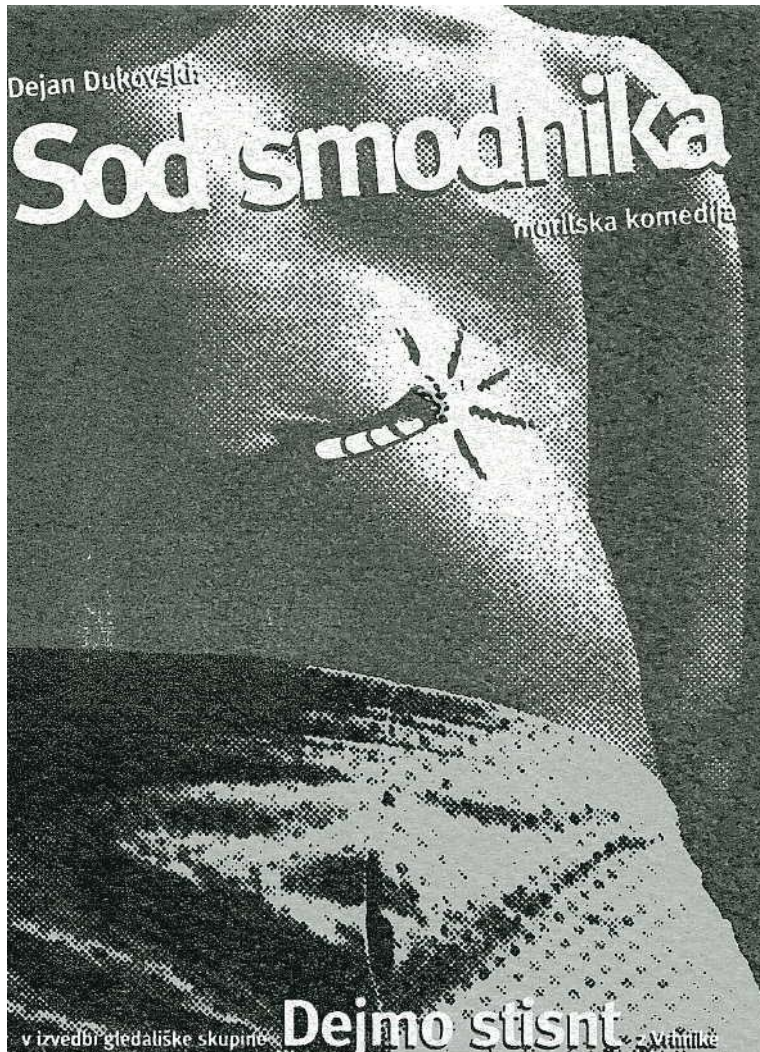
Dejmo stisnt teater je prostorski nomad vse od konca devetdesetih, ko je večina članov zapustila Vrhniko zaradi neustreznosti razmer za delovanje. Praviloma ga uvrščajo med urbana gledališča.

Dejmo stisnt teater ustvarja plakate za svoje predstave že od prve uprizoritve naprej. Prvi plakati so bili fotokopirani črno-beli plakati. Že od druge predstave naprej (Sod smodnika leta 1998) pa so plakati barvni. Prvi štirje so delo istega oblikovalca, ki je bil na začetku celo član teatra, zadnji štirje pa so delo različnih profesionalnih oblikovalcev, ki so sodelovali z oglaševalskimi agencijami, s katerimi sta sodelovala tudi dva izmed članov gledališča, kajti stroški izdelave in tiska so bili plačani s strani teh podjetij. Ideje oziroma vsebino plakatov so sodelujoči člani pred premierami konsenzualno izoblikovali sami. Navadno je idejo najprej predlagal režiser trenutne predstave, nato pa so skupaj dodajali ali odvzemali posamezne elemente. Šlo je torej za utečen proces, katerega skupen imenovalec je vedno bil ustvarjalnost sodelujočih.

7 KULTURNA ŠTUDIJA TREH PLAKATOV DEJMO STISNT TEATRA V LETU 2007

7.1 Sod smodnika

Slika 7.1: Plakat gledališke predstave Sod smodnika, avtorja Dejana Dukovskega



Vir: Dejmo stisnt teater (1998).

MITsko:

Področje Balkana je kot sod smodnika, nevaren in nikoli ne veš, kdaj bo počilo.

Družbeni kontekst: Ta mit je v historičnem smislu vpeljan kot povod za začetek prve svetovne vojne, ko je v Sarajevu 28.6.1914 Gavrilo Princip izvedel atentat na avstrijskega prestolonaslednika Franza Ferdinanda. Sledila je druga svetovna vojna, ko se je na tem področju prelilo veliko »krvi«, v prvi vrsti zaradi odpora proti okupatorju, v drugi vrsti zaradi ideoloških nasprotij in etnične mešanosti prostora. Nazadnje je ta mit spet oživel med osamosvajanjem narodov bivše Jugoslavije v devetdesetih prejšnjega stoletja, ki je bil na nekaterih področjih spet zelo krvav. Slovenija je bila deležna vseh teh procesov. Drugače velja izraz Sod smodnika za pretečo nevarnost (SSKJ).

ELEMENTI DENOTATIVNE RAVNI

Tekstovni del plakata: Dejan Dukovski. Sod smodnika. Morilska komedija. V izvedbi gledališke skupine Dejmo stisnt z Vrhnike.

Barthes (tekst/slika): sidranje

Vizualni del plakata: oblikovalsko obdelana fotografija trebuha (*Pierce: simbol*) z ilustrirano tlečo zažigalno vrvico (*Pierce: indic*), ki gleda ven iz trebuha, natančneje iz popka. Subjekt (*Pierce: ikona*) je fotografiran od spodaj navzgor. Spodnjice (*Pierce: ikona*) so obarvane z rahlo rumeno barvo (*Pierce: indic*), medtem ko je ozadje sivo (*Pierce: indic*).

KONOTATIVNA RAVEN

Tekstovni del plakata: Ime avtorja in naslov predstave. Žanr morilska komedija potrди, da gre za predstavo, vendar sama besedna zveza nakaže nezdržljivost teh dveh pojmov, kar nakazuje na to, da je po vsej verjetnosti to komedija z grenkim priokusom. Zadnji stavek spet pove, da je to gledališka predstava s potrebnimi podatki.

Vizualni del plakata: napihnjen trebuh s tlečo zažigalno vrvico nakazuje, da bo vsak čas počil (gre za spoj fotografije z ilustracije, zato konotacija zgodbe prihaja hipotetično, češ: »Kaj pa, če bi bilo res?«). Gre za krizo posameznika, saj je prisoten strah, kar nakazuje tudi kot fotografije. Rumena kot pozitivna barva nakazuje možnost rešitve iz morbidne in zamegljene sivine, če sploh obstaja.

Uporabljeni kodi: kod družbenih odnosov, ilustracijski kod, kod kriminalcev, ideološki kod, ideološki kod

BRANJE KONOTATIVNE RAVNI OZIROMA REPREZENTACIJA T.I. TRANZICIJSKEGA ČASA:

Plakat je bil izpostavljen leta 1998, ko je Slovenija že korenito spremenila pretekli družbeni red. Na Balkanu oziroma v Bosni pa se je krvava vojna ravno končala. Vprašanje, ki se nastavlja samo po sebi, je, ali Sloveniji še vedno pretijo vojne vihre? Ali jo še vedno lahko povežemo s prostorom Balkana kot sinonimom za državo bivše Jugoslavije in jo označimo kot sod smodnika? V tistem času je bilo že jasno, da seveda ne. Najbolj verjetna reprezentacija je ta, da gre v tem primeru bolj, kot za družbo, za vprašanje posameznika. Čeprav gre za delo makedoskega avtorja, bi plakat v tistem okolju deloval mnogo bolj v povezavi z nevarnostjo vojne kot pri nas, saj je Makedonija bila v neposredni bližini vojne vihre, pa tudi sožitje s prebivalci albanske narodnosti predstavlja še vedno nerešen problem. V našem okolju gre za vprašanje individuuma in to pripadnika mlade generacije (to utemeljujem z neporaščenostjo subjekta na plakatu). Kako se je t.i. »navadni državljan« privadil na spremembe družbenih odnosov? Plakat nakazuje na razkroj identitete posameznika v okolju takratnih družbenih sprememb, t.i. tranzicijskega časa, ki mu preti uničenje. Roke, ki jih subjekt drži nazaj, kažejo na nemoč posameznika nad potekom družbenih dogajanj, češ: »Poglejte, grozi mi uničenje, ne vem, kaj storiti, kaj na to porečeš ti, ki me gledaš?«

OZADJE PLAKATA OZIROMA DISKURZ DejmoStisntTeatra

Dejstvo je, da si DejmoStisntTeater izbira tekste, ki so družbeno kritični. Praviloma to dejstvo zakamufirajo z žanrom komedije. Skupino družijo podobna ideološka prepričanost in senzibilnost za nepravilna družbena dogajanja. Vsi člani prihajajo iz družin, ki spadajo v nižje srednje ali srednje srednje družbene razrede. Vsi po vrsti so v času osamosvajanja bili najstniki, kar pomeni, da jim je bila socializacija v družbo otežena, saj v takratnem času velikih družbenih sprememb sploh še niso imeli zgrajenih identitet. Poleg tega je skupina narodnostno pomešana, kar je značilnost predvsem članov skupine iz Vrhnike, ki je narodnostno precej raznolika (predvsem narodnosti bivših republik bivše Jugoslavije). Zaradi

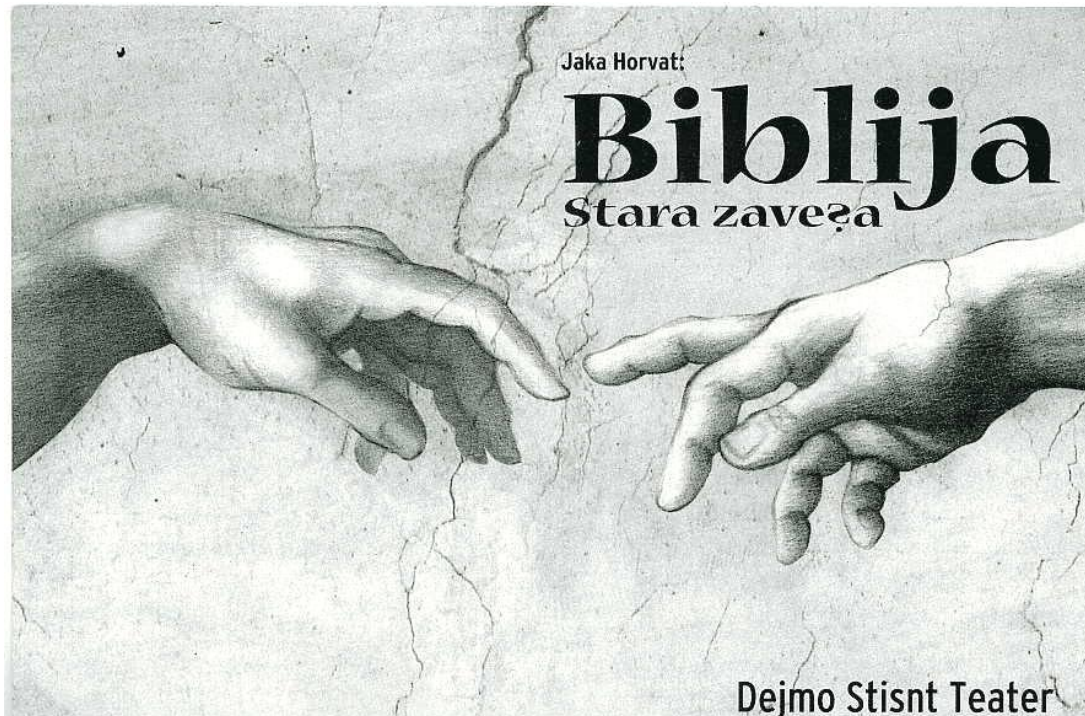
navedenih lastnosti so se člani skupine močno poistovetili s tekstom omenjene predstave (v gledališkem smislu). Tako lahko trdim, da so elementi plakata podani namensko.

KAKO SE KAŽEJO ELEMENTI OKUSA DejmoStisntTeatra KOT SKUPINE

Po Bourdieuju je okus pogojen s pripadnostjo družbenemu razredu. Glede na to, da člani skupine prihajajo iz družin, ki se uvrščajo v nižji srednji ali srednji srednji razred, lahko rečem, da so jim raznorazni vulgarizmi, psovke, radikalizmi, seksizmi, estetika t.i. »navadnih ljudi« ipd. relativno blizu. V konkretnem primeru se te značivosti kažejo v izvoru slikovne metafore za sod, ki v prenesenem pomenu pomeni tudi pivski trebuh ali telesno značilnost spet t.i. »navadnih ljudi« kot je debelost. Vendar velja omeniti tudi to, da se člani skupine tega zavedajo in namerno uporabljajo tovrstno estetiko v skladu s ciljem, da vzbudijo pozornost gledalca plakata in ga sprovcirajo do te mere, da ga lahko z ogledom same gledališke predstave opozorijo na izbrane družbene probleme.

7.2 Biblija – Stara zaveza

Slika 7.2: Plakat gledališke predstave Biblija – Stara zaveza, avtorja Jake Horvata



Vir: Dejmo stisnt teater (2000).

MITsko: vloga RKC v Sloveniji močno narašča.

Družbeni kontekst: Reforme v t.i. tranzicijskem času (ali v poosamosvojitvenem obdobju) so zahtevale tudi privatizacijo družbenega premoženja. Tistim, ki jim je bilo v času bivšega režima premoženje nacionalizirano, so bili skozi denacionalizacijske postopke upravičeni do vrnitve ali pa odškodnin za izgubo le tega. Tu je RKC prednjačila, saj je bila pred drugo svetovno vojno ena od ekonomsko najmočnejših civilnodružbenih organizacij. Sicer je sekularizacija ustavnopravna norma, vendar ne gre zanemariti tega, da se je vpliv RKC v poosamosvojitvenem obdobju močno povečal v skoraj vseh družbenih porah. Njihov ekonomski status se je močno okrepil.

ELEMENTI DENOTATIVNE RAVNI

Tekstovni del plakata: Jaka Horvat: Biblija. Stara zaveza. Dejmo Stisnt Teater

Barthes (tekst/slika): sidranje

Vizualni del plakata: reprodukcija Michelangelove slike »The creation of Adam« 1508 - 1512, kjer sta izpostavljeni roki (*ikoni*) Adama in Boga, ki ima namesto kazalca iztegnjen sredinec (*znak*). Barve so reproducirane po originalu.

KONOTATIVNA RAVEN

Tekstovni del plakata: Ime in priimek avtorja ter naslov predstave. Podnaslov vsebuje vprašaj, kar nakazuje na to, ali je Stara zaveza sploh sprejemljiva v času nastanka plakata. Ime Dejmo Stisnt Teater pove, da gre za gledališko predstavo.

Vizualni del plakata: iz klasičnega cerkvenega motiva sta izpostavljeni le roki omenjenih reprezentamentov, vendar je namesto kazalca iztegnjen sredinec Boga, kar konotira na to, da Bogu ni do Adama in mu posledično ni mar za človeško raso. Iztegnjen sredinec je sicer arbitraren znak, prenesen iz ameriške kulture in pomeni »Fuck off« oziroma slengovsko »odjebi« (srbohrvatizem) in izraža željo po nekomuniciranju z osebo, kateri je namenjen. Na konotativni ravni lahko iztegnjen sredinec v tem primeru pomeni tudi nestrinjanje z RKC.

Uporabljeni kodi: družbeni kod, kod gestikulacije, verski kod, kod RKC

BRANJE KONOTATIVNE RAVNI OZIROMA REPREZENTACIJA T.I. TRANZICIJSKEGA ČASA:

Plakat je nastal v letu 2000, ko je RKC večji del premoženja dobila nazaj in si tudi zaradi izboljšane ekonomskega statusa pridobila moč v družbi, saj je postala ena najvplivnejših civilnodružbenih organizacij. DejmoStisntTeater skozi element sredinca in vprašajav besedilu na ustvarjalni način pokaže, da gre za predstavo, ki je parodija na Staro zavezo, sicer osrednji dokument katoliške vere. Preko te parodije se kaže nestrinjanje s povečano vlogo RKC v družbi v času t.i. tranzicije, saj tovrsten proces pelje v enoumje in odtujitev prvinskega Boga od ljudstva oziroma pelje nazaj v srednjeveške odnose (zato izvzet motiv iz srednjeveške slike).

OZADJE PLAKATA OZIROMA DISKURZ DejmoStisntTeatra

Dejstvo je, da ko DejmoStisntTeater spiše tekste, so družbeno kritični. Praviloma to dejstvo zakamuflirajo z žanrom komedije. Skupino družijo podobna ideološka prepričanost in senzibilnost za nepravilna družbena dogajanja. Vsi člani prihajajo iz družin, ki spadajo v nižje srednje ali srednje srednje družbene razrede. Vsi po vrsti so v času osamosvajanja bili najstniki, kar pomeni, da jim je bila socializacija v družbo otežena, saj v takratnem času velikih družbenih sprememb sploh še niso imeli zgrajenih identitet. Spet lahko trdim, da so elementi plakata bili izbrani premišljeno, z namenom pokazati nezmožnost identifikacije z RKC v novem družbenem obdobju.

KAKO SE KAŽEJO ELEMENTI OKUSA DejmoStisntTeatra KOT SKUPINE

Po Bourdieuju je okus pogojen s pripadnostjo družbenemu razredu. Glede na to, da člani skupine prihajajo iz družin, ki se uvrščajo v nižji srednji ali srednji srednji razred, lahko spet rečem, da so jim raznorazni vulgarizmi, psovke, radikalizmi, seksizmi, estetika t.i. »navadnih ljudi« ipd. relativno blizu. V konkretnem primeru se te značivosti kažejo v iztegnjenem kazalcu, kar spada v skupino klasičnih vulgarizmov, kar meji že na žalitev verskih čustev, ki je zakonsko prepovedana. Vendar zopet velja omeniti to, da se člani skupine tega zavedajo in namerno uporabljajo tovrstno estetiko v skladu s ciljem, da vzbudijo pozornost gledalca plakata in ga sprovocirajo do te mere, da ga lahko z ogledom same gledališke predstave opozorijo na izbrane družbene probleme.

7.3 Nekega lepega popoldneva (NLP)

Slika 7.3: Plakat gledališke predstave Nekega lepega popoldneva (NLP), avtorska predstava v tem projektu sodelujočih članov DejmoStisntTeatra



Vir: Dejmo stisnt teater (2006).

MITsko: slovenske množične medije je zajela komercializacija. Močno se je povečal obseg rumenih vsebin in oglasov. Slovenske množične medije je zajel pojav plehkosti vsebin namenjenih množičnemu trgu. Potrošna kultura se načrtno reprezentira skozi medije.

Družbeni kontekst: Sprememba družbenega sistema je prinesla amerikanizacijo množičnih medijev. Vse bolj smo priča plasiranja raznih oblik strahu, hipodermičnih igel, zavajanju, prikritega oglaševanja ipd.

ELEMENTI DENOTATIVNE RAVNI

Tekstovni del plakata: DejmoStisntTeater predstavlja razvedrilno oddajo Nekega Lepega Popoldneva. Spodaj so imena sodelujočih in njihovih vlog v predstavi.

Barthes (tekst/slika): sidranje

Vizualni del plakata: Fotografija razbitega televizijskega sprejemnika (*ikona*) na zavrženih smeteh na jasi (*indic*). Ozadje je odeto v rdečo barvo.

KONOTATIVNA RAVEN

Tekstovni del plakata: v imenu gledališča se pojavi piktogram človeka, ki opravlja veliko potrebo, kar ponazarja tradicijo DejmoStisntTeatra opozarjanja na družbene probleme. Združuje idejo »Dejmo stisnt« in »sranje« po ustaljenih družbenih normah, ki so nepravilne. Sledi žanr in naslov predstave, ki nas spominjata na znano slovensko nedeljsko razvedrilno oddajo »Tistega lepega popoldneva oziroma TLP«. Sprememba naslova napram izvirniku zato, ker se kratica NLP povezuje z diskurzom vesoljcev oziroma znanstvene fantastike, in nam sporoča odtujenost odjemalcev tovrstnih oddaj.

Vizualni del plakata: ponazarja jezo nad vsebinami tovrstnih oddaj, ki da so plehke in sprovajajo potrošno kulturo kot dominantno (zato so tudi vidne znamke proizvajalcev prikazanega potrošnega blaga, ki je odvrženo v naravo). Tako vzpostavlja tudi vprašanje odmetavanja odpadkov v naravo, kar konotira na onesnaževanje gledalcev s tovrstnimi medijskimi vsebinami. Rdeča barva ozadja deluje grozeče.

Uporabljeni kodi: blagovni kod, okoljski kod, kod strokovne literature, medijski kod

BRANJE KONOTATIVNE RAVNI OZIROMA REPREZENTACIJA T.I. TRANZICIJSKEGA ČASA:

Sprejem kapitalističnih vrednot v družbi se odraža tudi v medijih. Vse več je rumenih vsebin, prednostnega tematiziranja, komercializacije, vzgajanja homo šoperjev, zvezdnitva, želje po slavi in denarju, ustvarjanje mnogih kultov osebnosti ipd. Skozi plakat se manifestira nestrinjanje s tako prakso in posredno z t.i. tranzicijskim časom, ki je prinesel tudi negativne plati demokratične ureditve sistema, predvsem z jeznim uničenjem glavnega simbola te kulture- televizijskim sprejemnikom.

OZADJE PLAKATA OZIROMA DISKURZ DejmoStisntTeatra

Dejstvo je, da DejmoStisntTeater ustvari tekste, ki so družbeno kritični. Praviloma to dejstvo zakamuflirajo z žanrom komedije, v tem primeru v formi klasične parodije na znano TV razvedrilno oddajo. Skupino družijo podobna ideološka prepričanost in senzibilnost za nepravilna družbena dogajanja. Vsi člani prihajajo iz družin, ki spadajo v nižje srednje ali srednje srednje družbene razrede. Vsi po vrsti so v času osamosvajanja bili najstniki, kar pomeni, da jim je bila socializacija v družbo otežena, saj v takratnem času velikih družbenih sprememb sploh še niso imeli zgrajenih identitet. Zaradi navedenih lastnosti so se člani skupine močno poistovetili s tekstom omenjene predstave (v gledališkem smislu). Tako lahko spet trdim, da so elementi plakata spet podani namensko.

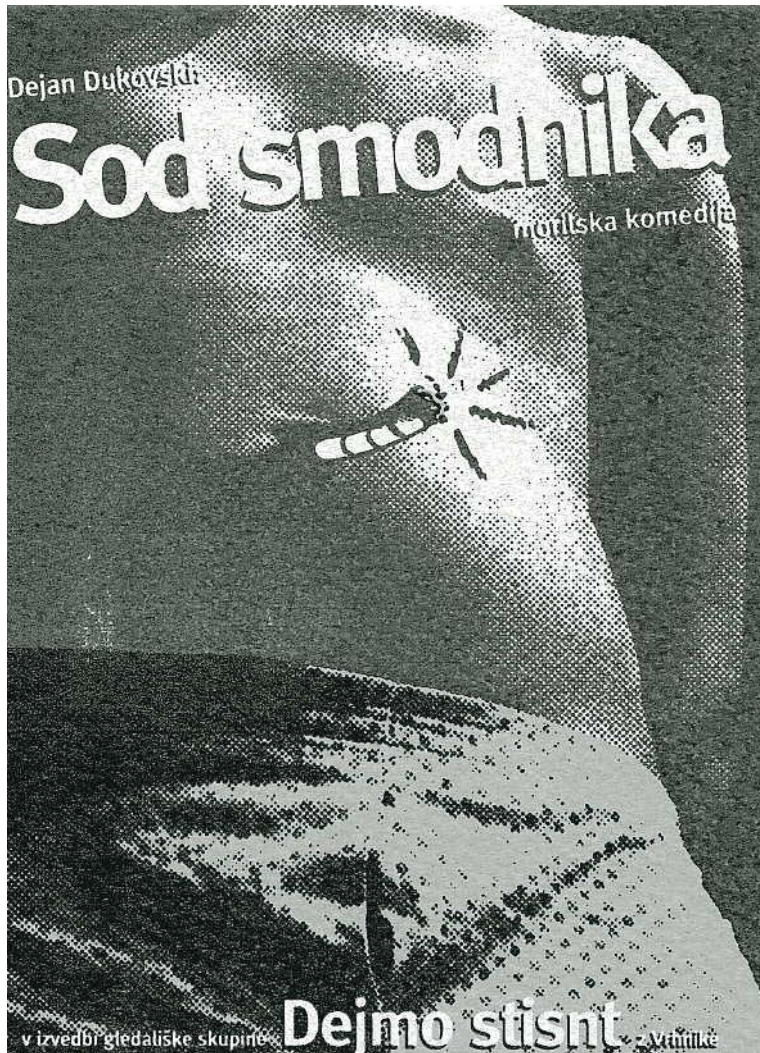
KAKO SE KAŽEJO ELEMENTI OKUSA DejmoStisntTeatra KOT SKUPINE

V konkretnem primeru se značivosti članov gledališke skupine DejmoStisntTeater kažejo v fizičnem nasilju nad simbolom medijskega podajanja plehkkih vsebin. To nasilje se zgodi v »umazanem« okolju smetišča. Tak okus pa se prezentira tudi skozi piktogram v logu, ki reprezentira »umazano« opravljanje velike potrebe. Vendar velja omeniti tudi to, da se člani skupine tega zavedajo in namerno uporabljajo tovrstno estetiko v skladu s ciljem, da vzbudijo pozornost gledalca plakata in ga sprovcirajo do te mere, da ga lahko z ogledom same gledališke predstave opozorijo na izbrane družbene probleme.

8 KULTURNA ŠTUDIJA ISTIH TREH PLAKATOV DEJMO STISNT TEATRA V LETU 2015

8.1 Sod smodnika

Slika 8.1: Plakat gledališke predstave Sod smodnika avtorja Dejana Dukovskega



Vir: Dejmo stisnt teater (1998).

Mitsko:

Prostor Balkana je geopolitično pomemben že od vpadov Turkov v srednjem veku naprej. Od takrat predstavlja ločnico med Zahodom in Vzhodom. In če je na severu Ural naravna meja

med Evropo in Azijo, je na Balkanu ni, zato so med drugim tudi zato tu potekali srditi boji. V prvi svetovni vojni je to področje dobilo naziv »sod smodnika«, torej prostor, kjer se zaradi nacionalne, kulturne in verske napetosti tako nabira, da nikdar ne veš, kdaj bo počilo. Ta mit je še vedno zgodovinsko gledano enako zastopan, vendar je trenutno v stanju spanja. Kot da bi čakal kot duh v Aladinovi čudežni svetilki, če mu pripišemo mitski značaj.

Družbeni kontekst

Področje Balkana je zgodovinsko gledano pas, ki loči razvito Evropo od nerazvitega Juga ali Turkov, je prag, ki loči kultivirane ljudi od divjakov, ta stereotip je danes v medijih še kako prisoten – na primer položaj nizkokategornih delavcev z Juga, zato je področje Balkana prostor manjvrednih, nekulturnih, malodane divjakov, ki venomer ali povzročajo vojne ali so v njih udeleženi. Ta mit se zgodovinsko gledano ponavlja ciklično: rimski čas, turški vpadi, balkanske vojne, prva in druga svetovna vojna, jugoslovanska vojna, sodoben ekonomski imperializem, ... V genealoškem smislu je vpeljan kot povod za začetek prve svetovne vojne, ko je v Sarajevu 28. 6. 1914 Gavrilo Princip izvedel atentat na avstrijskega prestolonaslednika Franza Ferdinanda. Sledila je druga svetovna vojna, ko se je na tem področju prelilo veliko »krvi«, v prvi vrsti zaradi odpora proti okupatorju, v drugi vrsti zaradi ideoloških nasprotij in etnične ter verske mešanosti prostora. Nazadnje je ta mit spet oživel med osamosvajanjem narodov bivše Jugoslavije v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, ko je bilo na nekaterih področjih spet zelo krvavo. Slovenija je bila deležna vseh teh procesov. Izraz »sod smodnika« sicer ponazarja »pretečo nevarnost« (SSKJ).

Velja še omeniti, da Dejmo stisnt teater s svojo predstavo, enako kot film širše množice, nagovarja svoje občinstvo, večinoma študentsko kritično populacijo, v maniri kritike družbe. Z drugega zornega kota, v smislu adornovske kulturne industrije, pa se lahko plakat ali predstava sama predstavlja določeni javnosti kot nekaj, kar še dodatno utrdi ta stereotip, češ »Ja, saj je res, s tem kapitalizmom in izgubo vrednot se je spet začelo kuhati, kje drugje kot pri nas ...«

ELEMENTI DENOTATIVNE RAVNI (ostaja nespremenjena)

Tekstovni del plakata: Dejan Dukovski. Sod smodnika. Morilska komedija. V izvedbi gledališke skupine Dejmo stisnt z Vrhnike.

Barthes (tekst/slika): sidranje

Vizualni del plakata: oblikovalsko obdelana fotografija trebuha (*Pierce: simbol*) z ilustrirano tlečo zažigalno vrvico (*Pierce: indic*), ki štrli iz trebuha, natančneje iz popka. Subjekt (*Pierce: ikona*) je fotografiran od spodaj navzgor. Spodnjice (*Pierce: ikona*) so obarvane z rahlo rumeno barvo (*Pierce: indic*), medtem ko je ozadje sivo (*Pierce: indic*).

KONOTATIVNA RAVEN (ostaja nespremenjena)

Tekstovni del plakata: ime avtorja in naslov predstave. Žanr morilska komedija potrди, da gre za predstavo, vendar sama besedna zveza nakaže nezdržljivost teh dveh pojmov, kar nakazuje na to, da je po vsej verjetnosti to komedija z grenkim priokusom. Zadnji stavek spet pove, da je to gledališka predstava s potrebnimi podatki.

Vizualni del plakata: napihnjen trebuh s tlečo zažigalno vrvico nakazuje, da bo vsak čas počil. Gre za spoj fotografije z ilustracijo, zato konotacija zgodbe prihaja hipotetično: »Kaj pa, če bi bilo res?«. Gre za krizo posameznika, saj je prisoten strah, kar nakazuje tudi kot fotografije. Rumena kot pozitivna barva nakazuje možnost rešitve iz morbidne in zamegljene sivine, če sploh obstaja.

Uporabljeni kodi: kod družbenih odnosov, ilustracijski kod, kod kriminalcev, ideološki kod.

REPREZENTACIJA T. I. TRANZICIJSKEGA ČASA

Branje reprezentacije tega plakata nam ponuja dve razlagi. Prva je ta, da je preteklo skoraj dvajset let, torej se v analizi pojavi klasičen historicizem. Prevladujoč današnji pogled na vojno vihro v tistem času ostaja z nekaj izjemami nespremenjen. Današnja problematika vojne se vrti predvsem okoli vojnega dobičkarstva, vojna sama pa je brezmadežna. Leta 1998, ko je plakat izšel, je bilo vojne v Sloveniji že nekaj časa konec, v Bosni pa se je ravno končala. Branje plakata pomeni za tisti čas predvsem odprtje vprašanje beguncev s področja bivše Jugoslavije v Sloveniji, svojevrsten paradoks v tem smislu pa so izbrisani iz registra prebivalcev Slovenije, upravičenih do državljanstva, katerih rešitev te problematike prav tako

ostaja odprta še danes. Z današnjega aspekta se konotacija ponuja upravičeno, saj vemo, da je ostalo nedokončanih mnogo zgodb. So to nedokončane zgodbe, ki ustvarjajo nov prostor za nabiranje krivic, ki lahko spet počí?

Druga razlaga je ta, da plakat danes na enak način vzbuja negativne občutke, saj je Slovenija skupaj z ostalimi državami na Balkanu v globoki krizi, ki se kaže kot višja brezposelnost, višanje zunanjega dolga, spremembe v načinu življenja prebivalstva, ..., in s tem platforma za možen porast novih nacionalizmov, nestrpnosti, raznoraznih družbenih fobij ipd. Pojavljajo se ugibanja o možnosti tretje svetovne vojne, zato plakat na podoben način pritiska na kolektivne strahove, le da je zaradi današnje ekspanzije individualizma še bolj učinkovit.

OZADJE PLAKATA OZIROMA DISKURZ *Dejmo stisnt teatra*

Dejstvo, da si je *Dejmo stisnt teater* izbiral tekste, ki so družbenokritični, ostaja nespremenjeno. Tudi to, da so kritiko podajali z žanrom komedije, ostaja nespremenjeno. Skupina je nastala iz družbe podobno mislečih mladih ljudi, ki sta jih družili med drugim tudi podobna ideološka prepričanost in senzibilnost za nepravilna družbena dogajanja. Trdim, da je še vedno pomemben podatek, da so vsi člani prihajali iz družin, ki so spadale v nižje srednje ali srednje srednje družbene razrede. Tudi to, da so v času velikih družbenih sprememb pripadali generaciji, ki še ni imela zgrajenih identitet, je pomembno. Poleg tega je bila skupina narodnostno pomešana, kar je značilnost predvsem članov skupine iz Vrhnike, ki je narodnostno precej raznolika (predvsem narodnosti bivših republik bivše Jugoslavije). Danes lahko rečemo, da diskurz *Dejmo stisnt teatra* izhaja iz tega, da so bili člani bodoči visoko izobraženi delavsko pankersko južnjaški predmestni gledališčniki.

KAKO SE KAŽEJO ELEMENTI OKUSA *Dejmo stisnt teatra* KOT SKUPINE

Okus skupine ostaja za analizo nespremenjen in je kot nekakšna konstanta. Po Bourdieuju je okus pogojen s habitusom. Glede na to, da člani skupine prihajajo iz družin, ki se uvrščajo v nižji srednji ali srednji srednji razred, če ti razredi še sploh obstajajo, lahko rečem, da so jim bili raznorazni vulgarizmi, psovke, radikalizmi, seksizmi, estetika t. i. navadnih ljudi relativno blizu. V konkretnem primeru se te značilnosti kažejo v izvoru slikovne metafore za sod, ki v prenesenem pomenu stereotipno pomeni tudi pivski trebuh ali telesno značilnost spet t. i. navadnih ljudi. Vendar velja omeniti tudi to, da se člani skupine tega zavedajo in namerno

uporabljajo tovrstno estetiko v skladu s ciljem, da vzbudijo pozornost gledalca plakata in ga sprovcirajo do te mere, da ga lahko z ogledom same gledališke predstave opozorijo na izbrane družbene probleme. Člani Dejmo stisnt teatra se pri izbiri elementov okusa oziroma načina diskurza dostikrat niso zavedali povratne zanke tovrstnega načina ustvarjanja, da s tem lahko samo še potrjujejo stereotipe in mite, ki jih obravnavajo, ker so kot neodvisni ustvarjalci skušali postavljati ogledalo družbi, s čimer pa so puščali odprta vrata različnim ideološkim razlagam.

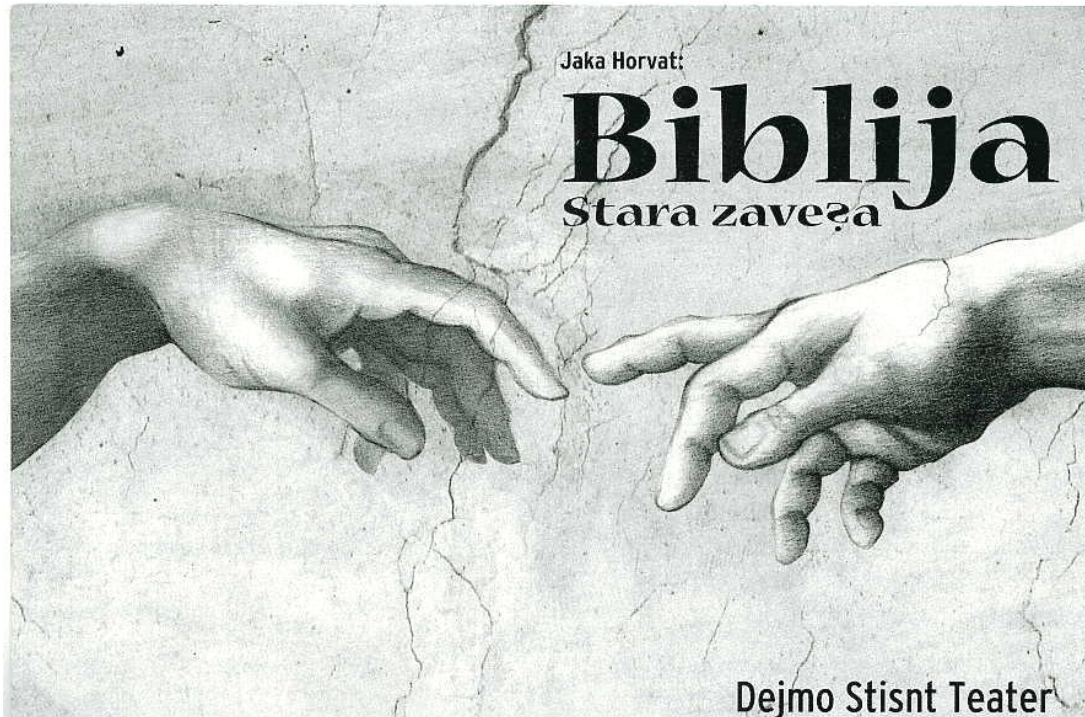
SPOPAD DVEH RAZLIČNIH IDEOLOGIJ

Z današnjo analizo in iz današnjega zornega kota ugotavljam, da je način komunikacije tipično mladostniško uporniški in se izraža kot nekakšen boj Davida proti Goljatu, če uporabim biblijsko-mitološke vzporednice, ki so danes diskurzivno že povsem vsakdanje. Po eni strani je šlo za tipično mladostniško opozarjanje na družbene napake, po drugi strani pa so se dogajale velike družbene spremembe, kjer brez velikih napak očitno ni šlo.

Pomembno je tudi to, da se je danes desni tip politike že dodobra uveljavil in uravnotežil tako politično kot družbeno polje. V bivšem sistemu tak tip razmišljanja ni bil dovoljen, saj naj bi po zgodovinskih izkušnjah peljal v pogubo. Dejstvo je, da smo z osamosvojitvijo stare nove načine spet sprejeli in da se še danes mnogi tem vrednotam ne morejo prilagoditi. Tako se – podobno kot že enkrat v zgodovini – družba deli na dve struji, ki vsaka po svoje oblikuje oziroma ima izoblikovan vrednostni sistem. Po letu 2004, ko je na oblast stopila desna struja, smo priča mandatnemu menjavanju prevladujočih vrednot. Splošne značilnosti družbe pa so se izoblikovale vsem enako: prevlada PR-novinarskih člankov, deprofesionalizacija, nižanje standardov na več področjih, potem spet prilagajanje oziroma povzemanje tujih sistemskih rešitev brez ustreznega prilagajanja, uveljavljanje podjetniške miselnosti na nivo posameznega zaposlenega na trgu dela, krčenju tradicionalnih pravic, krčenje medijske svobode, odpiranje nove internetne realnosti, odpiranje globalizaciji ipd.

8.2 Biblija – Stara zaveza

Slika 8.2: Plakat gledališke predstave Biblija – Stara zaveza avtorja Jake Horvata



Vir: Dejmo stisnt teater (2000).

MITsko:

RKC ima v Sloveniji dominanten civilnodružbeni status.

Družbeni kontekst

Eno od osnovnih zahtev, ki jo je Slovenija ob osamosvojitvi morala izvesti, je bila tudi denacionalizacija. Pred drugo svetovno vojno je bila RKC ena od najpremožnejših skupnosti, vendar je po vojni ta status izgubila. Z denacionalizacijo pa je večino bogastva dobila nazaj in s tem spet postopoma postala dominantna civilnodružbena sila. Preko svojih organizacij in sistema doniranja kot tudi podpore matice je spet ustvarila močan ekonomski status.

Njen ekonomski status se je močno okrepil in s tem tudi vloga v družbenem in javnem življenju. Danes je RKC vodilna in že kar monopolna verska organizacija, ki svoj tihi vpliv izvaja preko naklonjenih strank in njihovih medijev.

ELEMENTI DENOTATIVNE RAVNI (ostajajo nespremenjeni)

Tekstovni del plakata: Jaka Horvat: Biblija. Stara zaveza. Dejmo Stisnt Teater

Barthes (tekst/slika): sidranje

Vizualni del plakata: reprodukcija Michelangelove slike »The creation of Adam«, 1508–1512, kjer sta izpostavljeni roki (*ikoni*) Adama in Boga. Ta ima namesto kazalca iztegnjen sredinec (*znak*). Barve so reproducirane po originalu.

KONOTATIVNA RAVEN (ostaja nespremenjena)

Tekstovni del plakata: ime in priimek avtorja ter naslov predstave. Podnaslov vsebuje vprašaj, kar nakazuje na dvom, če je stara zaveza sploh sprejemljiva v času nastanka plakata. Ime Dejmo Stisnt Teater pove, da gre za gledališko predstavo.

Vizualni del plakata: iz klasičnega cerkvenega motiva sta izpostavljeni le roki omenjenih reprezentamentov, vendar je namesto kazalca Boga iztegnjen sredinec, kar konotira na to, da Bogu ni do Adama in mu posledično ni mar za človeško raso. Iztegnjen sredinec je sicer arbitraren znak, prenesen iz ameriške kulture, in pomeni »Fuck off« oziroma slengovsko »Odjebi« (srbohrvatizem) ter izraža željo po nekomuniciranju z osebo, kateri je namenjen. Na konotativni ravni lahko iztegnjen sredinec v tem primeru pomeni tudi nestrinjanje z RKC.

Uporabljeni kodi: družbeni kod, kod gestikulacije, verski kod, kod RKC.

REPREZENTACIJA T. I. TRANZICIJSKEGA ČASA:

V osnovi se reprezentacija danes bere na zelo podoben način. Plakat je nastal v letu 2000, ko je RKC večji del premoženja dobila nazaj in si tudi zaradi izboljšanega ekonomskega statusa pridobila moč v družbi, saj je postala ena najvplivnejših civilnodružbenih organizacij. Dejmo stisnt teater skozi element sredinca in vprašajev v besedilu na ustvarjalen način pokaže, da gre za predstavo, ki je parodija na staro zavezo, sicer osrednji dokument katoliške vere. Preko te parodije se kaže nestrinjanje s povečano vlogo RKC v družbi v času t. i. tranzicije, saj tovrsten proces pelje v enoumje in odtujitev prvinskega Boga od ljudstva oziroma pelje nazaj v srednjeveške odnose (zato uporabljen motiv iz srednjeveške slike), če je zavoljo humorja bilo treba pretiravati.

Vendar z današnjega aspekta lahko dodamo, da RKC ne izgublja moči zaradi lastnih škandalov, ki jih spretno meče pod preprogo, temveč zaradi manjšanja samega vsebinskega vpliva. Vse več državljanov je namreč bolj izobraženih, internet ponuja vse več uslug za dušo iz celega sveta. Kruh se je odrezal tudi z množico vzhodnjaških delavnic in tečajev, vera sama postaja vse bolj individualizirana ...

Torej lahko plakat beremo tudi na način, da je cerkev postal staromodna organizacija, ki ni več kos sodobnim izzivom, zato Oče ne sprejme Sina ali celo obratno.

OZADJE PLAKATA OZIROMA DISKURZ Dejmo stisnt teatra

Dejstvo, da si je Dejmo stisnt teater izbiral tekste, ki so družbeno kritični, ostaja nespremenjeno. Tudi to, da je kritiko podajal z žanrom komedije, ostaja nespremenjeno. Skupina je nastala iz družbe podobno mislečih mladih ljudi, ki sta jih družili tudi podobna ideološka prepričanost in senzibilnost za nepravilna družbena dogajanja. Zopet poudarjam, da je še vedno pomemben podatek, da so vsi člani prihajali iz družin, ki so spadale v nižje srednje ali srednje srednje družbene razrede, ki danes kot taki tudi vse bolj izginjajo. Tudi to, da so v času velikih družbenih sprememb pripadali generaciji, ki še ni imela zgrajenih identitet, je pomembno. Poleg tega je bila skupina narodnostno pomešana, kar je značilnost predvsem članov skupine iz Vrhnike, ki je narodnostno precej raznolika (predvsem narodnosti bivših republik bivše Jugoslavije). Prav tako je pomembno, da večina članov prihaja iz ateističnega družinskega ozadja, avtor predstave pa iz katoliškega, kar nakazuje na to, da je

predstava podana na avtentičen način. Danes lahko rečemo, da diskurz Dejmo stisnt teatra izhaja iz tega, da so bili člani visoko izobraženi delavsko pankersko južnjaški predmestni gledališčniki.

KAKO SE KAŽEJO ELEMENTI OKUSA Dejmo stisnt teatra KOT SKUPINE

Okus skupine ostaja za analizo nespremenjen in je kot nekakšna konstanta. Po Bourdieuju je okus pogojen s habitusom. Glede na to, da člani skupine prihajajo iz družin, ki se uvrščajo v nižji srednji ali srednji srednji razred, če ti razredi sploh še obstajajo, lahko rečem, da so jim bili raznorazni vulgarizmi, psovke, radikalizmi, seksizmi, estetika t. i. navadnih ljudi relativno blizu. Kot vulgarizem se tu kaže iztegnjen kazalec, ki pomeni »Odjebi«, kar je seveda po eni strani domena odraščajoče generacije, po drugi strani pa je določena tudi s habitusom. V vsakem primeru je ta značilnost umetniško estetizirana in na plakatu vleče pozornost.

SPOPAD DVEH RAZLIČNIH IDEOLOGIJ

Z današnjo analizo in iz današnjega zornega kota ugotavljam enako kot pri prejšnjem plakatu, da je način komunikacije tipično mladostniško uporniški, saj gre tudi v tem primeru za opozarjanje na družbene napake. Vendar pa je ta upornost tokrat estetizirana. Iztegnjen sredinec odpira še eno polje analize. Ali je umetnost visoka kultura in ali je visoka kultura nujno tudi arhaična in klasična? Dejmo stisnt teater razbija tovrstne norme in pravila s tem, ko povezuje elemente pop kulture z nedotakljivostjo visoke umetnosti.

Enako je pomembno tudi to, da se je danes desni tip politike že dodobra uveljavil in uravnotežil tako politično kot družbeno polje in je tesno povezan z RKC. V bivšem sistemu tak tip razmišljanja ni bil dovoljen, saj naj bi po zgodovinskih izkušnjah peljal v pogubo. Verska čustva so bila torej dovoljena, institucionalizacija verskih čustev pa strogo ne. Dejstvo je, da smo z osamosvojitvijo stare nove načine spet sprejeli in da se še danes mnogi tem vrednotam ne morejo prilagoditi.

Tako se – podobno kot že enkrat v zgodovini – družba deli na dve struji, ki vsaka po svoje oblikuje oziroma ima izoblikovan vrednostni sistem. Po letu 2004, ko je na oblast stopila desna struja, smo priča mandatnemu menjavanju prevladujočih vrednot.

Splošne značilnosti družbe pa so se izoblikovale vsem enako: prevlada PR-novinarskih člankov, deprofesionalizacija, nižanje standardov na več področjih, potem spet prilagajanje oziroma povzemanje tujih sistemskih rešitev brez ustreznega prilagajanja, uveljavljanje podjetniške miselnosti na nivo posameznega zaposlenega na trgu dela, krčenju tradicionalnih pravic, krčenje medijske svobode, odpiranje nove internetne realnosti, odpiranje globalizaciji ipd.

8.3 Nekega lepega popoldneva (NLP)

Slika 8.3: Plakat gledališke predstave Nekega lepega popoldneva (NLP), avtorska predstava v tem projektu sodelujočih članov Dejmo stisnt teatra



Vir: Dejmo stisnt teater (2006).

MITsko:

Slovenske množične medije je zajela komercializacija.

Družbeni kontekst:

Sprememba družbenega sistema je prinesla tudi razvoj infotainmenta, upad tradicionalnega in raziskovalnega novinarstva – ti psi čuvaji ne čuvajo več javnosti, temveč podjetja in korporacije; horoskopizacijo dnevnih novic, psevdopsihologizacijo družbe, manipulacijo zdravja, odnosov, šolstva, ...

ELEMENTI DENOTATIVNE RAVNI (ostajajo enaki)

Tekstovni del plakata: Dejmo stisnt teater predstavlja razvedrilno oddajo Nekega Lepega Popoldneva. Spodaj so imena sodelujočih in njihovih vlog v predstavi.

Barthes (tekst/slika): sidranje

Vizualni del plakata: fotografija razbitega televizijskega sprejemnika (*ikona*) na zavrženih smeteh na jasi (*indic*). Ozadje je odeto v rdečo barvo.

KONOTATIVNA RAVEN (ostaja enaka)

Tekstovni del plakata: v imenu gledališča se pojavi piktogram človeka, ki opravlja veliko potrebo, kar ponazarja tradicijo Dejmo stisnt teatra, ko opozarja na družbene probleme. Združuje idejo »Dejmo stisnt« in »sranje« po ustaljenih družbenih normah, ki so nepravilne. Sledita žanr in naslov predstave, ki nas spominjata na znano slovensko nedeljsko razvedrilno oddajo Tistega lepega popoldneva oziroma TLP. Naslov je napram izvirniku spremenjen zato, ker se kratica NLP povezuje z diskurzom vesoljcev oziroma znanstvene fantastike in nam sporoča odtujenost odjemalcev tovrstnih oddaj. Treba je dodati, da so ustvarjalci oddaje TLP po ogledu predstave Dejmo stisnt teatra spremenili naslov svoje oddaje v »NLP. Nekega lepega popoldneva«.

Vizualni del plakata: ponazarja jezo nad vsebinami tovrstnih oddaj, ki da so plehke in uresničujejo potrošno kulturo kot dominantno, zato so tudi vidne znamke proizvajalcev prikazanega potrošnega blaga, ki je odvrženo v naravo. S tem vzpostavlja tudi vprašanje odmetavanja odpadkov v naravo, kar konotira na onesnaževanje gledalcev s tovrstnimi medijskimi vsebinami. Rdeča barva ozadja deluje grozeče.

Uporabljeni kodi: blagovni kod, okoljski kod, kod strokovne literature, medijski kod.

REPREZENTACIJA T. I. TRANZICIJSKEGA ČASA

Devet let kasneje se naša družba s to problematiko ukvarja na zelo podoben način. Ko smo sprejeli kapitalistične vrednote, se je to odrazilo tudi v medijih in njihovih vsebinah. Skozi plakat, kjer se prikaže fotografija uničenega simbola medijske prezentacije, se kaže nestrinjanje s tako prakso. Dodajam, da se je tak način življenja že kar usidral in da je pravzaprav že čisto sprejemljivo in sprejeto, da nas obdaja poblagovljenost, potrošništvo pa se je preselilo na tradicionalna polja, kjer prej ni imel mesta, recimo na osebne odnose in intimo. Plakat danes deluje zastarelo, saj internet vse bolj pridobiva na moči, televizija ostaja domena starejšega prebivalstva.

OZADJE PLAKATA OZIROMA DISKURZ Dejmo stisnt teatra

Dejstvo, da si je Dejmo stisnt teater izbiral tekste, ki so družbenokritični, ostaja nespremenjeno. Tudi to, da je kritiko podajal z žanrom komedije, ostaja nespremenjeno. Skupina je nastala iz družbe podobno mislečih mladih ljudi, ki sta jih družili tudi podobna ideološka prepričanost in senzibilnost za nepravilna družbena dogajanja. Trdim, da je še vedno pomemben podatek, da so vsi člani prihajali iz družin, ki so spadale v nižje srednje ali srednje srednje družbene razrede. Tudi to, da so bili v času velikih družbenih sprememb pripadniki generacije, ki še ni imela zgrajenih identitet, je pomembno. Poleg tega je bila skupina narodnostno pomešana, kar je značilnost predvsem članov skupine iz Vrhnike, ki je narodnostno precej raznolika (predvsem narodnosti bivših republik bivše Jugoslavije). Danes lahko rečemo, da diskurz Dejmo stisnt teatra izhaja iz tega, da so bili člani bodoči visoko izobraženi delavsko pankersko južnjaški predmestni gledališčniki.

KAKO SE KAŽEJO ELEMENTI OKUSA Dejmo stisnt teatra KOT SKUPINE

V konkretnem primeru se značilnosti članov gledališke skupine Dejmo stisnt teater kažejo v fizičnem nasilju nad simbolom medijskega podajanja plehkkih vsebin. To nasilje se zgodi v umazanem okolju smetišča. Tak okus se prezentira tudi skozi piktogram v logu, ki reprezentira umazano opravljanje velike potrebe. Vendar velja omeniti tudi to, da se člani skupine tega zavedajo in namerno uporabljajo tovrstno estetiko v skladu s ciljem, da vzbudijo pozornost gledalca plakata in ga sprovcirajo do te mere, da ga lahko z ogledom same gledališke predstave opozorijo na izbrane družbene probleme.

SPOPAD DVEH RAZLIČNIH IDEOLOGIJ

Z današnjo analizo in iz današnjega zornega kota ugotavljam, da je način komunikacije še vedno tipično mladostniško uporniški, vendar z zrelejším podtonom.

Dejmo stisnt teater se zaveda nevarnosti tabloidizacije in infotainmenta ter vzpostavljanja potrošniške realnosti kot prevladujoče. Ker občutijo tovrstne družbene procese kot žalitev intelekta, se odzovejo eksplozivno, zato jim je bližja revolucija, kar je spet domena mladostniške kognicije.

Ker smo v globoki krizi, tovrstni procesi še bolj izstopajo. V medijih se kažejo kot slikanje dogodkov po črno-beli shemi, ciljanja na krhkost posameznikove identitete, dramatičnost, psevdopsihologizacije odnosov, prikrito oglaševanje, vzpon PR-poročanja, spremembe v lastništvih medijev, krnitev medijske svobode, dostopnost do kakovostnih medijev ipd.

9 KOMPARACIJA IN ZAKLJUČEK

»Ljudje na stvari ne gledamo le z različnih plati, ampak tudi z drugimi očmi; kratko malo si ne želimo, da bi jih vsi videli enake.«

Blaise Pascal (2015)

Zaključek naloge me je pripeljal na biološko-kemijsko polje, kjer se na novo vzpostavljajo razmerja med procesoma, ki ju imenujemo entropija in sintropija ter sta iz nekih osnovnih bioloških značilnosti v naravi prerasla v vprašanja o načinih razmišljanja o življenju posameznika in družbe oziroma filozofskih smernic nasploh. Ta vprašanja so sama po sebi univerzalna, saj se jih tudi v primeru naloge da zlahka preslikati na videnje problematike družbe preko zaznavanja plakatov kot takih. Entropijski zakon je nastal že dolgo nazaj, v dobi kolonializma, ko se je vzpenjal socialni darvinizem, in ima kot družbeni pogled v svojih sodobnih različicah še vedno izjemen vpliv. Takrat so se hierarhično urejene strukture družbenih moči bojevale za prevlado. Vendar, kot danes pravi Detela, kaže, da je ta cesar bil popolnoma nag. Nova dognanja o sintropiji soustvarjajo novo družbeno paradigmo, ki vedno bolj pridobiva na veljavi. Zelo poenostavljeno povedano je »sintropija naravna sposobnost nekaterih kompleksnih kvantnih sistemov, kot so na primer elektronska kvantna stanja v velikih biomolekulah, da se samostojno, torej brez zunanjih agensov, samoorganizirajo v smeri k višji stopnji notranje urejenosti. Ker je ta tip samoorganizacije avtonomen proces, sintropni procesi potekajo brez entropične degradacije okolja. V sintropnih procesih se torej zmanjša entropija, kar pa je že preseganje drugega zakona termodinamike. S tem v zvezi imamo še en, alternativni pomen besede sintropija, in sicer v pomenu »negativna entropija.« (Detela v Rugelj 2015, 54)

Če namreč upoštevamo dejstvo, da je plakat igra kodov, simbolov, odnosov med njimi ipd. in se kaže kot vmesni člen med vsebino ustvarjene predstave in potencialnimi gledalci, se približamo procesom sintropije, ko uvidimo, kako in na kakšen način potekajo vse te relacije, odnosi in aktivnosti kot celota. Ti procesi so kompleksni podobno kot opazovanje tako enostavnega dejstva, kot je gledališki plakat. Zakaj so člani Dejmo stisnt teatra v sodelovanju z oblikovalci uporabljali točno določene podobe s točno določenimi teksti, barvami, oblikami in pomeni? Ali so na te izbore vplivali tudi dejavniki iz okolja, lastnih percepcij zgodovine ali

stereotipov? Spet na drugi strani, kako konzument vidi in procesira plakat, njegove posamezne dele, kako razume celoto, če je opazovanje in predelava ponujenih informacij sploh neposredno povezana z razumom? Z namenom, da bi podal čim širši uvid v razkrivanje procesov reprezentacije posameznih družbenih vprašanj, ki so relevantna v povezavi z raziskovanimi gledališkimi plakati, sem poleg klasičnih elementov analize dodal še obrise konceptov družbenih teorij, kot so: Bourdieujev habitus, Gramscijeva hegemonija, Benthamov utilitarizem, ideologije po post/marksistih, Adornove kulturne industrije, Foucaultove diskurze in ne nazadnje srednjeveške klasične kartezijske dualizme, ki so danes v obdobju krize še kako v ospredju zaradi svoje enostavnosti in manipulabilnega učinka. Na začetku naloge sem trdil, da se interpretacija plakatov in s tem tudi njihova percepcija spreminjata skozi čas. Izid naloge bi bil na začetku prav smiseln, če bi trdili, da je to že samo po sebi umevno. Pa je res?

Pomen podob je specifičen in odvisen od socialnih ter političnih okoliščin komuniciranja in družbe. S tem nas podobe vodijo k razumevanju kulturne in historične zaznamovane izraznosti do samih posledic kulturne teorije podob. »Povsod navzoči ali fiksiran pomen ne obstaja; podoba je arbitrarni znak, predmet stanja časa in prostora.« (Hanno Hardt 2002, 324)

Zato sem se skozi nalogo trudil zajeti čim več značilnosti prostora in časa, ki lahko vplivajo na samo analizo. Izkazalo se je, da so nekateri elementi analize konstante, drugi pa so v funkciji spremenljivosti. V generalnem smislu se percepcija plakatov skozi čas spreminja, kar je, kot se je izkazalo, v raziskovalnem procesu lahko hitro zavajajoče. Kajti ugotovil sem, da to le deloma in pogojno drži. Elementi analize, ki so teoretsko določeni, kot so recimo elementi denotativne ravni, so jasni in se niso spremenili. Lahko rečemo, da se fakti skozi opazovani čas niso spremenili. Čeprav se bojujejo različne interpretacije za prevladujoč pogled na zgodovino, ta v časovni razliki osmih let, kolikor je minilo med obema analizama, uradno ostaja nespremenjena. Pri mitih oziroma stereotipih pri posameznih plakatih pa sem opazil, da se ti niso spremenili ali omilili, temveč le še bolj okrepili. Ostali elementi, ki sem jih dodal kot podporne, se tudi niso spremenili. Spremenil se je pogled opazovalca, saj sem za razliko od prve analize opazoval bolj z distance in z bolj umirjenim in konzervativnim pogledom. Vseskozi sem skušal upoštevati tudi negativne značilnosti subjektivnega opazovanja in analiziranja. Hitro se namreč pojavi možnost, da lahko razlike v analizah ugotavljamo preko vzporednic zaradi na primer čisto temeljnih psiholoških procesov ocenjevanj dogajanja, kjer »je enostavneje razlagati dogajanje s pomočjo osebnega dejavnika kot s pomočjo običajno zapletenih razmerij med posameznikom in okoliščinami, ali zaradi

tipičnih napak v pripisovanju.« (Nastran Ule 2000, 98) Kot se skozi čas spreminjajo biološko-kemični procesi v človeku, se spreminja tudi pogled ali način opazovanja, kar ni nezanesljiv podatek v analizi, zato sem ga skušal v največji možni meri tudi upoštevati.

Objektivno pa je, kar se tiče mitov in stereotipov, minilo premalo časa med obema analizama, da bi lahko ugotavljali drastične razlike v percepciji. Ugotoviti, kako globoko so zakoreninjeni stereotipi in miti, je eno, drugo pa je ugotavljati njihovo spreminjanje skozi čas. Zaradi same zakoreninjenosti je tu potrebno opazovati obdobje najmanj desetletja ali dveh.

Vzporednice z ostalimi področji vlečem predvsem zato, da bi pokazal, da je družboslovne pojave skoraj vedno treba raziskovati na integriran način, t.j. način, ki dejavno vključuje in prepleta ostale vede in področja. Preučevana predmet in polje opazovanja in analize sta široka in sprva zavita v kompliciran klobčič, ki ga do konca vendarle pripeljem na način comtejevskega pozitivizma, saj menim, da z znanstvenimi orodji rezultate analize tovrstnih procesov težko pripišemo metafizičnemu. Če torej pravim, da ti procesi lahko točno določeni in izmerljivi, potem lahko trdim, da se ugotovljene značilnosti percepcij v trikotniku:

ustvarjalec sporočila – sporočilo (v tem primeru plakat) – ciljna publika

da zapisati tudi v matematični obliki. Zelo podobne principe danes uporabljamo na raznovrstnih področjih, od biokemije, nevroznanosti do področij vitkega marketinga. V splošnem smislu zapišemo, da je percepcija sestavljena iz spremenljivk, ki so dane, in spremenljivk, ki se oblikujejo oziroma izoblikujejo. Kot bi rekli, da sta pomembna tako fenotip kot genotip tega trikotnika.

Percepcija(i) =

∫(t1, t2) konsonančne, konvergentne ali neodvisne spremenljivke

+ asonančne, divergentne ali odvisne spremenljivke

Ker gre za poskus opisa problema na matematičen oziroma programerski način, sem skušal najti vzporednice z ekonomskimi statističnimi analizami ugotavljanja, kako se spremenljivke gibljejo v časovni distanci.

Če funkciji primerjamo med seboj navpično v določenem trenutku (t), dobimo statično dimenzijo razlik. Kvantitativni meri statične relativne pozicije sta v tem preprostem primeru absolutna statična razlika A

$$A_{12}(t) = X_1(t) - X_2(t)$$

in relativna statična razlika R

$$R_{12}(t) = X_1(t) / X_2(t)$$

ali statična procentualna razlika

$$P_{ij}(t) = [X_i(t)/X_j(t) - 1] * 100$$

- Če omenjeni dve funkciji primerjamo med seboj vodoravno za določeno raven indikatorja X, dobimo časovno distanco med obema enotama za to raven indikatorja X. Za določeno raven indikatorja XL

$$XL = XL(t_1) = X_2(t_2)$$

Časovno distanco S za to raven lahko napišemo kot

$$S_{12}(XL) = \Delta t(XL) = t_2(XL) - t_1(XL). \text{ (Sicherl 1998)}$$

Tako svoja zaključke približam tudi področju opisne geometrije, saj opazovanim procesom sprva skušam določiti koordinatni sistem, nato pa te procese iz tega izhodišča opazujem z različnih kotov, kjer si pomagam z različnimi teorijami in orodji. Ta način je poskus opisa, kako možgani kognitivno urejajo dane podatke v neko smiselno celoto.

V časovni distanci osmih let, ki so minila med obema analizama, se krepitev mitskega v prvem plakatu, ki kaže, da je področje Balkana še vedno sod smodnika, izraža s tem, da je na tem področju fizična oblika bojevanja med različnimi verskimi, nacionalnimi ali drugimi skupinami še vedno prisotna (Kosovo, Makedonija, Bosna). Za stereotip v Sloveniji, da »ta južni razmišljajo s čustvi, ta pa so nevarna in eksplodirajo, če so negativna in se naberejo«, pa ocenjujem, da je še vedno prisoten, vendar trenutno počiva in se kaže skozi sekundarne medijske konstrukte. Ta stereotip se je na našem prostoru do zdaj vedno prebudil ob večjih družbenih spremembah. Tudi reprezentacije so v tem smislu v zadnjem času bolj borne. Vendar – kot opozarja Hall – je treba biti previden, saj »je mogoče katerokoli reprezentacijo razumeti kot interpretacijo resničnosti, ki je sama po sebi možna ali ki v nekem segmentu v resnici obstaja, da pa se stvari zapletejo v trenutku, ko se izkaže, da v načinu reprezentiranja izbranega predmeta (dogajanja, osebe, skupine itd.) obstaja neka pravilnost.« (Hall 2000, 232–234) Če torej v nekem časopisnem članku zasledimo naslov »Na Balkanu spet grmi!«, ki se nanaša na lokalni oboroženi spopad, lahko mirno zaključimo, da gre za ideološko manipulacijo, ki oživlja preživle stereotipe z namenom, da se podkurijo stare strasti za nove cilje. Že en tak naslov vsebuje zakrit manipulabilen učinek predvsem z besedo »spet«, ki ne dopušča, da bi na Balkanu lahko bilo kdajkoli drugače, in z besedo »grmi«, saj vzbuja strah in negativne občutke.

Tudi to, da se je družbena vloga RKC močno okrepila in prodrla v mnoge družbene pore, danes drži še bolj kot pred osmimi leti, in to kljub aferam, ki jih je RKC z nekaterimi svojimi delovanji povzročila. Čeprav 7. člen ustave Republike Slovenije zapoveduje, da je cerkev uradno ločena od države, lahko zaradi neposrednih vplivov na vladajoče strukture oblasti trdimo, da se v realnosti dogaja drugače. Oziroma trdimo, da RKC ima nedvomno ogromen vpliv na najpomembnejše procese odločanja v državi. RKC je daleč najmočnejša verska organizacija v Sloveniji in ima v določenih vidikih pozitivne družbene vplive, vendar pa ima kot močna in neodvisna organizacija izjemen posredni vpliv. Pred državo je v primerjavi z ostalimi organizacijami v privilegiranim položaju in ima tudi izjemen posredni vpliv. Nadalje

ima izjemen vpliv tudi zaradi močnega ekonomskega položaja, ki se je pomembno okrepil z osamosvojitvijo predvsem z denacionalizacijo, kriza je razkrila nekatera ozadja nečednih poslov upravljanja s premoženji državljanov. Tretji vidik pa je desničarsko tradicionalni pogled na ureditev družbe, kar najbolj do izraza pride v času krize, ko izstopajo tovrstne vrednote – če bi primerjal medijsko konstrukcijo desničarskega diskurza, bi hitro našel vzporednice in podobnosti z ameriškimi desničarskimi diskurzi tipa Fox TV.

Tudi medijski prostor se je v osmih letih še bolj prilagodil novim družbenim ureditvam, ki se bolj podrejajo zakonitostim trga, še več je infotainmenta, psevdopsihologizacija je prodrla tudi v resne medije ipd, še bolj pa so okrepili svojo vlogo psa čuvaja, ki po novem ščiti družbena razmerja s poudarkom na ekonomskih hierarhičnih odnosih. To se kaže preko analize prednostnega tematiziranja oziroma, če podrobneje spremljamo, kako se spreminja razporeditev tematik oziroma sprememba diskurza. Tako danes v primerjavi z obdobjem pred začetkom uradne gospodarske krize iz leta 2008 lahko opazimo, da ne poznamo več pojma gospodarstvo temveč pojem posel, ki je v vsesplošni uporabi predvsem v ameriških okoljih in je prevod besede business. Nadalje se kultura meša s pop kulturo tudi v resnih časopisih kot je Delo, zahtevnejše vsebine so postavljene v ozadje in so na internetu plačljive, pri športu prevladuje nogomet kot najbolj transparenten šport za podajanje novih ideologij in utrjevanju podanih razmerij v družbi, saj je nenazadnje tudi najbolj razširjen globalni šport in kot tak primeren medij za širjenje ideoloških ureditev družbenih razmerij. Tudi šport kot tak je na prednostni listi, saj promovira tekmovalnost, živalskost, tu je tudi vzpon narodnozabavne glasbe, oddaje o teorijah zarote ipd. Resno in raziskovalno novinarstvo je ogroženo, saj zahteva veliko vloženih sredstev za doseg vsaj spodobnih rezultatov, kar je zaradi uvrstitve medijev na trd ekonomski trg prav zares zelo težko, saj je večina odjemalcev praktično nezahtevna in ujeta v t.i. potrošniškem transu.

Tako kot v zgodovinopisju ali v sedanjosti ali celo v napovedih za prihodnost izmerljiva dejstva ostajajo nespremenjena. Neizpodbitno dejstvo je, da se je Slovenija osamosvojila 25. 6. 1991 in takrat sprejela ustavo, kakršna je. Neizpodbitno dejstvo je, da smo sprejeli pripadajoče reforme, da smo uvedli nov družbeni sistem in pravila. Iz te perspektive lahko mirno rečemo, da je demokracija v prvi vrsti družbeni red in ne ideal, ki ga je treba doseči.

Kar se menjava, so procesi, ki se dogajajo, izmenjavajo, dopolnjujejo in se izključujejo med seboj spet do večjih družbenih sprememb, zato so to takorekoč odvisne oziroma soodvisne spremenljivke. Ti procesi pa so:

- Čas

Vemo, da je danes percepcija časa drugačna kot je bila še desetletje nazaj. Čas dojemamo veliko hitreje, napredek tehnologije je izjemen enako kot so razvitejši možgani. Če je softver napredoval izjemno, sedaj prav tako napreduje tudi hardver.

- ideološka prepričanja,

Če po Lacanu ne obstaja nič zunaj jezika oziroma diskurza, potem lahko ideološko polje označimo kot vse, kar se zgodi med skrajnostima levega in naprednega ter desnega in konzervativnega z neskončno možnimi kombinacijami.

- kredibilnost opazovalca,

Kredibilnost opazovalca ocenimo na podlagi mnogih dejavnikov, ki jih delimo na notranje, kot so osebnostne lastnosti, izkušnost, strokovnosti ipd., in zunanje, kot so ugled opazovalca, kakovostni standardi, strokovna ustreznost ipd.

- pomeni in kodi podob ter simbolov,

Različni simboli in podobe se v različnih kulturah in okoljih različno vrednotijo in pojmujejo. Pomembno je izbrati relevantne simbole in podobe ter jih ustrezno interpretirati, kar je kompleksno delo, saj se lahko le-ti spreminjajo v odvisnosti od mnogoterih dejavnikov.

- reprezentacije in diskurzi,

Pri teh dveh nasprotujočih, a zato dopolnjujočih procesih je pomembno najprej prepoznavanje, nato šele razčlemba in analiza, saj se tudi te dva procesa spreminjata s časom, le da so te spremembe bolj dolgoročnejske narave.

- intraprocesi med naštetimi,

Znotraj omenjenega trikotnika ustvarjalec sporočila – sporočilo (v tem primeru plakat) – ciljna publika se dogaja nešteto spreminjajočih se korelativnih procesov v kratkem času, ki so vendarle sintropičnih značilnosti. Pomembna je distanca opazovanja, da se opazovalec ne bi izgubil v nepomembnih podrobnostih.

- interprocesi z drugimi polji,

Na omenjeni trikotnik pa vplivajo tudi zunanji dejavniki z npr. farmacevtsko industrijo in ugotovitvami, kako manipulirati kombinacije snovi za različne družbene namene ipd., kar lahko posledično vpliva na konkretno sposobnost zaznave posameznika ali skupine do določenega problema.

- globalni procesi

Sodobni družbeni izzivi se vrtijo okoli iskanja rešitev glede selitve narodov oziroma različnih skupin ljudi, soočamo se z unificiranjem kulturne raznolikosti, rasno povezanostjo ipd.,

- naravno okolje in

Prav tako je kot eno glavnih družbenih izzivov najti ustrezne rešitve za okoljske probleme, kot so segrevanje planeta, izumiranje pomembnih živalskih vrst, unificiranje oziroma manipulacija vremena in podnebnih razmer.

- tehnologija.

Tehnologija je nedvomno v velikem vzponu in nadomešča ali podpira že zajeten del človekove dejavnosti. To je nov in vzporeden svet, ki prav tako potrebuje umestitev v nek nov in modificiran družbeni red.

10 LITERATURA

1. Althusser, Louis. 1965/1980. Pour Marx, »Marxisme et humanisme. Pariz: Maspero. V *Ideologija in estetski učinek, Althusser, Balibar, Macherey, Pêcheux...*, ur. Skušek-Močnik, Zoja, 238–243. Ljubljana: Cankarjeva založba.
2. Althusser, Louis. 1966/1980. »Response de Louis Althusser«, *La Nouvelle Critique*, št. 175, str. 141–146). V: *Ideologija in estetski učinek, Althusser, Balibar, Macherey, Pêcheux...*, ur. Skušek-Močnik, Zoja, 238–243. Ljubljana: Cankarjeva založba.
3. Balažic, Milan. 2006. *Matem psihoanalize: subjekt v resnici, govorici in užitku*. Ljubljana: Društvo za proučevanje teoretske psihoanalize – Polje lacanovske stvari, Lacan III.
4. Beck, U. 1986. *Risikogesellschaft. Auf dem weg in eine andere Moderne*. Suhrkamp, Frankfurt/M. V Ule, Mirjana. 2009. *Socialna psihologija: analitični pristop k življenju v družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
5. Becker, Harold. 1982. *Art worlds*. Berkeley: University of California Press.
- 6 Van Leeuwen, Theo and Jewitt, Carey. 2001. *Handbook of visual analysis*. London: Sage publications Ltd.
- 7 Berger, John. 1972/2008. *Načini gledanja*. Ljubljana: Zavod Emanat.
- 8 Bizjak, Ivo. 1998. Spoštovanje in varstvo ČP v Sloveniji. V *Test iz zbornika Človekove pravice in temeljne svoboščine v tranziciji*, ur. Zver, Milan, 11–23. Ljubljana: Založba FDV.
- 9 Brezovšek, Marjan, 2001. Ob deseti obletnici slovenske ustave. V *Slovenska država – ob deseti obletnici*, ur. Zajc, Drago, 232–240. Ljubljana: Založba FDV.
- 10 Bulc, Gregor, 2004. *Proizvodnja kulture. Vloga in pomen kulturnih posrednikov*. Maribor: Subkulturni azil Maribor.
- 11 Bürger, Christa. 1986. The disappearance of art. *Telos* 18 (68): 93–106.
- 12 Bourdieu, Pierre, 1984. *Distinction. A social critique of the judgement of taste*. London: Routledge & Keagan Paul Ltd.
- 13 Debeljak, Aleš. 1999. *Na ruševinah modernosti*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

- 14 During, Simon, 1995. *Introduction*. V *The Cultural Studies Reader*, During S. (ur.). London in New York: Routledge.
- 15 Galić, Branka. 2000. Politička kultura novih demokracija. *Revija za sociologiju* (3–4): 197–208.
- 16 Hardt, Hanno. 2002. Vizualna kultura v kulturnih študijah. V *COOLTURA – uvod v kulturne študije*, ur. Debeljak, Aleš; Stanković, Peter; Tomc, Gregor; Velikonja, Mitja. Ljubljana: Študentska založba.
- 17 Hardt, Hanno. 2005. Uvod. *Teorija in praksa* 17 (2–3): 305–552.
- 18 Horkheimer, Max in Adorno, Theodor W.(1944/2002). *Dialektika razsvetljenstva*. Filozofski fragmenti. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- 19 Jameson, Frederic. 1983. *Postmodernism and Consumer Society*, in Hal Foster. 1983. *The Anti-Aesthetic Essays on Postmodern Culture*. Seattle: Bay Press.
- 20 Kant, Immanuel. 1784/2007. Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung? V *Komunikološka hrestomanija 3, teorije javnega mnenja*, ur. Splichal, Slavko 22–30. Ljubljana: FDV.
- 21 Koprivnik, Samo. 2001. Vsebina ideološkega kontinuuma levo – desno v Sloveniji v preteklem desetletju. V *Demokratični prehodi II*, ur. Danica Fink-Hafner in Haček Miro, 138–173. Založba FDV.
- 22 Kramberger, Anton in Djukić, Emina. 2011. *Jumbomanija: sociološka in oblikovalska kritika veleplakatov*. Ljubljana: FDV.
- 23 Kreft, Lev in Hribar Sorčan, Valentina, 2005. *Vstop v estetiko*. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za filozofijo.
- 24 Kustec, Simona. 2001. Stopnja pluralnosti medijev v različnih sistemih držav nekdanje Jugoslavije. V *Demokratični prehodi II*, ur. Fin-Hafner Danica in Haček Miro 197–222. Ljubljana: Založba FDV.
- 25 Lash, Scott. 1993. *Sociologija postmodernizma*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

- 26 Lippmann, Walter. 2001. Public opinion. New Brunswick: Transaction Publishers. V *Komunikološka hrestomanija 1. Začetki komunikologije v Evropi in ZDA*, ur. Splichal, Slavko 168–185. Ljubljana: FDV.
- 27 Lukšič, Igor. 1992. Politične doktrine v ustavi RS. *Teorija in praksa* 29 (3–4): 305–309.
- 28 Mahler, Armin & Schulz, Thomas. 2014. *Izginjanje sveta*. Ljubljana: Mladina GLOBAL.
- 29 Musek, Janek. 1977. *Psihologija osebnosti*. Ljubljana: DDU Univerzum.
- 30 Nastran Ule, Mirjana. 2000. *Temelji socialne psihologije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- 31 Panofsky, Erwin. 1955/1994. *Pomen v likovni umetnosti*. Ljubljana: Škuc: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
- 32 Rugelj, Samo. 2014. Sanjali smo o svobodi, zbudili pa smo se v kapitalizmu! *Bukla* 10 (103): 8–9.
- 33 Rugelj, Samo. 2015. Narava je vedno čudovito sodelovalna, ne pa tekmovalna in izključujoča. *Bukla* 11 (104): 8–9.
- 34 Sicherl, Pavle. 1998. Time distance in economics and statistics, Concept, statistical measure and examples. V *Advanced in methodology, Data analysis and statistics. Metodološki zvezki 14*, ur. Ferligoj, Anuška 238–264. Ljubljana: FDV.
- 35 Stanković, Peter. 2010. *Politike popa*. Ljubljana: FDV.
- 36 Svetličič, Marjan. 2004. *Globalizacija in neenakomeren razvoj v svetu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 37 Tomc, Gregor. 2005. *Mentalna mašina: možgani kot mentalni motor na duševni pogon*. Ljubljana: Sophia.
- 38 --- 2011. *Geni, nevroni & jeziki. Duševnost kot flogiston sodobne kognitivne znanosti*. Ljubljana: FDV.
- 39 Trupej, Aleksandra in Stanković, Peter. 2013. Vprašanje ideologije v postmarksizmu. *Teorija in praksa* 50 (5–6): 770–790.

- 40 Tomić-Koludrovič, Inga in Anči Leburić. 2002. *Sociologija životnog stila : prema novoj metodološkoj strategiji*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk : Hrvatsko sociološko društvo.
- 41 Ule, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete. V vrtincu diskurzov*. Ljubljana: ZPS.
- 42 --- 2009. *Socialna psihologija: analitični pristop k življenju v družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.
- 43 *Ustava Republike Slovenije*. 1991. Dostopno prek: <http://us-rs.si> (29. september 2015).
- 44 Velikonja, Mitja. 1996. *Masade duha: razpotja sodobnih mitologij*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- 45 Vidmar, Ksenija H. 2004. *Uvod v sociologijo kulture*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- 46 Wikipedia 2015a. *Auguste Comte*. Dostopno prek: [sl.m.wikipedia.org/Auguste Comte](http://sl.m.wikipedia.org/Auguste%20Comte) (15. junij 2015).
- 47 --- 2015b. *Fenotip*. Dostopno preko: sl.m.wikipedia.org/fenotip (15. junij 2015).
- 48 --- 2015c. *Blaise Pascal*. Dostopno prek: mobile.brainyquote.com/quotes/authors/b/blaise_pascal_2.html (25. junij 2015).
- 49 Žerdin, Ali. 2011. Psihopat manipulira, se pretvarja, na odrih hkrati igra različne vloge. *Sobotna priloga* 53 (5–6): 18–20.