

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Nina Ojsteršek

**AMERIŠKA NACIONALNA IDENTITETA
V HOLLYWOODSKEM FILMU**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2007

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Nina Ojsteršek

Mentorica: izr. prof. dr. Karmen Erjavec

**AMERIŠKA NACIONALNA IDENTITETA
V HOLLYWOODSKEM FILMU**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2007

ZAHVALA

Zahvaljujem se svoji mentorici izr. prof. dr. Karmen Erjavec za vodenje, napotke in delo, ki ga je vložila, mami in očetu, ki nista obupala nad mano, prijateljem, predvsem pa sošolkama Tjaši in Betki za prijazne nasvete in spodbudo v času študija.

AMERIŠKA NACIONALNA IDENTITETA V HOLLYWOODSKEM FILMU

Popularna kultura je v sodobnem svetu za posameznika pomemben vir informacij, saj institucije in skupine, kot so cerkev, družina, vas..., ki so v preteklosti pomagale oblikovati identiteto in moralne vrednote, danes izgubljajo družbeno moč. Ena izmed tako oblikovanih identitet je tudi nacionalna identiteta. Reprezentacijo ameriške nacionalne identitete smo preverili na primeru hollywoodskih filmov. Hollywood je središče ameriške in globalne filmske industrije, njihovi filmi so po svetu zelo razširjeni. Diplomsko delo vsebuje ključne teoretske opredelitve potrebne za semiološko oziroma semiotsko analizo izbranih hollywoodskih filmov iz različnih žanrskih oblik. S tem smo pokazali, da sodobna komercialna popularna kultura v svoji sestavi vsebuje znake ameriške nacionalne identitete, ki delujejo v skladu s prevladujočo ideologijo ter skupaj z njo tvorijo pomen, s tem pa zbujejo pri ljudeh pripadnost in lojalnost do lastnega naroda in države.

Ključni pojmi: identiteta, nacionalna identiteta, reprezentacija, semiologija, filmski žanri.

AMERICAN NATIONAL IDENTITY IN HOLLYWOOD MOVIE

Popular culture presents an important source of information in contemporary world, since institutions like churches, families and villages... that had created person's identity and moral values in past, have lost their power. National identity is one of identities created in that way. We researched the representation of American national identity in Hollywood films. Hollywood is a centre of American and global film industry and their films are distributed in most parts of the world. This Diploma work concerns some basic theoretical definitions which are needed for semiological or semiotic analyze of selected Hollywood films of different genres. We will show that the contemporary commercial popular culture contents signs of American national identity, which are in accordance with dominant ideology. They create meaning, appertenance and loyalty to own nation and state.

Key words: identity, national identity, representation, semiology, movie genres.

1.	UVOD	6
2.	TEORETIČNI OKVIR	9
2.1	IDENTITETA	9
2.2	NACIONALNA IDENTITETA	11
2.2.1	Etnija, narod in nacija	11
2.2.2	Nacionalna identiteta	15
2.2.3	Nacionalna zavest	20
2.2.4	Nacionalizem in patriotizem	21
2.3	REPREZENTACIJA	23
2.3.1	TRIJE PRISTOPI K RAZUMEVANJU REPREZENTACIJ	24
2.3.2	RAZISKOVANJE REPREZENTACIJE	25
2.4	SEMIOLOGIJA IN SEMIOTIKA	26
2.5	KODI	33
2.6	IDEOLOGIJA	35
2.7	TEORIJA DISKURZA	38
2.8	OSNOVNI PODATKI O AMERIKI	39
2.9	AMERIŠKA NACIONALNA IDEOLOGIJA IN MITOLOGIJA	40
2.10	ODNOSI V VOJNI-primer analize novic v časopisu Life o II.svetovni vojni ..	46
2.11	ŽANR IN ŽANRSKE OBLIKE	47
3.	ANALIZA FILMOV	51
3.1	Dan pojutrišnjem (The Day After Tomorrow)	51
3.2	Borat	54
3.3	Pearl Harbor	57
3.4	Pleše z volkovi (Dances With Wolfes)	61
3.5	Titanik (Titanic)	64
3.6	Hannibal	66
3.7	Moulin Rouge	69
3.8	Ocean's eleven	70
3.9	Pirati s Karibov (Pirates of the Caribbean)	71
3.10	Krog (The Ring)	72
4.	ZAKLJUČEK	74
5.	LITERATURA	76

PRILOGA:

Število gledalcev v slovenskih kinematografih od leta 1998 do leta 2005

1. UVOD

Večino informacij o svetu danes dobimo predvsem iz množičnih medijev in popularne kulture, zato je zelo pomembno, kako so družbeni pojavi tam reprezentirani. Posameznik naj bi bil v množični družbi vedno bolj prepuščen sam sebi, na razpolago naj bi imel vedno manj institucij in skupin (včasih so bile to vas, družina, cerkev), ki so mu v preteklosti pomagale oblikovati identiteto in moralne vrednote po katerih je živel (glej Strinati 1995: 5-6). Ena izmed tako oblikovanih identitet je nacionalna identiteta. Ta je kompleksen konstrukt, ki je sestavljen iz številnih komponent: etnične, kulturne, teritorialne, ekonomske in legalno-politične. Obravnavati jo moramo kot kolektivni kulturni fenomen (glej Smith 1991: 11-14). V današnjem obdobju je pomembna za posameznika in težko si predstavljamo, da ne bi obstajala. Skoraj večina ljudi se je pripravljena označiti za npr. Slovenca, Finca ali Američana. Nacionalna identiteta predstavlja globoko kulturno vez in ljudem, s tem ko pove, kdo so in od kod prihajajo, daje določen občutek varnosti. Billig (v Branston, Stafford 2003: 130) je raziskoval konstrukcijo nacionalne identitete. Zaradi nacionalnosti se mladi moški in ženske borijo in celo umrejo v vojnah, ki so v interesu vodilne elite predvsem zaradi ekonomskih razlogov. Močna oblika nacionalnosti pa ni samoumevna. Potrebno je preveriti, zakaj ljudje v sodobnem svetu ne pozabijo svoje narodnosti. Nacije to dosežejo z vsakdanjimi, banalnimi praksami - enostavno tistim, kar se pojavlja vsak dan v življenju posameznika (plapolajoča zastava, ki jo vidi posameznik vsak dan viseti z zgradbe, simboli na denarju ipd.). Anderson (1983: 14) pa trdi, da je nacija samo zamišljena skupnost, ki je nastala kot zgodovinski rezultat in družbeni produkt komunikacijskih razmerij med ljudmi in njihove vsakdanje samoumevne rabe medijev. Nacionalna identiteta torej ni stvar, ki bi kar obstajala, ni nekaj samo po sebi umevnega: mora se tvoriti in nekako priti do širše množice.

ZDA (v nadaljevanju omenjena tudi kot Amerika) so mlada imigrantska država, kjer so se naselili ljudje različne etnične, verske in rasne pripadnosti. Po svoji velikosti spada med največje države na svetu. Amerika je svojo identiteto zgradila predvsem na določenih ideoloških načelih, mitih, simbolih, zgodovinskih dejstvih.

Hollywood je središče ameriške in globalne filmske industrije. Za analizo smo kot primer popularne kulture izbrali filme hollywoodske produkcije prav zato, ker so po svetu zelo razširjeni, z vpeljavo novih satelitskih, kabelskih, video in nenazadnje računalniških oziroma internetnih tehnologij pa so se možnosti za njihovo distribucijo še povečale, s tem pa seveda tudi dotok njihovih vsebin. Razlogi za uspeh hollywoodskih filmov so tudi v njihovi dobičkonosni usmerjenosti, v jeziku in razvoju množičnega marketinga in zvezdnitva (glej Putnam v Wasko 2003: 180). V njih je smiselno iskati reprezentacijo ameriške nacionalne identitete, znake, ki pomagajo pri ohranjanju ameriške nacionalne zavesti in nacionalnosti oziroma pripomorejo k pripadnosti zamišljeni skupnosti določene nacije, kakršno si je zamislil Anderson tudi zato, ker so produkti hollywoodskih družb karakterizirani kot tipični ameriški. V interesu vodilne elite je, da se v filmih, katerih moč ne smemo podcenjevati, reprezentira znake in simbole nacionalne identitete, ki so v skladu s prevladujočo ideologijo. Hollywood namreč lobira v ameriškem kongresu in ima direktno podporo pri ameriški vladi (Wasko 2003: 180).

Namen pričujoče naloge je na primerih izbranih hollywoodskih filmov iz različnih žanrov pokazati, da sodobna, komercialna popularna kultura v svoji sestavi vsebuje znake ameriške nacionalne identitete, ki delujejo v skladu s prevladujočo ideologijo in skupaj z njo tvorijo pomen, s tem pa tudi zbujajo pri ljudeh pripadnost in lojalnost do lastnega naroda in države.

Tezi, ki ju bomo v okviru raziskovalnega vprašanja preverjali, sta:

1. V filmih hollywoodske produkcije se pojavljajo znaki ameriške nacionalne identitete, ki so v skladu s prevladujočo ideologijo.
2. Znaki ameriške nacionalne identitete se pojavljajo v različnih žanrskih oblikah, tudi v tistih, kjer ni že sama tematika in vsebina povezana z ameriško državo in ameriškim narodom.

V diplomski nalogi bomo uporabili naslednje metode: interpretacijo in analizo primarnih virov (filmi) in sekundarnih virov (literature s področja teorije kulturologije, komunikologije, sociologije, psihologije, mednarodnih odnosov), ter teoretično-

deskriptivno metodo. Pri preverjanju tez z analizo filmov bomo uporabili kvalitativno metodo, ki ustreza konceptu reprezentacije, semiološko oziroma semiotično metodo. Omenjena metoda nam z analizami znakovnega sistema na ravni denotacije in konotacije pomaga pri razumevanju vsebine, ideologij in mitov, ki se reproducirajo skozi posamezne medijske vsebine. Zamenjala je kvantitativne analize, ki so morda matematično natančnejše, vendar o vsebini reprezentacij ne povedo ničesar. S pomočjo semiotike lahko analiziramo skoraj vse: slike, govor, mimike, oglase, novice, strip, filme, drame, komedije... Vse naštetu namreč predstavlja pomenske sisteme, ki so podobni jeziku. Film je po teoriji semiotike definiran kot znakovni sistem (glej Dyer 1996: 195). V diplomski nalogi ne bomo skušali empirično dokazati, da so znaki nacionalne identitete prisotni v vseh analiziranih filmih. Osredotočili se bomo na znake, ki na ravni konotacije dajejo ideološko sporočilo. Pri tem se zavedamo, da je semiološka analiza preferenčnega pomena filmov le naša subjektivna interpretacija pomena in da bi lahko kdo drug interpretiral filme na drugačen način.

Diplomska naloga bo sestavljena iz poglavij, v katerih bodo opredeljeni ključni teoretični pojmi, ki jih bomo potrebovali za empirični del. Najprej bomo opredelili pojem identitete, iz tega sledi opredelitev nacionalne identitete, pri kateri bomo skušali prikazati koncepte ključnih avtorjev, ki so se ukvarjali s tem družbenim pojavom, zraven pa bomo opredelili še bistvene pojme, ki so potrebni za razumevanje celotnega koncepta: etnija, narod, nacija, nacionalna zavest, nacionalizem, patriotizem. Temu bo sledila teoretična zasnova kvalitativnih metod, ki jih bomo uporabili pri svoji analizi. Opredelili bomo pojem reprezentacije, semiologije in semiotike, ideologije in diskurza. Za lažjo analizo ameriške nacionalne identitete v filmih, pa bomo potrebovali tudi natančnejši opis ameriškega naroda in ameriške nacionalne ideologije in mitologije. Da smo lahko izbrali filme za analizo iz različnih žanrskih oblik, pa smo potrebovali tudi označitev pojma žanr in opis osnovnih žanrskih oblik. Za analizo bomo uporabili deset filmov iz različnih žanrskih oblik. Vanjo bomo vključili filme, ki smo jih lahko gledali v naših kinematografih v Sloveniji in so hollywoodske (ameriške) produkcije. Izbrali pa smo filme, ki so imeli veliko gledanost glede na podatke o številu gledalcev v slovenskih kinematografih od leta 1998 do 2005.

2. TEORETIČNI OKVIR

2.1 IDENTITETA

Da lahko nadaljujemo z diplomskim delom in uspešno izvedemo praktični del naloge, moramo najprej definirati pojem identiteta in pomena identitete pri posamezniku. Opredelili bomo tudi osebno in skupinsko identiteto. Nacionalna identiteta je namreč po definiciji ena izmed skupinskih identitet.

Identiteta sicer ni sodoben pojav, vendar se toliko o njej ni razpravljalo še nikoli. Ni več samo po sebi razumljivo, kaj identiteta pomeni in iz česa je narejena. Diskurzi o identiteti so relativno novi in so značilni za post- ali pozno moderno obdobje.

Najprej pogledjmo pomen samega izraza. Beseda identiteta izhaja iz latinske besede »identitas« in izpostavlja dva osnovna pomena pojma identitete: koncept istosti (npr. to je identično temu) in koncept posebnosti razločevalnosti (distinctiveness). Identiteta je nekaj aktivnega, kar ni preprosto tukaj, vedno mora biti ustvarjena, zasnovana. Je obenem praksa in proces in je lahko razumljena samo kot proces, kot bivanje ali nastajanje. Nikoli ni končana in nikoli dokončna. (glej Ule 2000: 3)

Erik H. Erikson (v Musek, Pečjak 1996: 238) meni, da je na osebni razvoj mogoče gledati skozi optiko razvoja posameznikove identitete oziroma, samopodobe. Samopodoba je sklop predstav, pojmovanj, vrednotenj in prepričanj, ki jih nekdo oblikuje o samem sebi. Z njimi posameznik identificira samega sebe in identificira svoj lastni »jaz« (identiteta, samoidentiteta).

Južnič (1993: 101) najprej omenja osebno identiteto, ki jo razdeli na avtoidentifikacijo (identiteta, ki si jo pripiše posameznik sam) in identifikacijo (identiteta, ki jo posamezniku pripiše družba). Osebna identiteta se nanaša na osebne značilnosti ali individualne karakteristike, ki so specifične in značilne za posameznika. Druga vrsta, ki jo Južnič (1993: 101) omenja, je skupinska identiteta. Posameznik ni sam, ni »prosto lebdeč« in je vselej člen v zapleteni družbeni organizaciji, v mreži raznovrstnih družbenih

odnosov, v sistemu raznovrstnih ustanov. V razviti družbi je večje število, več vrst in vidikov pripadnosti skupini in tako več identitet. Med seboj se lahko prekrivajo, se kopičijo, in slej ko prej se navežejo na osebno identiteto. Skupine imajo tudi od osebne bolj ali manj ločeno identiteto. Razkorak med individualnostjo in skupinskostjo pa je vir mnogih napetosti za posameznika, saj si želi individualnosti, po drugi strani pa si želi pripadati skupnosti, ki individualnost utaplja v skupinskost. Vsak posameznik navadno pripada neki skupini, ki mu daje občutek pripadnosti, vključenosti in varnosti. Taka pripadnost se izraža na različne načine: z življenjskim stilom, navadami, jezikom, kolektivnim spominom, ki utrjuje prepričanje o zgodovinski kontinuiteti skupine... Dosegla naj bi se enakost ali vsaj podobnost med vsemi, ki sodijo v skupnost. Skupinska identiteta ni le ena. Poznamo etnično, narodno, nacionalno, kulturno, religiozno... identiteto (glej Južnič 1993: 140).

Pripadanje določeni skupini ali socialni kategoriji je za posameznika najbolj pomembno. Tisti, ki imajo podobne poglede in skupna ozadja, imajo tudi skupne socialne identitete, tako se socialna identiteta res nanaša na pol podobnosti. Toda občutki pripadnosti določeni skupini so možni le v povezavi s skupinami in kategorijami, katerim posameznik ne pripada. Torej socialna identiteta se nanaša na dejstvo, da posameznik sam sebe percipira kot podobnega drugim z istim ozadjem (mi), toda se nanaša tudi na razlike z člani drugih skupin (oni). Močnejša ko je identifikacija s svojo skupino, večja je razlika z drugimi skupinami (glej Deschamps in Devos 1998: 1). Identiteto torej lahko razumemo tudi kot način, na katerega se posamezniki ali kolektivitete razlikujejo v primerjavi z drugimi posamezniki ali kolektivitetami. Je reflektivna, socialno konstruirana skozi interakcije in institucije (glej Ule 2000: 3). Vse skupnostne identitete so relacijske identitete, katerih smisel in obstoj sta samo v nanosu na drugačne identitete (kristjan v razmerju do pogana, katolik do praslomanca, Zemljan do Marsovca...) (Vogrinc v Anderson 1998: 189).

2.2 NACIONALNA IDENTITETA

S pojmom nacionalne identitete se je ukvarjalo kar nekaj avtorjev, podobna sta mu etnična in narodna identiteta, vendar Južnič (1993: 265-305) omenja razliko med temi pojmi. Potrebno je opredeliti etnijo, narod in nacijo, saj pri nacionalni identiteti ne obstaja vedno le ena nacionalna identiteta v državi in ne konča se vedno z mejami te države. Dostikrat pride tudi do mešanja teh identitet.

2.2.1 Etnija, narod in nacija

V tem poglavju bomo definirali narod in ostale pojme, ki se na to navezujejo. Konsenz o definiciji naroda še ni popolnoma dosežen.

Proces nastajanja narodov se ujema z vznikom prvih kapitalističnih procesov v času fevdalizma. Zaradi razvoja trgovine in denarnega prometa je prišlo do notranjega povezovanja ljudstev. Nastajale so nove skupnosti, ki jih je povezoval jezik, skupna kultura in etnične značilnosti. Rušiti so se začeli ozki lokalni okviri, začeli so nastajati zunanji okviri za širše ekonomsko povezovanje. Vse to je krepilo občutek zavedanja skupnih značilnosti, izvoru in zgodovini določene skupnosti (glej Rizman 1980: 56-62).

Po Rizmanu (1991: 20-21) obstajata dve glavni skupini avtorjev, ki zagovarjata vsaka svoj pristop k raziskovanju narodov. Prva skupina so »primordialisti«, ki narode pojmujejo kot realne in naravne (npr. Connor, Smith, van den Berghe). Druga skupina avtorjev pa so »modernisti« (npr. Breuilly, Anderson, Hobsbawn, Gellner), ki narode označujejo kot namišljene konstrukte. Primordialisti so narode videli kot naravne in prvobitne delitve človeštva, nacionalizem pa kot pojav, ki je povsod prisoten in kot tak univerzalen. Za moderniste je narod nov produkt modernizacijskih procesov. Nacionalizem je postal pomembno gibanje v svetovni zgodovini s francosko revolucijo in od takrat simbolizira ideal suverenosti in kulturne homogenosti. Tako so narodi za moderniste popolnoma moderen fenomen (glej Smith 1999: 4-6).

Pojem naroda-nacije (nation) izhaja iz latinskega preteklega deležnika glagola *naschi* (roditi se) oz. samostalnika *nationem*, ki je pomenil vrsto ali raso. Sodobne nacije oz. narodi se še vedno, največkrat s pomočjo mitov, sklicujejo vsaj na skupni izvor (npr. Nemci, Francozi ali Slovenci), seveda pa se imajo za nacijo tudi Američani, ki se na skupni izvor sploh ne morejo sklicevati. To vsekakor zahteva mnogo bolj reflektirano in kritično uporabo pojma naroda in nacije, kajti ni vseeno ali se pojem uporablja v primeru etnično bolj ali manj homogene nacionalne države (takih je manj kot 10 %), mnogonacionalne države ali naseljske (imigrantske) države (ZDA, Avstralija itd.). Razlikovanje med nacijo (politična kategorija) in narodom (narod kot kulturna skupnost) je pomembno. Vendar je to problematično, saj v slovenščini sicer imamo dva izraza za ta pojma, v nekaterih drugih jezikih pa ne (glej Rizman 1991: 14-15). Prav tako nekateri avtorji med temi pojmi razlikujejo, drugi spet ne. Kot že rečeno, je problem tudi v jeziku. Angleščina npr. nima posebej izraza za narod in nacijo.

Južnič (1993: 265-307) navaja naslednje definicije pojmov etnija, narod in nacija:

Etnija je potencialni narod, je neko splošno stanje v določeni skupini, ki ima oblikovano zavest o pripadnosti in neki obliki skupne kulture. Nima pa ideologije, ne razmišlja še o svoji enkratnosti, zgodovinski avtonomnosti in kontinuiteti.

Narod ima poleg skupne kulture in pripadnosti oblikovano tudi politično in ideološko dimenzijo. Taka družba je tudi strukturirana in razdeljena npr. na sloje ali razrede. Narod se tudi projecira v preteklost, dokazuje svojo zgodovinsko kontinuiteto in išče svoje korenine v čim bolj oddaljeni preteklosti.

Nacija nastane iz naroda, pri katerem se ideja po narodni samobitnosti prevesi v težnjo po lastni državi. Ko narod doseže tudi politično organiziranost, popolno avtonomijo in nedvoumno ločenost od drugih narodov - torej samostojno državo - govorimo o naciji.

Rizman (1991: 18) definira narod (nacijo) kot politično ozaveščeno etnijo oz. etnijo, ki si na tej podlagi lasti pravico do državnosti. Ideologijo, ki postavlja ta zahtevek, označi kot nacionalizem. V kontekstu naroda pa opredeli še pojem nacionalne države, ki je država, sestavljena iz enega samega naroda ali bolje nacije in pojem mnogonacionalne države, ki

jo sestavljata dva ali več narodov. Mnogoetnično državo pa sestavljata dve ali več etnij, ki še ne zahtevajo državnosti.

Max Weber (v Rizman 1991: 18) etnične skupine ni ločil od naroda, temveč je menil, da ju je mogoče spraviti v eno samo definicijo, pod pogojem, da se zavedamo, da občutek etnične solidarnosti sam po sebi še ne naredi naroda (nacije). Zavedati se o etnični solidarnosti se pojavi veliko prej, preden je mogoče govoriti o narodih. Weber govori o etničnih skupinah, kot o potencialnih narodih, ki v etničnem oziru dobro vedo, *kaj niso* in šele potem ko se zavedo, *kaj so*, postanejo narod. Narod je torej samozavestna etnična skupina – medtem ko je etnična skupina kot taka spoznana od *drugih* (od zunaj), pa se narodi spoznajo kot taki *sami*.

Narod (nacija) je po Smithu (1991: 40), v nasprotju z drugimi kolektivnimi kulturnimi identitetami, teritorialno zamejena enota populacije. To je tudi etnija, vendar je pri etniji povezava s teritorijem oziroma ozemljem le zgodovinska in simbolična, v primeru naroda (nacije) pa je fizična in dejanska. Narodi vedno potrebujejo etnične elemente in morajo imeti določeno mero skupne kulture in državljanske ideologije, vrsto skupnih razumevanj, teženj, čustev in idej, ki jih povezujejo. Za zagotavljanje skupne množične kulture skrbijo institucije socializacije, še posebej javni izobraževalni sistem in množični mediji.

Narod mora imeti svojo rodno zemljo, njihovi člani si delijo skupno množično kulturo in skupne zgodovinske mite in spomine. Člani imajo zakonite pravice in dolžnosti pod skupnim zakonskim sistemom in skupno ekonomijo. Ta definicija je sestavljena iz civilnih in etničnih elementov. Nacionalna identiteta in narod (nacija) sta kompleksna konstrukta, ki sta sestavljena iz številnih komponent: etnične, kulturne, teritorialne, ekonomske in legalno-politične (glej Smith 1991: 11-14).

Pri Barkerju (2000: 197) bi lahko istovetili pojma nacija in nacionalna država, kot jo poimenuje on. To je politični koncept, ki se nanaša na administrativne aparate, ki imajo suverenost nad specifičnim ozemljem oziroma na določenem teritoriju v okviru

nacionalnega državnega sistema. Moderna nacionalna država v smislu nacije je relativno nova iznajdba za večino ljudi, ki niso nikoli bili člani države oziroma se z nobeno niso identificirali. Nacija, nacionalnost in nacionalna identiteta kot kolektivne forme organizacij in identifikacije niso naravni fenomeni, ampak slučajne zgodovinsko-kulturne formacije.

Po Alterju (1991: 232) narod razumemo kot družbeno skupino, ki se je na podlagi različno nastalih zgodovinskih, jezikovnih, kulturnih, religioznih ali političnih pogojev začela zavedati svoje nerazdružnosti, enotnosti in posebnih interesov. Ta družbena skupina zahteva pravico do politične samoodločbe ali pa jo je z nacionalno državo že realizirala.

Najbolj znani pripadnik modernistične šole Benedict Anderson (v Kozol 2005: 177) poda naslednjo teorijo o nacionalizmu. On ne razlikuje med pojmi etnija, narod in nacija. Osnova za njegovo definicijo je, da skupnosti ne ustvarja njihova resničnost ali neresničnost, ampak to, kako si jo člani zamišljajo. Narod je zamišljena skupnost zato, ker se člani skupnosti, tudi tiste najmanjše, najbrž ne bodo nikoli poznali, srečali oz. slišali, pa vendar je v glavi vsakega od njih slika njihove povezanosti. Nacije so po Andersonu mišljene kot zgodovinski rezultat in družbeni produkti komunikacijskih razmerij med ljudmi in njihove vsakdanje, samoumevne rabe medijev. Anderson se je sicer opredelil na tiskane medije, zlasti romane. Z napredovanjem tehnologije pa lahko sem uvrstimo katerekoli medije, tudi televizijo in filmsko produkcijo. Anderson je namreč naredil povezavo med študijami nacije in nacionalnosti ter medijskimi študijami. Medijsko posredovane komunikacijske prakse opremljajo posameznike z njihovo družbeno identiteto. Mediji povezujejo ljudi kot avtonomne in kompleksne sestavine v reprodukciji in transformaciji družb. Skupnosti, za katerih člane se ljudje imamo, so vedno rezultati naše imaginacije, načini zamišljanja pa so zgodovinsko spremenljivi (glej Anderson, 1998: 14).

Gellner (1983: 7) je postavil dve definiciji naroda. Prva je, da sta »dva človeka pripadnika istega naroda, če in samo če imata skupno kulturo, kjer kultura pomeni sistem idej, znakov, asociacij ter načinov obnašanja in komunikacije.« (Gellner 1983: 7) Druga

je, da sta »dva človeka pripadnika istega naroda, če in samo če drug drugega priznavata kot pripadnika tega naroda. Z drugimi besedami, človek ustvari narod; narodi so produkti človekovih prepričanj, vdanosti in solidarnosti. Določena kategorija ljudi postane narod, če in ko si člani na podlagi skupnega članstva, priznavajo določene skupne pravice in dolžnosti. Prav njihovo priznavanje drugih kot tovarišev oz. sočlanov, jih spremeni v narod in ne katere druge skupne lastnosti, ki to skupino razlikujejo od nečlanov.« (Gellner 1983: 7) Vsaka od definicij torej izpostavlja element, ki je zelo pomemben pri definiciji razumevanju nacionalizma, in sicer sta to kultura in volja.

Mali narodi se morajo ves čas vračati v svojo preteklost. Če imajo bogato preteklost, je to neizčrpen vir, ki ga je treba gojiti in izkoriščati, saj imajo na razpolago nekaj, kar prebivalstvo, ki ni zgneteno v narod, nima: mite, simbole, vrednote in spomine, katere lahko združijo v skupnost, ki ima svojo zgodovino in usodo. Na drugi strani pa postaja vedno močnejša težnja po enakosti vseh državljanov – pripadnikov narodov. V polietničnih državah, ki ne premorejo skupne prepričljive zgodovine, je morala država »proizvesti zgodovino« ter s svojo lastno dejavnostjo in simboli galvanizirati državljane ter jih pripraviti do kolektivnega žrtvovanja za skupne cilje (glej Smith 1991: 66).

2.2.2 Nacionalna identiteta

V tem poglavju bomo navedli, kako so različni avtorji definirali pojem nacionalne identitete in tudi pomen, ki ga ima za skupnost in posameznika. »V današnjem svetu moški mora imeti nacionalnost, kot mora imeti nos in par ušes. Zdi se »naravno« imeti tako identiteto in v razvitih državah ljudje na splošno ne pozabljajo svoje nacionalne identitete.« (Gellner v Billig 1995: 157)

Billig (v Branston, Stafford 2003: 130) je raziskoval konstrukcijo nacionalne identitete, ki je tako uporabna za tiste, ki imajo moč. Z nacionalnostjo prepričajo mlade moške in ženske, da se borijo in celo umrejo v vojnah z ekonomskim interesom. Takšna moč nacionalnosti in nacionalne identitete ne obstaja sama od sebe. To je doseženo v nacijah z »banalnim nacionalizmom«, to so vsakdanje, banalne prakse, enostavno tisto, kar se

pojavlja vsak dan v življenju posameznika (plapolajoča zastava, ki jo vidi posameznik vsak dan viseti z zgradbe, simboli na denarju itd.).

Smith (1991: vii) o nacionalni identiteti pravi, da ne moremo razumeti nacije in nacionalizma samo v smislu ideologije in oblike politike, ampak jo moramo obravnavati tudi kot kulturni fenomen. Se pravi, da mora biti nacionalizem kot ideologija ali gibanje tesno povezan z nacionalno identiteto, ki je multidimenzionalen koncept, in razširjen tako, da vsebuje specifičen jezik, čustovanje in simboliko. Za analitične namene je nujno, da razlikujemo med ideološkim gibanjem nacionalizma kot politične sile in širšim pojmom nacionalne identitete, kot kolektivnega kulturnega fenomena. Nacionalno identiteto in nacionalizem pa moramo opredeliti tudi v razmerju z etnično identiteto in skupnostjo.

Smith (1991: 11) razlikuje dva modela nacionalne identitete. V zahodnem so narodi (nacije) predstavljeni kot kulturne skupnosti, katerih člani so medsebojno povezani s skupnimi zgodovinskimi spomini, miti, simboli in tradicijami. V Vzhodni Evropi in Aziji pa se je razvil model, ki poudarja rojstvo v določeni skupnosti – tudi, če posameznik emigrira v drugo skupnost, ostane član tiste, v kateri se je rodil. Obema modeloma je skupna ideja, da so narodi teritorialno zamejene enote populacije, da si njegovi člani delijo skupno kulturo, zgodovinske mite in spomine ter da imajo člani naroda v okviru skupnega pravnega sistema pravne pravice in dolžnosti. Prav te značilnosti pa omogočajo, da naredimo seznam značilnosti nacionalne identitete: zgodovinsko pomembno območje (avtohtono območje), skupni miti in zgodovinski spomin, skupna (množična in javna) kultura, skupne pravne pravice in dolžnosti vseh članov in skupno gospodarstvo s teritorialno mobilnostjo članov (glej Smith 1991: 14).

Nacionalna identiteta in narod (nacija) sta po Smithu (1991: 15-17) kompleksna konstrukta. Prav ta multidimenzionalnost nacionalni identiteti daje takšno fleksibilno in vztrajno moč v modernem življenju in politiki. Nacionalna identiteta ima za posameznike in skupnost svoje funkcije. Smith (1991: 15-17) jih razdeli na zunanje in notranje. Zunanje funkcije so: narodi (nacije) definirajo določen družben prostor, v katerem

delujejo in živijo njegovi člani, kar je teritorialni vidik; narodi posedujejo kontrolo in moč nad teritorialnimi viri, kar je ekonomski vidik; politično pa nacionalna identiteta vedno podpre državo in njene organe. Notranje funkcije pa so: socializacija članov kot državljanov, kar se doseže preko javnega množičnega izobraževalnega sistema; narod (nacija) tudi z uporabo simbolov (zastave, denar, himne, spomeniki, obredi, uniforme) zagotavlja družbene vezi med posamezniki in družbenimi razredi; z nacionalno identiteto pa si posamezniki tudi zagotavljajo definiranje in uvrščanje samega sebe v svetu skozi skupno, kolektivno kulturo, ki jim omogoča, da vedo, »kdo so« v sodobnem svetu.

Koncept nacionalne identitete opredelimo tudi kot enakost (*sameness*), ki ponazarja, da so si člani določen skupine enaki oziroma podobni v tistih pogledih, v katerih se razlikujejo od nečlanov izven te skupine. Ti člani se podobno oblačijo, jejo podobne jedi govorijo isti jezik. Drugi koncept je enotnost (*unity*), kar se nanaša na enotnost nacionalnega teritorija oziroma domovine. Tretji koncept pa je avtonomija (*autonomy*), ki omogoča narodu in njegovim članom realizacijo. Vsi trije koncepti oblikujejo diskurz, ki vsebuje ekspresivne ceremoniale in simbole. Ti vključujejo očitne znake narodov – meje, prestolnice, zastave, himne, parade, denar, narodne noše, potne liste itd.; pa tudi manj očitne – pokrajino, heroje, pravljice, arhitekturne sloge, umetnostno zgodovino, načine oblikovanja mest itd. (glej Smith, 1991: 75-77)

Po Barkerju (2000: 197) je nacionalna identiteta zamišljena identifikacija s simboli in diskurzi, ki jih ponuja nacionalna država. Nacije niso le politična formacija, ampak tudi sistem kulturne reprezentacije skozi katero se nacionalna identiteta ves čas tvori kot diskurzivna akcija. Nacionalna država kot politični aparat in simbolna forma ima začasno dimenzijo, saj se politična struktura prenaša in spreminja. Simbolična in diskurzivna dimenzija nacionalne identitete pripoveduje in ustvarja idejo originalnosti, trajanja in tradicije. Seveda nacionalna kulturna identiteta, kot jo imenuje Barker, ni izenačena z mejami nacionalne države. In malo držav ima etnično homogeno populacijo. Smith (v Barker 2000: 198) je razlikoval med civilno političnim in etničnim konceptom države, naštel pa je več kot šestdeset držav, ki so sestavljene iz več kot ene nacionalne ali etnične kulture.

Ljudje skoraj samoumevno razmišljajo v kategorijah in v taki presoji razporejajo stvari, ljudi, pojave, doživetja. Človek zelo rad dadično razporeja, kar služi v identifikacijske namene. Npr. lepo – grdo, dobro – zlo, velik – majhen... Drugi so v tem primeru vedno stereotipizirani. Te stereotipe širijo ideološki aparati in so ponavadi zelo obstojni. Stereotipi so pogosto vezani na doživljanje tujosti. To je tisto, kar ni domače, kar je neznano, nespoznavno, nerazumljivo. Vedno se vrinja neka nelagodnost. (glej Južnič 1993: 169)

Friderich Barth (v Giddens 1991: 366) pravi, da so čustva skupinske identitete v vseh krajih in časih izključevalna. Kako skupnost razume samo sebe je namreč odvisno od značilnosti, ki jih pripisuje drugim, nečlanom (*outsiders*). V mnogih kulturah je beseda, ki označuje člana skupnosti, enaka besedi, ki se uporablja za »človeka«, nečlane pa dostikrat pojmujejo z »barbarom«.

Rizman (2000: 180 – 181) pa nacionalno identiteto razčleni na tri relevantne vsebine. Prva se nanaša na ustavo in ustavna načela, ki opredeljujejo individualno politično skupnost. Druga se nanaša na kolektivno predstavo, ki jo ima politična skupnost o sami sebi. Ta vsebina se navezuje na t.i. »zamišljeno skupnost«, ki povezuje ljudi, ki se med seboj ne poznajo, pa vendar govorijo skupen jezik, plačujejo davke in so pripravljeni zanjo žrtvovati tudi svoje življenje. Za povezovanje preteklosti, sedanjosti in prihodnosti si skupnosti pomagajo z miti. Tretja sestavina nacionalne identitete pa povzema posameznikov odnos do skupnosti. V tem smislu jo opredeli kot razmerje oziroma obliko osebne identifikacije s simboli kolektivne identitete (ti simboli so npr. državna himna, zastava, prazniki, spomeniki, nacionalni heroji itd.). Omenjeni simboli so taki, da se z njimi lahko identificirajo prav vsi pripadniki neke družbe.

Vsaka nacionalno kulturo sprejema in ustvarja več različnih socialnih skupin, tako jo vlada, etnične skupine in razredi dojemajo na različne načine. Vprašanje je, na kateri ravni naj bi bila nacionalna kultura identificirana in katere vrednote znotraj teh skupin so avtentične. (glej Tomlinson v Barker 2000: 198)

Bhabha (v Barker 2000: 198) pravi, da je reprezentacija nacionalne kulture posnetek simbolov in praks, ki so v ospredju v specifičnih zgodovinskih konjunkturah za posebne namene različnih skupin ljudi. Nacionalna identiteta je v bistvu način združevanja kulturnih razlik. To združevanje je ustvarjeno skozi zgodbe o naciji, te zgodbe, podobe, simboli in rituali reprezentirajo skupne pomene nacionalnosti. Nacionalna identiteta je identifikacija z reprezentacijo skupnih izkušenj in zgodovine skozi zgodbe, literaturo, popularno kulturo in medije.

Po Južnič (1993: 230-240) se identiteta oziroma privrženost določeni skupnosti ohranja s simboli, miti in legendami, z rituali in ceremonijami. »Identiteta je vsekakor zvestoba, zavezanost, solidarnost in je lojalnost. Tu so zagotovila njenega obnavljanja in ohranjanja.« (Južnič 1993: 230)

Ritual so eden izmed načinov za ohranjanje identitete. To dosega z različnimi efekti, še posebej pomembni pa so tisti, ki vzbujajo emocije, poudarjajo sociabilnost, krepijo vzajemnost. Vzbujajo emocijo časti in ponosa pripadanja določeni skupini. Lahko uporabljajo vizualne efekte, zvočne efekte (npr. »pleh muzika«), vzklikanje gesel, marširanje. Zelo pomemben ritual so razni množični shodi. Tudi parade moči so značilne za vsako politično organizirano skupnost, zlasti tiste moči, ki je pridobljena v vojaških zmagah. Identiteto lahko signalizirajo tudi posamezniki: s poseganji v telo (tetoviranje ali kak drug poseg, z obleko in oblačenjem, z barvami, z izobešanjem simbolov pripadanja). (glej Južnič 1993: 230-240)

Drugi so **nacionalni simboli**. To so predstavljanje kakega dejstva, pojava in tudi identitete z »nečim drugim« s pomočjo analogije, metafore, alegorije. Simboli sežemajo občutke skupnosti in vzajemnosti ter na viden in impresiven način poudarjajo pomembnost vsake družbeno uveljavljene in kulturno normirane stvarnosti. Vsaka organizacija uveljavlja občutke pripadnosti preko simbolov (glej Južnič 1993: 230-240). Nacionalne identitete v razvitih državah se pomnijo zato, ker so vtisnjene v življenjske rutine, ki nenehno opominjajo na nacionalnost oziroma »mahajo« z njo. Vendar pa so ta sredstva za opominjanje nacionalnosti včasih tako očitna, da jih državljani spregledajo.

Npr. zastava, ki ves čas visi nekje in jo vsak dan vidimo, postane tako očitna, da jo zlahka spregledamo (glej Billig 1995: 158). Simboli za ohranjanje identitete so lahko petje, izrekanje posebnih formul privrženosti, oblačenje, striženje las, grbi, zastave, himne. Poleg mrtvih simbolov pa simbolika temelji tudi na živih osebah, ki imajo za določeno skupnost poseben pomen. Pomembno vlogo pri ohranjanju ameriške podobe imajo tako državne institucije na najvišjih ravneh, kot tudi celoten sistem izobraževanja, verske ustanove, vojska, propaganda oziroma tako lingvistične kot nelingvistične prakse (npr. plapolanje ameriške zastave, inavguracija predsednika, himne, spomeniki, uniforme, parade...) (glej Velikonja 1996: 26-27).

Simboli so še posebej učinkoviti, če jih podpirajo **miti**, ki proklamirajo »velike resnice«. K simboliziranju spadajo tudi spomeniki oziroma povsem razvidne, pompozne, razkošne javne zgradbe in simboli vladarske moči z njihovimi kipi (glej Južnič 1993: 230-240). Miti, ki utrjujejo predstave o dolgem neprekinjenem obstoju določenega naroda, vzpostavljajo tudi meje do drugih skupin in ohranjajo pripadnost. Pri nacionalni identiteti je značilno ustvarjanje mitov o izvoru in občutku zgodovinske kontinuitete (glej Smith 1991: 11).

Mitske zgodbe so neka vrsta osnovne družbene in kulturne zapovedi, kolektivne samorazlage izvora in narave osnovnih pojavov in stvari v družbi, kulturi in človekovemu življenju, kot so: nastanek sveta, poreklo skupnosti, narava in smisel življenja in smrti, /.../. Ta samopredstava ne obstaja vzporedno z družbeno realnostjo, ampak je del vsake družbene konstrukcije. Je sredstvo za razumevanje in razlago sveta. V njej se živi. (Velikonja 1996: 12, 26)

2.2.3 Nacionalna zavest

Pri pojmu nacionalne identitete je potrebno opredeliti še nacionalno zavest. To je občutek pripadnosti politični in družbeni skupnosti, ki predstavlja – ali bi hotela predstavljati – narod, organiziran kot državo, je temeljnega pomena za kulturni in politični narod. V razvoju nacionalne zavesti in pri definiranju nacionalne identitete družbene skupine

spodbujajo skupne znake – jezik, kulturo, religijo, politične cilje in zgodovino, v ozadje pa potiskajo tiste momente, ki bi utegnili spodkopati njihovo združitev. Poleg tega pa poskušajo družbene skupine definirati svojo nacionalno identiteto in nacionalno zavest na negativen način, to je s primerjanjem ali razlikovanjem od svojih sosedov. Srečanja s »tujim« - z drugačnim jezikom, religijo, običaji in političnimi sistemi, povzročajo, da se začnejo ljudje bolj zavedati skupnih vezi, vrednot in vsega tistega, kar omogoča lažje sporazumevanje s svojimi ljudmi kot pa s tujci. (glej Alter 1991: 234)

Nacionalna zavest se oblikuje skozi daljša zgodovinska obdobja. V identifikaciji z državo zapovedovanje ni vselej učinkovito. Nacionalna zavest je posebno čvrsta in nedvoumna, če je proces tekel sukcesivno in v stopnjevanju od etnične prek narodne zavesti k jasnemu pripadanju državi, ki je nacionalna. V tej pa je veliko več osebnega opredeljevanja kot avtomatizma kot pri etnični in narodni zavesti. To pa je še posebej v mnogonarodnih in mnogoetničnih državah. Nacionalna zavest torej v polni meri zaživi šele, ko je konkluzivna v smislu **nacionalne lojalnosti**. (glej Južnič 1993: 164)

Lojalnost je način, kako se pripadnost kaki skupnosti ali kolektiviteti pripoznava. Z lojalnostjo se namreč utrjuje in potrjuje. Skozi njo se praviloma pletejo čustvene vezi. Lojalnost kot na občutek vezanosti na skupnost lahko razdelimo na negativno in pozitivno recipročnost (glej Južnič 1993: 164). V drugi skrajnosti pa lahko ta lojalnost preide v nacionalizem, kar je lahko samo ponos, ki zadeva nacionalno pripadnost, sta pa v stopnjevanju lahko tudi prepričanje o večvrednosti lastne nacije in celo zoperstavljanje koristim kakega drugega naroda oz. nacije (glej Južnič 1993: 309). Eden izmed vidikov nacionalne lojalnosti pa je tudi patriotizem. Razliko med tema pojmomoma bomo skušali opredeliti v nadaljevanju.

2.2.4 Nacionalizem in patriotizem

Problematiko, ki smo jo prej omenili pri nerazumevanju pojma naroda, se prenaša tudi na pojem nacionalizma. Namesto, da bi ga pri njegovi identifikaciji postavljali v zvezo z narodom, ga največkrat predstavljajo kot politično izražanje lojalnosti do države. Tudi

tukaj še ni popolnega konsenza, vendar je ena bolj pravih ocen nacionalizma, kot pojava prevlade državne lojalnosti nad etnično (narodno) lojalnostjo. (glej Rizman 1991: 17)

Nacionalizem smo prej že omenili kot nacionalno pripadnost, ki lahko pri stopnjevanju privede do občutka večvrednosti lastne nacije ali celo do zoperstavljanja koristim druge nacije. Prihaja torej do izključevanja ter predpostavljajanja večvrednosti določene rase ali kulture. Nacionalizem lahko v pripovedi ustvari določen privilegiran pogled na določen narod (na ljudi). Sicer to ne pomeni, da je nacionalizem oblika spreobrnjene zavesti. Nacionalizem je tako globoko vplival na sodobne načine razmišljanja, da ga je prav zato težko proučevati. (glej Kozol 2005: 177)

Kot že prej omenjeno, je nacionalizem po Smithu (1991: 74) ideološko gibanje za doseganje in vzdrževanje avtonomije, enotnosti in identitete naroda. Vsekakor pa obstaja razlikovanje med nacionalizmom in patriotizmom, ki pa jo je včasih težko definirati. »Naš nacionalizem ni predstavljen kot nacionalizem, ki je nevarno iracionalen, presežen in tuj. Zanj najdejo novo oznako, novo identiteto. Naš nacionalizem nastopi kot patriotizem – koristna, nujna in pogosto ameriška moč.« (Billig 1995: 176)

Po Connorju (v Billig 1995: 177) je nacionalizem iracionalna, primordialna sila, »čustvena zavezanost določenim ljudem.« Nacionalizem temelji na občutku za nacionalno etnično enotnost, zato po njegovem nacionalne pripadnosti priseljenih narodov, kot so v Avstraliji, ZDA in Kanadi, ne bi smeli opisovati kot »nacionalistične«. Imenovati bi jih morali patriotske. Patriotizem ne zmora enake ravni čustvene predanosti kot nacionalizem.

Morris Janowitz (v Billig 1995: 177) definira patriotizem kot »vztrajanje v ljubezni in navezanosti na državo«. To ljubezen razlikuje od ksenofobije ali sovraštva do drugih. Kosterman in Feshbach (v Billig 1995: 178-179) sta našla empirične dokaze, da patriotsko vedenje do lastne države ni povezano z negativnim vedenjem do tujih držav. Vzorcju ameriških državljanov sta razdelila vprašalnike in jih prosila za njihova stališča o

Ameriki. Patriotska lestvica je zajemala teme, kot so »ljubim svojo deželo« ali »kadar vidim plapolati ameriško zastavo, se počutim odlično«. Nacionalistična lestvica pa je primerjala Ameriko z drugimi državami npr. »na splošno velja, da bolj ko Amerika vpliva na druge države, bolj jim je«. Sicer so bili dosežki na patriotski lestvici višji, vendar sta lestvici med sabo vseeno korelirali. Kljub temu pa trdita, da njuni rezultati podpirajo ostro razlikovanje med nacionalizmom in patriotizmom. Nacionalizem spodbuja bojevita dejanja, patriotizem pa je zdrav, nujen za dobrobit nacije. To razlikovanje pa je po besedah Jean Bethke Elshtaina (v Billig 1995: 179-180) preveč poenostavljeno. V prejšnjem stoletju so milijoni mladeničev šli v vojno, motiv pa ni bilo sovraštvo do nasprotnika, ampak želja po žrtvovanju. Pripravljenost umreti v imenu domovine je pred motivom po ubijanju. Ta želja po žrtvovanju je sestavljena pretežno iz elementov iz patriotske lestvice: ljubezen do zastave, veliki ponos na deželo, ki je »naša Amerika«, pomen, ki ga ima »zame služiti moji domovini« itd. Taka čustvovanja so v Ameriki zelo razširjena. Domnevno pa naj bi ta skupna čustva poskrbela za enotnost nacije, če bi se zdelo, da neka druga država ogroža ponos, politiko in ekonomijo »naše« velike Amerike.

Habermas (v Hug in drugi 2001: 57) omenja Ameriko in Švico kot dve multikulturni družbi, ki sta obe dosegli neke vrste »ustavni patriotizem«. Politična kultura mora služiti kot skupni imenovalec za ustavni patriotizem, zavedati pa se mora različnosti in integritete, ki se pojavlja v takšni multikulturni družbi.

2.3 REPREZENTACIJA

Najbolj osnoven pomen reprezentacije je, da je to način ustvarjanja pomenov skozi znake, podobe in jezik, ki se nanašajo na vrsto družbenih dogovorov in nastajajo v skladu z njihovimi ustvarjalci in občinstvom (glej Hall 1997: 21). Ti pomeni se izmenjujejo med pripadniki in pripadnicami določene kulture in se nenehno producirajo in izmenjujejo v vsaki družbeni interakciji. Pripadniki uporabljajo jezik za produkcijo pomenov. Pomene pa producirajo tudi različni mediji. Prav mediji so tisti, ki imajo zaradi tehnologije in globalnega značaja pri produkciji pomenov velik vpliv (glej Hall 1997: 61).

Produkcija pomena v kulturi temelji na dveh med sabo povezanih sistemih reprezentacije. Prvi sistem so mentalne reprezentacije, ki oblikujejo konceptualne zemljevide, prek katerih interpretiramo svet, ki nas obdaja. Interpretiramo lahko materialni svet, ki ga zaznavamo kot fizične objekte in tudi abstraktni, ki ga ponazarjajo pojmi: ljubezen, smrt in jih kot fizične objekte ni moč zaznati. Pojme in objekte pa razločujemo tako, da jih organiziramo po principu podobnosti in drugačnosti (npr. življenje/smrt, toplo/hladno). To pa je mogoče, ker so naši miselni koncepti organizirani v različne klasifikacijske sisteme. Sporazumevanje v določeni kulturi omogočajo skupni konceptualni zemljevidi, zaradi katerih stvari interpretiramo na podoben način, kar omogoča komunikacijo med pripadniki posamezne kulture.

Drugi sistem reprezentacij je odvisen od konstruiranja množice povezav med našimi konceptualnimi mapami in množico znakov, organiziranih v različne jezike, ki predstavljajo te koncepte. Skupni konceptualni zemljevidi morajo biti prevedeni v skupen jezik, da lahko naše ideje in koncepte povezujemo s pisavo, govorom in vizualnimi podobami. Razmerje med »stvarmi«, koncepti in znaki leži v osrčju produciranja pomenov – v jeziku. Proces, ki združuje in povezuje te tri elemente, imenujemo reprezentacije (Hall, 1997: 19).

2.3.1 TRIJE PRISTOPI K RAZUMEVANJU REPREZENTACIJ

Hall (1997: 24-25) navaja reflektivni, intencionalni in konstruktivistični pristop. *Refleksivni* pristop razume jezik kot zrcalo pomena, ki ustreza stvarjem v materialnem svetu. Po tej teoriji jezik reflektira oziroma preslikava že predobstoječo in fiksirano resnico o svetu, ki nas obdaja. Domet reflektivnega pristopa je omejen, saj pojasni le ikonične znake, ki do določene mere posnemajo obliko in strukturo stvari v materialnem svetu (npr. fotografije), obstajajo pa tudi pojmi stvari, besede, ki z materialno podobo stvari nimajo neposredne zveze. Na primer kombinacija znakov (a,v,t,o,m,o,b,i,l), ki tvorijo besedo »avtomobil«, nima neposredne zveze z materialnim objektom avtomobilom. Zato je med temi tremi nivoji vzpostavljen kod, ki tej kombinaciji daje vsem znan pomen. Avtomobil bi lahko označili tudi z znaki k,i,t,a,r,a, če bi med tem

zaporedjem znakov, predmetom in našim konceptualnim zemljevidom obstajala povezava, ki bi reprezentirala predmet, s katerim se lahko vozimo (Kuhar 2003:11).

Drugi pristop imenujemo *intencionalni* in predvideva, da govorec oziroma avtor preko jezika svetu vsili svoj pomen. Besede pomenijo to, kar avtor meni, da bi morale pomeniti. Tovrstno enostransko pojmovanje je pomanjkljivo. Posameznik namreč ne more biti edini vir produkcije pomena v jeziku, saj bi to pomenilo, da se vsak posameznik lahko izraža v svojem (izmišljenem) jeziku. To je sicer teoretično možno, vendar med posamezniki ne omogoča komunikacije in sporazumevanja. Za komunikacijo so pomembne skupne lingvistične konvencije in kodi (Hall 1997: 25).

Zadnji pristop k razumevanju reprezentacije je *konstruktivistični*. Ta se je oblikoval predvsem z delom francoskih postrukturalistov kot so Michel Foucault, Jacques Lacan, Jacques Derrida in drugi. Te se stekajo v trditve, da je družba v resnici sestavljena iz množice diskurzov, ki posameznike šele konstruirajo (glej Stankovič 2005: 347). V prvi vrsti priznava javno in družbeno naravo jezika. Stvari same po sebi ne pomenijo, pomen konstruiramo mi z uporabo reprezentacijskih sistemov – koncepti in znaki. Ne smemo namreč zamenjevati materialnega sveta, v katerem stvari in ljudje obstajajo ter simbolnih praks in procesov, preko katerih operirajo reprezentacija, pomeni in jezik. Reprezentacija je praksa, ki uporablja materialne objekte, pomen pa ni apriori določen, temveč skonstruiran (glej Hall 1997: 25-26). Reprezentacija je razumljena kot bistvena pri konstruiranju objektov. Kultura je bistveno konstitutivni proces (glej Kuhar 2003: 12). Družba torej ni neko objektivno dejstvo (pa naj gre za objektivne, samozadostne posameznike ali objektivne družbene strukture), temveč kompleksna tekstura, ki jo na različnih ravneh producirajo različni diskurzi (glej Stankovič 2005: 348).

2.3.2 RAZISKOVANJE REPREZENTACIJE

Reprezentacije imajo po Stankoviču (2005: 349-352) več momentov, na katere naj bi bil pozoren raziskovalec. Prvi moment so **stereotipi**, ki najbolj nazorno ilustrirajo podmeno, da naturalizirajo privilegije določenih družbenih skupin in marginalnost drugih. Stereotipi

so po Dyerju (v Stankovič 2005: 349) - kot nekaj enostavnih, jasnih, splošno priznanih, zabavnih, lahko zapomljivih in razumljivih potez, ki so pripisane posameznikom – tudi neka vrsta tipov, vendar s posebnostjo, da reducirajo vso kompleksnost posameznikov (ali družbene skupine) na teh nekaj poenostavljenih in pretiranih potez oziroma še več, da takšne reducirane podobe tudi fiksirajo kot nekaj povsem naravnega in nespremenljivega. Stereotipi se največkrat pojavljajo tam, kjer obstajajo velike neenakosti v razmerjih moči med različnimi skupinami. Raziskovalce v tem kontekstu zanima, kako so različni segmenti družbene resničnosti (še posebej identitete) reprezentirani na stereotipen način v popularnih tekstih in kako jih je mogoče razgraditi.

Naslednji moment je **polisemičnost**. Za raziskovalca je pomembna tudi tista točka reprezentacije, ko je nekaj v celotni reprezentaciji skrito, oziroma ni prikazano. Vsaka reprezentacija ponuja več različnih interpretacij, ne glede na željo producentov, da ne bi bilo tako. Res je, da s tem, ko reprezentacije kažejo svet na zelo specifičen (hegemonski način), podpirajo obstoječo družbeno hierarhijo, vendar njihov pomen ni povsem enoznačen. Naloga raziskovalca pa je, da je poleg na hegemonske konotacije, pozoren tudi na tiste, ki se od teh odmikajo.

Zadnja stvar, ki pa je za raziskovalca tudi pomembna, pa so eksplicitno politično artikulirane, **proti-hegemonske** reprezentacije. Večino reprezentacij je sicer hegemonskih, pojavljajo pa se tudi takšne, ki predstavljajo in ponujajo precej domišljene alternativne zgodbe, podobe in interpretacije.

2.4 SEMIOLOGIJA IN SEMIOTIKA

Centralno smer kulturoloških študij lahko razumemo kot študijo kulture v smislu znakovnih praks reprezentacije. Reprezentacije so proces, ki združuje in povezuje stvari, koncepte in znake. Jezik ni le nevtralni medij za posredovanje pomenov, ampak konstruira pomene. Jezik daje smisel materialnim stvarim in socialnim praksam, ki jih spoznamo prav zaradi jezika. Da bi razumeli kulturo moramo raziskati, kako so pomeni ustvarjeni simbolno v jeziku kot znakovnem sistemu. S tem se ukvarja semiotični oz.

semiološki pristop, katerega začetnika sta C.S. Peirce in lingvist Ferdinand de Saussure v začetku 20.stoletja. Semiotična analiza je ena izmed načinov analiz teksta in je v bistvu analiza znakov. Tekst ne pomeni samo pisane besede, ampak vse znakovne načine. Podobe, zvoki, objekti in prakse so sistemi znakov, ki označujejo z istim mehanizmom kot jezik, zato jim prav tako lahko rečemo kulturni tekst (glej Barker 2000:11). Vsi modeli pomenov imajo približno podobno obliko. Zajemajo tri elemente, ki morajo biti zajeti v vsako proučevanje pomena. To so znak, nanašavec in uporabniki znaka (glej Fiske 1990: 54).

Peirce velja za ustanovitelja ameriške tradicije semiotike. V modelu Peirca gre za trikotni odnos med znakom, uporabnikom in zunanjo stvarnostjo. »Znak je nekaj, kar v določenem pogledu ali položaju pomeni nekaj za nekoga. Obrača se na nekoga, kar pomeni, da v mislih tega človeka ustvari enakovreden znak ali morda bolj razvit znak. Znak, ki ga ustvari, imenujem interpretant prvega znaka. Znak pomeni nekaj, njegov predmet.« (Zeman v Fiske 1990: 55)

Po Peircu (Fiske 1982: 50-55) lahko znake razdelimo na tri dele: ikone, indekse in simbole. **Ikone** so znaki, ki imajo neko podobnost z objektom. Ikonične so npr. fotografije, ki upodabljajo podobo določene stvari, vendar se hkrati zavedamo, da fotografija še ni stvar sama. Druga kategorija znakov so **indeksi**, ki imajo direktno zvezo s tistim, kar reprezentirajo. Na primer dim je indeks za ogenj. Zadnji je **simbol**. Jezik je najbolj očiten simbolični znak, saj je njegova povezava s tistim, kar predstavlja arbitrarna. Pomeni znakov so fiksirani preko koda.

Lingvist **Ferdinand de Saussure** je pomembno prispeval ne le k razumevanju znaka, temveč celotnega komunikacijskega sistema. Pri tem je poudarjal rabo jezika kot temeljnega sistema, ki ga ljudje uporabljajo za medsebojno sporazumevanje (glej Hall 1997: 30-31). Po Saussuru je »jezik sistem znakov, ki izražajo ideje, zato ga je mogoče primerjati s pisavo, z abecedo gluhonemih, s simboličnimi obredi, z oblikami vljudnosti, vojaškimi signali itn. Med vsem pa je sistem jezik najpomembnejši« (Saussure v Guiraud

2004: 28) Lahko bi rekli, da je tudi nacionalizem specifični sistem znakov, je specifičen jezikovni kod družbe (Pušnik 2004: 18).

Semiologija proučuje relevantnost (jezikovnega) znaka za celotno družbeno strukturo. Poglavitni predmet proučevanja semiologije je torej analiza znaka. Saussure (v Fiske 1990: 57) znak razdeli na *označevalec* in *označenec*. Označevalec predstavlja fizično podobo stvari (besedo, sliko, fotografijo), označenec pa predstavlja mentalni koncept oziroma idejo, ki jo omenjena fizična podoba prikliče. Označevalec je podoba znaka, kot jo zaznavamo – znamenja na papirju ali zvok v zraku; označenec pa je miselna predstava, na katero se nanaša. Ta miselna predstava je na splošno skupna vsem članom iste kulture, ki govorijo isti jezik. Po Saussurju je pomen, ki povezuje označevalec in označenec arbitraren, stvar konvencije. Zveza med označevalcem in označencem je torej stvar konvencije in znak lahko pomeni karkoli se dogovorimo, da bo pomenil (Berger v Moriarty, 1995). Če je tudi nacionalizem eden izmed sistemov znakov potem tudi velja, da se morajo vsi člani določene skupnosti, ki komunicirajo v nacionalnem jeziku in igrajo to »nacionalno igro«, naučiti njegova pravila in se jih držati, če se želijo obnašati in govoriti tako, da jih drugi razumejo. Se pravi morajo si deliti sistem tega jezika – npr. kdo so njihovi skupni predniki, katera je njihova narodna himna, ob katerih praznikih morajo obesiti zastavo, kdo so njihovi nacionalni heroji – če hočejo, da ima njihova individualna raba tega nacionalnega jezika, smisel (glej Pušnik 2004: 18).

Označenec in označevalec sta lahko med sabo povezana ikonsko ali arbitrarno. Tukaj prideta v upoštevanje tudi izraza motivacija in omejevanje. Ta dva izraza opisujeta stopnjo do kod označenec določi označevalca. Visoko motiviran znak je zelo ikonski. Arbitraren znak ni motiviran. V ikonskem odnosu je označevalec videti ali zveni kot označenec (glej Fiske 1990: 60-66). Arbitrarnost znaka pa pomeni, da med označevalcem in označencem ne obstaja neka naravna, vnaprej določena povezava. Katerikoli označevalec bi lahko označeval kateregakoli označenca (glej Hall 1997: 31). Rdečo barvo lahko označuje katerokoli zaporedje črk. Dokaz za to so razlike med jeziki. V slovenščini rdečo barvo zaznamujejo beseda »rdeče«, v italijanščini »rosso«, v angleščini »red«. Označence naredijo ljudje, določi jih kultura. Tudi med označevalcem Slovenec in njegovim

konceptom ni nobene povezave. Torej je znak arbitraren. Saussure pa upošteva pri analizi znakov tudi odnos med znakom in drugimi znaki v istem sistemu, kar bi domnevno ta znak lahko bil, pa ni. Beseda rdeče tako dobi pomen šele v relaciji do zelene, rumene, modre, v smislu, da rdeča ni ne zelena, ne rumena in ne modra. Iz tega Saussure izpelje, da noben termin nima pomena v izolaciji, temveč šele v kontekstu jezika kot celote. Znak je relativen in njegova identiteta je odvisna v povezavi z drugimi znaki (glej Fiske 1990: 58). Tako je tudi slovenska identiteta grajena na podlagi razlikovanja med Slovenci in člani drugih nacionalnih skupnosti – npr. Avstrijci, Nemci, Italijani, Madžari itd. (Pušnik 2004: 19). V poglavju o identiteti smo že navedli Uletovo in druge avtorje, ki opisujejo odvisnost identitete od drugih.

Tretji element v Saussurovem modelu pa je zunanja stvarnost ali pomen. Signifikacija pa je odnos označenca do stvarnosti, kateri pa Saussure ne posveča toliko pozornosti.

De Saussurova semiološka teorija nas pripelje samo do določenega razumevanja delovanja znakov. De Saussura je najprej zanimal jezikovni sistem, potem šele kako se ta sistem povezuje s stvarnostjo, kako se nanaša na bralca in njegov družbeni-kulturni položaj, pa skoraj ni proučeval.

De Saussurov privrženec **Roland Barthes** je bil prvi, ki je vzpostavil sistematični model, ki vsebuje tudi te pomembne elemente, izoblikoval je nov pristop, imenovan semiotika. Njegova temeljna ideja je, da različni kulturni objekti, kakor besede v jeziku, delujejo kot označevalci v produkciji pomena. Analiziral je različne pojave popularne kulture, kot so vrestling, obraz Grete Garbo, soap opere, striptis, tako, da jih je obravnaval kot znake, skozi katere se producirajo različni pomeni (glej Hall 1997: 36). Te kulturni artefakti in prakse pomagajo ljudem, da producirajo pomene, ki strukturirajo njihov vsakdan, lahko pa so analizirani kot jezik ali kot sodobni miti (glej Pušnik 2004: 21). V semiotskem pristopu lahko torej poleg besed operirajo kot označevalci tudi predmeti. Lep primer so obleke, katerih primarna funkcija je zaščita telesa pred vremenskimi vplivi, lahko pa jih interpretiramo tudi kot znake, ki sporočajo določene pomene.

V svoji teoriji je Barthes vpeljal idejo o dveh ravneh **signifikacije** (glej Fiske 1990: 95). Prvi nivo significacije imenuje **denotacija**, ki jo sestavljata označevalec in označenec, ki tvorita znak in njun odnos do stvarnosti. Znak tvorjen na denotativni ravni, se v konotativni ravni pretvori v označevalca, ki označuje novega označenca in z njim tvori nov znak. Primer je lahko beseda »jeans«. Ta na ravni denotacije pomeni označevalec, ki označuje določeno vrsto blaga (označenec), na ravni konotacije pa tvorjeni znak predstavlja označevalca, ki širše kulturno konotira sproščenost, modernost (glej Hall 1997: 38). Na drugi ravni significacije Barthes opisuje tri načine, kako znaki delujejo: konotacijo, mit in simbol. Denotacija pri fotografiji je mehanična reprodukcija na filmu ali predmet h kateremu je fotoaparatusmerjen.

Konotacija pa je človeški del procesa. Je izbor tega, kaj vključiti v okvir, izbor ostrine, odprtosti zaslonke, kota kamere, kakovosti filma itd. Npr. lahko imamo fotografijo ulice, ki označi to določeno ulico. To je jasen in očiten pomen znaka. Toda to isto ulico je mogoče posneti na različne načine: barvna fotografija, mehka ostritev, črno-beli film. Ulica lahko deluje toplo in prijazno, lahko pa hladno in nečloveško (glej Fiske 1990: 96). Na nivoju denotacije film še ne funkcioniira kot jezik, ampak gre le za ikonične znake. Konotacija ni nekaj, kar posameznik neodvisno od okolja naredi iz pomena znaka, ampak je odvisna od več dejavnikov, kot so spol, starost ter kulturna in družbena pripadnost. Se pravi gre za odnos, do katerega pride, ko se znak sreča z občutji uporabnikov in vrednotami njihove kulture. Konotacija v filmu je kot struktura, ker se nanaša na kontekst, ki je rezultat odnosov med denotativnimi označevalci (glej Stojanović 1984: 40-42).

Primer denotacije in konotacije v filmu *Pretty woman* sta navedla Branston in Stafford (2003: 15). Beseda rdeče denotira en del barvnega spektra. Lahko pa se uporablja za opis krvi, ognja, sončnega zahoda. To morda pojasni, zakaj v nekaterih kulturah rdeča barva in beseda konotirata pogum, strast in nevarnost. V filmu *Pretty woman* (US 1990) se v eni izmed scen pojavi Vivien (Julia Roberts) oblečena v rdeče (za prizori, kjer nosi mnogobarvne prostitucijske obleke in še pred bolj formalno črno obleko). Na tem mestu bi lahko interpretirali, da ta znak significira povečano samozavest in strast v razmerju z

Edwardom (Richard Gere). Rdeča barva to ponazarja s svojo asociacijo s strastjo in tudi z razmerjem do njenih drugih oblačil v tem filmu. Zaradi kulture gledalcev filma je malo možnosti, da bi na tem mestu rdeča barva konotirala komunizem ali nevarnost, kar bi lahko bilo v drugih medijskih tekstih.

Simboli so po Barthesu (v Fiske 1990: 98) predmeti, ki preko konvencije in uporabe dobijo pomen, ki mu omogoča, da pomeni nekaj drugega. Rolls-royce je simbol bogastva in če je moški primoran prodati svojega Rolls-royca, lahko to simbolično pomeni izgubo njegovega premoženja. Simbol je pri Barthesu nekoliko manj sistematsko razvit.

Mit je po Barthesu zgodba, s katero kultura razloži ali razume določen vidik stvarnosti ali narave. To je način razmišljanja kulture o nečem, način konceptualizacije ali razumevanje tega. To je veriga povezanih predstav. Konotacija je drugovrstni pomen označevalca, mit pa drugovrstni pomen označenca. Če vzamemo primer fotografije z ulice, kjer se igrajo otroci. Večino fotografov bi najbrž ustvarilo črno-beli, ostro fokusiran, nečloveški tip fotografije, kar bi bilo ustrezno prevladujočemu mitu o otroštvu, pri katerem je primerno okolje za razvoj otroka narava. Ulica pa je umetna, nenaravna tvorba, omejeno okolje za otroke. Ulica, ki je fotografirana na ta način, torej ustreza prevladujočemu vedenju, konceptu vrednot v družbi in prevladujoči mitologiji v družbi, zato pri uporabniku sproži verigo predstav, ki ustreza temu konceptu. (glej Fiske 1990: 96-97)

Barthes (v Fiske 1990: 97) trdi, da je poglobljen način, kako delujejo miti, ta, da naturalizirajo zgodovino. Miti so dejansko produkt družbenega razreda, ki je dosegel nadvlado določene zgodovine: pomeni, ki jih njegovi miti širijo, morajo vsebovati to zgodovino, toda zaradi njihovega delovanja, miti skušajo zanikati in predstaviti svoje pomene kot naravne in ne zgodovinske ali družbene. Miti mistificirajo ali zatemnijo svoj izvor in s tem svojo politično in družbeno razsežnost. Ideološki miti so prisotni povsod v ameriški kulturi, ker pomagajo oblikovati, kaj ljudje mislijo in pišejo o naciji, njeni zgodovini in življenju (glej Campbell in Kean 1997: 9). »Mitolog odkrije skozi zgodovino in s tem družbenopolitična dela mitov tako, da jih demistificira.« (Fiske 1990: 98)

Ideološki proces signifikacije je proces, znotraj katerega so označene vrednote in miti, ki so skupni članom določene kulture. Edini način, da bi lahko vzpostavili in ohranili njihovo skupnost, je s pogosto uporabo le teh v komunikaciji. Vsakič, ko je znak uporabljen, to krepi obstoj njegovih drugovrstnih pomenov tako v kulturi kot tudi pri samem uporabniku.

Odnos med znakom in njegovimi miti in konotacijami na eni strani in uporabnikom na drugi strani je ideološki. Znaki podajo mitom in vrednotam konkretno obliko in jih s tem potrdijo in naredijo javne. Z uporabo znakov ohranjamo in damo življenje ideologiji, vendar pa nas ta ideologija in naš odziv na ideološke znake prav tako oblikujeta. Ko znaki naredijo mite in vrednote javne, jim omogočijo, da izvajajo svojo funkcijo kulturne identifikacije: ko torej omogočajo članom kulture, da s sprejemanjem skupnih, deljenih mitov in vrednot, identificirajo svojo pripadnost določeni kulturi (glej Fiske 1990: 177).

Mediji produkcijo lastnih vsebin označujejo za realistično prikazovanje dogodkov. V resnici pa gre za selektivno izbiranje vsebin, ki zgolj enostransko ponazarjajo realnost. Televizija realnosti ne reflektira, temveč jo producira. Svet nam predstavlja tako, da naturalizira »status quo« oziroma dominantno ideologijo (glej Fiske 1987: 21-36). Danes nam televizija nudi zadovoljitev želje po varnosti, nudi in zagotavlja nam način življenja, ki je moralno sprejemljiv in zagotavlja tudi materialno varnost. Večino ljudi redko ali nikoli ne dvomi o socialnih strukturah, ki nam jih ponujajo miti preko televizije (glej Himmelstein 1994: 2).

Da bi razumeli mite v naši televizijski kulturi, moramo razumeti konstrukcijo televizijskega sporočila, socialno, politično in ekonomsko naravo procesa proizvodnje. Le ta se odraža v močnih vizualnih in verbalnih simbolih, ki jih proizvedejo »različne komercialne razvedrilne družbe«. To bo tudi vključevalo naše raziskovalno delo.

Pomene artefaktov in kulturnih praks lahko okarakteriziramo kot zgodovinske proizvode, kot produkte ideoloških sistemov. V tem edinstvenem procesu, ideologija, s pomočjo sodobnih mitov, pretvarja družbeno v naravno. Miti vplivajo na realnost vsakdana tako,

da večino ljudi verjame, da je specifičen način obnašanja, govorjenja, čutenja, oblačenja naraven in sprejemljiv. (Barthes v Pušnik 2004: 21)

Funkcija nacionalizma kot mita je, da pretvarja zgodovino v naravno. Demistifikacija se mora nanašati na različne znake, na njihovo signifikacijsko funkcijo in na specifične družbeno-zgodovinske kontekste. Pesmi, novice, plakati, tradicionalna folklorna oblačila, zastave, fotografije, sejmi, znanstveni teksti – vsi lahko podpirajo določen nacionalni mit. Seveda pa na tej točki postane pomembno tudi, kako te različni teksti in prakse producirajo nacionalno zaželeno vedenje, norme, vrednote in verovanje. (Pušnik 2004: 24)

Barthes je pomembno prispeval k razumevanju, kako je mogoče v znake vpeti dominantne ideologije določene družbe. Produkcija in interpretacija takih znakov prezentira družbene ideologije kot naravne, fiksne in nespremenljive. Raziskoval je področje produkcije pomenov, uporabljal je izraz »retorika«, »mit« in »mitologija«. Stuart Hall je uporabljal izraz »kodi«. Oba sta te izraze uporabljala za širši koncept vrednot, s katerimi so povezani. Uporabljajo pa se tudi bolj empatični izrazi, kot so ideologija in diskurzi. (glej Branston in Stafford 2003: 18)

2.5 KODI

Kodi so sistemi, v katere so znaki organizirani. V teh sistemih veljajo pravila, glede katerih se strinjajo vsi člani skupnosti, ki uporabljajo določene kode (glej Fiske 1990: 77). Znaki namreč dobijo pomen šele znotraj določenih semantičnih kodov, ki veljajo v specifični kulturi in omogočajo kodiranje in dekodiranje sporočil. Kod je torej sistem pravil, ki se jih naučimo oziroma jih sprejmemo znotraj kulture (Berger 2000: 38).

Škerlep (1996: 268) definira semiotični kod kot sistem znakov dejansko sistem korelacij med dvema množicama, med množico označevalcev in množico označencev, zato omogoča, da svoje mentalne predstave kodiramo v čutno zaznavna sporočila, ki imajo za tistega, ki obvlada pravila koda, pomen. Kombiniranje znakov v kode ni naključno. V

medijskih študijah se ta proces ponazarja z dvema osema, z vertikalno ali paradigmatično in s horizontalno ali sintagmatsko osjo. Na vertikalni osi so razporejeni posamezni znaki (npr. besede), med katerimi izbiramo. Horizontalna os pa predstavlja verigo, v katero so ti znaki povezani tako, da tvorijo smiselno celoto (glej Fiske in Hartley 1978: 50).

Na tej točki je potrebno opredeliti tudi povezavo med kodi, kanali in mediji. Fizične značilnosti kanala nedvomno določijo naravo kodov, ki jo lahko prenašajo. Telefon je npr. omejen le na verbalni jezik in parajezik (kodi intonacije, poudarek, glasnost itd.). Televizija pa je medij, ki uporablja kanala vida in zvoka. Kodi, ki so specifični za kanal so: vidni kanal – živa akcija, studijski posnetki in slike; slušni kanal – posneti šum, govor in glasba (glej Fiske 1990: 34). Dogovori med uporabniki pa dovoljujejo, da kode razumemo. Na isti način so zaporedja podob na televiziji kodi, ki dovoljujejo, da sodelujemo pri zgodbi žanra (glej Stewart 2001: 48). Barrie McMahon in Robyn Quin (v Stewart 2001: 48) sta razvrstila televizijske in filmske kode v tri kategorije: tehnične, simbolične in pisane kode.

Tehnični kodi so tehnični v smislu tehnik produkcije. Takšni kodi so npr. tehnike kamere, okviritev, kompozicija, zorni kot kamere, prizori, svetloba, posebni efekti, zvok, itd. Različne pozicije kamere oziroma koti snemanja npr. konotirajo različne pomene. Snemanje iz ptičje perspektive konotira podrejen položaj snemanega subjekta, žabja perspektiva konotira subjektovo moč. Uporaba mehkih filtrov konotira romantiko in nostalgijo, teleobjektiv pa voajerizem. Noben tehnični kod ni zastavljen naključno, temveč je namenski produkt producentov televizijskih in kinematografskih vsebin (Lacey, 1998: 23). Tehnični kodi so kot sredstvo za usmerjanje občinstva k zelenemu branju televizijskih vsebin. Njihovi pomeni predstavljajo raven konotacije. Simbolični kodi so sistemi znakov, ki imajo močen asociativni ali konotativni pomen. Tako so v filmu znaki poleg slike tudi struktura zgodbe in liki, obleka in govorica telesa igralca, glasba, izbira jezika. Pisani kodi se nanašajo na kontekste v katerih so besede uporabljene v tekstih. Npr. časopisni naslovi, naslovi fotografij ipd. Pisanje je kod, ki dovoljuje, da predstavimo misli na papirju.

Po Fiskeju (1987: 4) kodi predstavljajo povezavo med producenti, tekstom in občinstvom ter so agenti intertekstualnosti, skozi katere se teksti v medsebojnih odnosih organizirajo v mrežo pomenov, ki sestavljajo naš kulturni svet. To vodi k vpeljavi ideoloških in mitoloških kodov, ki konotirajo nek širši kulturni pomen. Skozi produkcijo medijskih vsebin se vedno plasira neka ideologija (Lacey, 1998: 68).

Pomen pa seveda ne ustvarja samo televizija, ampak je ustvarjen v interakcijah med tekstom in občinstvom. Ko sta tekst in občinstvo člana tesno povezane kulture in subkulture, in se konotacije in miti, na katere se tekst nanaša skladajo s konotacijami in miti članov občinstva, je interakcija gladka in lahka. V drugih primerih so pomeni ustvarjeni z veliko več truda. Preferenčno razumevanje neke fotografije nekateri pridobijo z lahkoto, medtem ko je pri drugih lahko vzrok za stres in nesoglasje. Za bralca je mamljivo, da bi prevzel to družbeno identiteto, da bi tako lahko razkodiral sliko v skladu za dominantnimi kodami ali z drugimi besedami, da bi lahko prišel do pomenov, ki jih slika preferira. (glej Fiske 1990: 170)

2.6 IDEOLOGIJA

Miti so torej ideološka sporočila, vezana na določeno kulturo. Pojem ideologije je zelo kompleksen in z njim so se ukvarjali že mnogi avtorji. V osnovi gre za **Marxov** koncept, ki se je kasneje razvijal. Skupni imenovalac vseh teorij je razumevanje ideologije kot tistih interpretacij resničnosti, ki se sicer predstavljajo kot univerzalne, a v resnici služijo ohranjanju oblasti vladajočih družbenih skupin po različnih dimenzijah: rasni, spolni, razredni, etnični. (glej Stankovič 2002: 348)

Klasični marksizem ideologijo definira kot lažno zavest ali kompleksno produkcijo iluzornih idej, s katerimi vladajoči razred vzdržuje nadvlado nad delavskim razredom. Ker vladajoči razred nadzoruje poglavitna sredstva, preko katerih se ideologija propagira in širi v družbo, delavski razred svojo subordinacijo vidi kot naravno. Med kanale, preko katerih se ideologija širi, spadajo tudi množični mediji. (glej Fiske 1982: 145)

Ideologija torej predstavlja vero v družbeno situacijo, ki je privzeta kot naravna, v resnici pa ohranja »status quo«, v katerem se nadaljuje izkoriščanje šibkejšega razreda s strani močnejšega. Ideologije so sistemi vrednot. Zelo tesno so povezane s kulturnim in socialnim kontekstom in svet brez ideologij skoraj ne obstaja. Ideologije so prisotne povsod in dostikrat se jih niti ne zavedamo. Lahko verjamemo, da smo svobodni individumi in da imamo pod kontrolo vse kar počnemo. V resnici so naši okusi za oblačila, pijačo, glasbo, hrano in še mnoge vsakdanje stvari produkti tudi popularne kulture. Produkti popularne kulture služijo vladajočemu razredu in njihovi ideologiji ter ohranjanju njihove moči. V tem kontekstu lahko popularno kulturo in njihove tekste (nadaljevanke, pop glasbo, literaturo, filme) razumemo kot enostransko reprezentiranje vladajočega pogleda na svet. Stvari prikažejo tako, da izgleda, kot da drug način ne obstaja, kot da je to naravno. (glej Stewart 2001: 45)

Četudi se je Marx bolj posvečal družbenim razredom, je nekaj pozornosti namenil tudi nacionalnosti in narodom. Zanj nista niti civilna država niti nacionalna skupnost naravna fenomena. Ideje, jezik in zavest so vse socialni produkti. Marxova teorija, da je zavest (oziroma narodna zavest) od vsega začetka družbeni proizvod, podira percepcijo, da so narodi krvno povezani. Narodno zavest proizvaja vladajoči razred in jo posreduje množici. Vendar tudi nacionalna zavest ni fiksna, ampak se skozi zgodovino spreminja. Nacionalnost lahko zreducira vse probleme na nivo tega, da si državljani določenega naroda (npr. si državljani te države in zato nekaj naredi zanjo in zase (npr. pojdi v službo in plačaj davke). Po drugi strani pa Marx nacionalnost jemlje kot vodilno silo pri uporabi proletariata. (glej Pušnik 2004: 26-27)

Luis Althusser je svojo teorijo gradil na Saussurovih in Freudovih idejah ter na Marxovih bolj ekonomskih teorijah. Razvil je tezo *relativne avtonomije ideologije*. Ideologija *interpelira* individume v *subjekte* (v delavce, vernike, volilce, državljane ipd.), kar pomeni, da ideologija kot taka ogovarja posameznike tako, da se le ti odzovejo kot subjekti – se prepoznavajo kot naslovniki in si s tem zagotovijo priznanje, da so tisto, kar so vselej že – (vzpostavljeni) subjekti točno na tistem kraju, kamor jih je postavila ideologija sama (Janović 2002: 227). Althusser (2000: 61) meni, da za reprodukcijo

kapitalizma ne zadostuje zgolj reprodukcija materialnih pogojev, potrebna je tudi reprodukcija delovne sile. Ta pa ne zahteva le reprodukcijo njene usposobljenosti, ampak tudi njenega podrejanja pravilom veljavnega reda, vladajoči ideologiji. Ideologijo učijo *ideološki aparati države* (IAD) (šolski, družinski, cerkveni, pravni sistem, sindikati, informacijski, politični sistem), ki producirajo strinjanje z vladajočim sistemom. Ne smemo pa jih zamenjevati z represivnimi aparati, ki delujejo s prisilo. Slovenski ali ameriški nacionalni diskurz je v bistvu mehanizem, ki kliče individume, da naj bodo Slovenci ali Američani in ravno zato, ker se prepoznajo, da kliče njih, se identificirajo z določeno nacionalno ideologijo. Po Althusserju nacionalna ideologija ni nekaj abstraktnega, ampak temelji na praktičnih ritualih, kot so branje časopisa, salutiranje, gledanje nogometnih tekem, filmov itd. (glej Pušnik 2004: 28-29).

Pomemben koncept pri teoriji ideologije je tudi koncept hegemonije **Antonia Gramscija**. V svoje konceptu pojasni, kako vladajoči razred ohranja družbeno kontrolo. Po njegovem vladajoči razred ne vlada s pomočjo prisile, temveč s produkcijo strinjanja. V medijskih študijah se koncept hegemonije uporablja za prikazovanje, kako je skozi medijske tekste mogoče vzpostaviti dominantno ideologijo (glej Lacey 1998: 113). Za primer avtor navaja položaj žensk v zahodni družbi. Ženske so pravno formalno enake moškim, vendar so v družbeni realnosti v podrejenem položaju. Ta položaj je delno posledica medijskih reprezentacij spolov, v katerih so moški predstavljeni kot močni dinamični, ženske pa kot šibke in pasivne. Čeprav se mnogi s takšnimi reprezentacijami ne strinjajo, te ostajajo močan socializacijski dejavnik. Subordinacija žensk je aspekt androarhalne ideologije in hegemonija naturalizira te ideološke reprezentacije.

Althusserjeva in Marxova teorija ne pojasnjujeta dovolj razumevanje tistih družbenih praks in agentov, ki so v nasprotju z dominantno ideologijo. Gramsci se osredotoči še posebej na situacije, kjer se različne ideologije v družbi srečajo in borijo za hegemonijo. Nacionalizem v hegemoniskem smislu, pa mora člane tudi naučiti kako govoriti, kaj misliti, koga sovražiti, mora obstajati izobrazbeno razmerje. (glej Pušnik 2004: 31-32)

2.7 TEORIJA DISKURZA

Kombinacija strukturalističnih teorij in marksističnih teoretičnih modelov je prinesla nove teorije, in sicer strukturalistični diskurzivni pristop od 1960 (Foucault) in post-Marxistično diskurzivno teorijo od 1970 leta (Laclau in Mouffe). Ti teoretični pristopi so nacionalnost obravnavali kot diskurz in ustvarili percepcijo nacionalnosti kot komunikacije v družbi, ki je vedno vezana na določeno družbeno-zgodovinsko okolje. (glej Pušnik 2004: 35)

Diskurzi so nizi izjav, ki po eni strani zagotavljajo medij za govor o določenih temah v določenem zgodovinskem trenutku, po drugi strani pa te teme s tem šele oblikujejo. Prva značilnost je, da diskurzi (prav tako kot za Saussurea, očeta strukturalnega jezikoslovja, jezik sam – konec koncev so diskurzi zgolj ena od manifestacij jezika) ne odražajo ničesar, kar bi že bilo nekje »tam zunaj« (v »resničnosti«), temveč nam to zunaj vedno šele kažejo oziroma osmišljajo – s tem pa torej konstruirajo – preko različnih postopkov pripovedovanja, klasificiranja, predstavljanja. V nasprotju z običajnimi, konvencionalnimi oziroma zdravorazumskimi pogledi, ki vidijo jezik (oziroma diskurze) kot zgolj orodje, s katerim si ljudje pomagajo v življenju, konstruktivizem poudarja, da jezik deluje po neki precej samosvoji logiki in da smo v resnici ljudje tisti, ki jih jezik oblikuje. To seveda ne pomeni, da konstruktivizem dvomi, da v resničnosti obstajajo neke resnične stvari, trdi le, da so nam te stvari (predmeti, osebe, dogodki itd.) dostopni vedno šele preko različnih diskurzov, ki vse to šele oblikujejo v neke nam smiselne pomenljive celote. Vse, kar je izven jezika (celo naše lastno telo) nam samo po sebi ne pomeni prav ničesar. (glej Stankovič 2005: 348)

Foucault (v Pušnik 2004: 35) diskurze opredeli kot sistem pravil, ki tvorijo predmete, koncepte, subjekte in strategije, s katerimi lahko komuniciramo med sabo. Ne temeljijo toliko na trajnosti in unikatnosti predmetov, ampak na okolju, v katerem se objekti pojavljajo in se spreminjajo. Četudi so diskurzi sestavljeni iz znakov, jih ne smemo obravnavati samo kot skupino znakov (lingvistični pristop), ampak tudi kot prakse, ki tvorijo znanje, predmete in subjekte. (glej Pušnik 2004: 35)

Nacionalizem je signifikacijska praksa, ki ljudem daje pomene in jim omogoča, da smiselno komunicirajo drug z drugim o svetu, ki jih obdaja. Avstrijski nacionalizem kot diskurz na Koroškem funkcionira skozi simbolne sisteme in družbene rede – oblikuje objekte kot je nacionalna meja, ki je predstavljena kot naravna linija demarkacije, postavi pravila in zakone, v katere se ne sme dvomiti, definira karakteristike skupnosti in njihovih članov in determinira njihov odnos do nečlanov. Po Foucaultu (v Pušnik 2004: 36) je osnovni element diskurza, diskurzna izjava, ki je vedno v razmerju z drugimi izjavami. Npr. »Američani smo vodilna sila sveta in imamo vse pod kontrolo.« v razmerju z drugimi narodi: »Drugi narodi so nam podrejeni in so odvisni od nas.« Naloga nacionalizma kot diskurza je, da vzpostavi red, da vzpostavi določen red in da poenostavi ljudem njihov vsakdan. Poleg tega pa je diskurzivna izjava tako pogosta v človekovem vsakdanu, da v bistvu postane nevidna (glej Dolar v Pušnik 2004: 38).

2.8 OSNOVNI PODATKI O AMERIKI

Mozaik ameriške družbe sestavljajo masivne etnične skupnosti, ki jih upravičeno ne moremo poimenovati manjšine. Večine namreč v ameriški družbi ni. Ko se je ustvarila bazična, vendar fleksibilna vsebina kulturne identitete novega naroda, ki je temeljila na anglo-ameriškem jeziku in kulturi, se je začel velik priliv evropskih imigrantov (glej Smith 1991: 150). Skozi leta je veliko ljudi – 45 milijonov – prečkalo ocean in kontinent, da bi prišli v Ameriko. Prišli so ljudje, ki so govorili različne jezike in predstavniki vsake nacionalnosti, rase in religije. Največji delež identificirane etnične skupine so ljudje, ki imajo britanske prednike (15 %), germanskih Američanov je nekaj manj (13 %), črnecv okrog (11 %). Milijon Američanov se etnično ne morejo identificirati zaradi mešanja skozi generacije (glej Sowell 1981: 3-4).

Po najnovjšem popisu prebivalstva ima 258 milijonov prebivalcev ZDA naslednjo etnično sestavo: okoli 9,3 % sodi v skupino hispano (mehiško-karibsko poreklo), 3,2 % je azijsko-pacifiškega rodu, 12,4 % je črnecv oziroma afroameričanov, 0,8 % je indijansko-eskimsko-aleutskega prebivalstva, 75,2 % je belskega nehispano prebivalstva. Amerika je

tako postala resnično multirasna, multietična družba, v kateri bodo morda v drugi polovici 21. stoletja, ko je imela Amerika okoli 400 milijonov prebivalcev, "manjšine" postale večinsko prebivalstvo (Meršol 1994). Toda ta različnost etničnosti ni povzročila nacionalne nejasnosti. Prav nasprotno, Amerika je postala primarni primer teritorialnega nacionalnega tipa politične skupnosti in moči teritorialnega nacionalizma (glej Smith 1991: 150).

V Ameriki obstajajo različni ljudje z različno zgodovino in je ena največjih kulturno-lingvističnih enot v zgodovini na svetu. Od San Francisca do Bostona je ista razdalja kot od Madrida do Moskve, pa vendar je v Ameriki na tem prostoru isti jezik, en sistem zakonodaje, eno gospodarstvo. V Evropi pa je ozemlje te velikosti razdeljeno na mnogo narodov, jezikov, tekmujočih vojaških in političnih blokov. Mešanica enakosti in različnosti spremlja Ameriko skozi vso zgodovino in še danes. Niti ena etnična skupina ni popolnoma enotna in niti dve med sabo si niso enake. Vsaka skupina ima svoje geografske distribucijske vzorce glede na razmere v obdobju, v katerem so prispeli na ameriško ozemlje. (glej Sowell 1981: 3-4)

2.9 AMERIŠKA NACIONALNA IDEOLOGIJA IN MITOLOGIJA

Amerika je prostor, kjer se mešajo različne identitete. Zaradi velikega števila različnih kultur se identitete ves čas tudi menjajo in nastajajo nove. Ne more torej obstajati ena zaprta identiteta s specifičnimi vrednotami in značilnostmi. Nekateri sicer sklepajo, da obstaja prevladujoča identiteta, ki je sprejeta s strani večine. Toda to so ideološke pozicije, ki niso reprezentativne za cel narod. V medijskih tekstih naj bi se pojavljale tudi zgodbe drugih, vendar so vseeno nekatere zgodbe preferirane in imajo boljši status in večjo moč, medtem, ko so druge izbrisane in zamolčane. Te zgodbe so ustvarile dominanten sistem reprezentacije oziroma dominantno ideologijo kulture. Te prevladujoče zgodbe so definirale ameriško nacionalno identiteto. Kulturna identiteta je ustvarjena skozi spomin, fantazijo, zgodbe in mite. (glej Campbell in Kean 1997: 20-21)

Prevladujoči miti o ameriški nacionalni identiteti so:

Pojmovanje o **ameriški poenotenosti in zedinjenosti** se je izkazalo kot delen in selektiven pogled na to, kakšna naj bi Amerika bila oziroma, kakšna bi morala biti. Lind (1995/6: 145) pravi, da se moramo zavedati, da obstajajo razdeljene skupine znotraj Amerike. Homogena je samo ameriška družbena in ekonomska elita in ne ameriška večina, kjer obstajajo imaginarne, kulturne in simbolične meje. Obstajajo predeli mest, ki propadajo, so izolirani od ostale družbe in pripadajo najrevnejšim slojem prebivalstva. V bogatih ločenih predelih mest živijo predvsem zgornji sloji belcev, ki imajo boljše zdravstveno varstvo, šolsko izobraževanje ipd. Ločnico predstavlja tudi dialekt, način oblačenja, način življenja, prehrana, običaji. Notranje razlike in konflikti, razlika med »nami« in »drugimi« (drugi so npr. delavski sindikati, črnsko prebivalstvo, homoseksualci itn.), predstavljajo grožnjo elitni skupini. Tudi Campbell in Kean (1997: 3) navajata, da obstajajo v Ameriki druge družbene skupine, ameriško identiteto ne tvorijo samo moški, ampak tudi ženske, ne samo belci ampak tudi črnci, bogati kot tudi revni, katoliki in tudi judje, protestantje, ljudje pa imajo tudi različna nacionalna in etnična ozadja. Vendar naj bi te druge skupine bile podrejene in naj bi igrale majhno vlogo pri kreiranju ameriške identitete.

Privilegiran status imajo kot **povprečni Američani** beli heteroseksualni moški srednjega razreda z globokim spoštovanjem do zastave in z močnim občutkom do regionalne identitete (glej Campbell in Kean 1997: 3). Ameriška nacionalna skupnost je bila namreč večji del svoje zgodovine definirana predvsem kot bela, angleškega ali germanskega izvora, po veri pa protestantska ali katoliška. Utemeljevanje tega, kdo je »pravi Američan«, je temeljito predvsem na negativnem privilegiranju (omejevanje pravice do izobrazbe, do delovnega mesta, do državljanstva) oziroma na rasno-kulturnem elementu (glej Lind 1995: 12). Vsebina vse-ameriške identitete in kulture pa ima vsekakor svoje etnične korenine v anglo-ameriški protestantski tradiciji prvotnih priseljencev (glej Smith 1991: 149).

Mosca (v Matić 1998: 115) in Weldnes (1999: 105) omenjata identifikacijo s »splošnim«, kot je koncept ameriškega naroda, ki je izrazit v uporabi besede »mi« (čeprav ni nikoli

dokončno definirano, kdo oziroma katere družbene skupine spadajo v to kategorijo), identifikacijo z njegovo politiko, interesi, cilji, vrednotami kot sredstvo, ki zagotavlja umetno enotnost družbe in prikriva družbena nasprotja, kot so milijonih revežev in brezdomcev na eni strani in ekstremnih bogatašev na drugi strani. Da bi zmanjšali razdeljenost v Ameriki, mnogi zgodovinski in kulturni kritiki niso hoteli poudarjati razredov, etničnosti, rase in spola, tako so dosegli višjo stopnjo konsenza in manjšo stopnjo konflikta (glej Mosca v Matić 1998: 115). Tudi Velikonja (1996: 66) pravi da notranjo enotnost simbolizirajo značilne besede kot ime države »Združene Države Amerike«. Campbell in Kean (1997: 13) pa omenjata prikaz simbolov, kot so zastave, emocionalna glasba, podobe herojstva in žrtvovanja, odločni govori o odločitvah iz Bele hiše, himne, uniforme, parade, v kulturnih tekstih in tudi drugod, kot znake ameriškega patriotizma, ki zagotavljajo enotnost in skupnost.

Ameriška enotnost pa se ustvarja tudi v **odnosu do drugih držav**, zato njihove identitete ne smemo izolirati in jo obravnavati ločeno od drugih. Ta identiteta navzven služi integraciji etnij navznoter in prikrivanju dejanskih družbenih nasprotij.

Tako Amerika **mitizira sovražnika**, kateremu je pripisana nevarnost do absurda. Proti njem je potrebna borba, svet v tej borbi pa je črno-bel, vmesnih kontrastov ni. Ali si z nami, ki smo utelešenje dobrega, poslani od samega Boga, da se soočimo z grožnjo civilizaciji in ameriškim vrednotam, ali pa si z njimi, ki so utelešenje vsega zla tega sveta. Namen te mitske figure je, da ustvarja psihozo ogroženosti kot pomembnega predpogoja za manipuliranje z masami in provociranje njenega afektivnega delovanja. Na ta način drži družbo skupaj in skrbi za njeno poenotenost. (glej Slavujević 1986: 55)

Richard Hofstadter, zgodovinar, in Reinhold Niebuhr, teolog sta postavila **ameriško demokracijo nasproti totalitarističnim** sistemom, ki jih je treba premagati. Tudi Luce se je strinjal, da bo kapitalizem zagotovil demokracijo doma in po svetu. Se pravi Amerika kot zgled demokracije, liberalizma in svobode, stoji nasproti komunizmu in drugim totalitarističnim sistemom. Komunizem pa je danes nadomestil terorizem. V zunanje-politični retoriki ZDA je danes tako najbolj pogosto uporabljena magična

besedna zveza »države osi zla« in pa podobna besedna zveza »malopridne države«. Tudi pojem islamski ali radikalni fundamentalizem v nas takoj prebudi predstavo o protizahodno usmerjenih teroristih, verskih bojovníkih, ki bijejo »sveto vojno« zoper nemuslimane, še posebej Američane, operjeni zoper svobodo, demokracijo, napredek, modernizacijo, svobodno trgovino, vladavino prava, temeljnim človekovim pravicam. Ker je ogrožen ameriški način življenja in ameriške vrednote, so ZDA kot »voditeljica svobodnega sveta« dolžne reagirati, sprejeti odločitve in delovati v prid zaščite ameriškega načina življenja. (glej Weldes 1999: 13)

Naslednje ideološko sporočilo, ki ga Amerika skuša predstaviti v razmerju z drugimi državami je, da je **Amerika razvita država, bogata, vojaško močna, z globalnim vplivom**, kot takšna se rada predstavlja drugemu svetu (glej Campbell in Kean 1997: 14). Amerika kot takšna stoji nasproti nerazvitim, nekulturnim, vojaško nemočnim, revnim državam.

Ameriško družbeno in politično življenje je od samih začetkov prepojeno s samopredstavo o tem, da so **Američani »izbran narod z odgovornostjo pomagati drugim in ohraniti svet svoboden«**, da je ZDA »zibelka svobode brez primere«, »voditeljica svobodnega sveta«, ki je lahko za vzor drugim državam. Po Božji previdnosti pa naj bi jim bilo namenjeno »kulturno-civilizacijsko poslanstvo« kot izpolnjevanje kolektivne dediščine nad manjvrednimi sovražnimi ljudstvi. Ta mit so ustvarili puritanci na osnovi koncepta »manifesta usode«, ki so videli Ameriko kot »svetovno rešiteljico«, med križarskimi vojnamo so se pojavljala rekla »napraviti svet varen za demokracijo«, Monrojeva doktrina pa je bila tista, ki je transformirala ameriško nevtralnost v izolacionizem in jo povezala z občutkom, da imajo ZDA v svetu posebno misijo (glej Mauk, Oakland 2002: 156). Tudi med drugo svetovno vojno in po njej so se s strani Amerike začele pojavljati ideje o odgovornosti Amerike do celega sveta. Luce je leta 1941 predvidel ameriško hegemonijo v povojni globalni politični ekonomiji. Američani morajo biti dobri samaritanci in pomagati vsem lačnim in popraviti uničenje, ki je ostalo po vojni. Predsednik Roosevelt je izjavil: »Zmagali bomo to vojno in ohranili bomo mir, ki bo sledil.« (Roosevelt v Campbell in Kean 1997: 3) Ideje o ameriški hegemoniji in

varovanju, ki naj bi ju imela nad celim svetom, so bile zelo pogoste tudi v Hladni vojni in tudi v času Clintona. »Veste, noben narod v zgodovini ni imel možnosti in odgovornosti, ko jo imamo mi sedaj, da naredimo svet miroljuben, bolj varen, bolj svoboden.« (Clinton v Gujatt 2000: 57) Vendar so koncept človekovih pravic, zgodbe o »humanitarnih intervencijah« in »vzpostavitvi demokratične družbe« v zunanji politiki ZDA le sredstva, s katerimi poskuša uveljaviti predvsem gospodarske ter politične interese ameriške elite, kot je npr. prost pretok ameriškega kapitala, in ima kaj malo zveze z »dobrimi« nameni ameriške zunanje politike (glej Benko 1997: 225).

Med ostale mite sodi še mit, da je **Amerika kot novi Jeruzalem, kjer se bo uresničil tako imenovani »manifest usode«, za doseg tega so upravičena vsa sredstva.** Ko so prvi angleški kolonialisti na begu pred zatiranjem zaradi izražanja svojih religioznih čustev, pripluli na obale neznanega kontinenta, so svojo naselitev namreč videli kot »sveti eksperiment«, ljudi, ki so se naselili kot »izbrance«, prostrano divjino pa kot od »Boga dano zemljo«, »Novi Jeruzalem« (glej Debeljak 1992: 560). Tako so puritanci sredi 18.stoletja o Ameriki zagotovili močan mit o »manifestu usode«. Kolonizacija je bila izpolnitev biblijske prerokbe in posledično je bil ameriški »jaz« proizvod božanskega, preroškega namena. Ta mitološki diskurz je bil zapisan v zunanje-političnih besedilih povojnega obdobja. Puritanci so zemljo, na katero so prišli, obravnavali, kot da pripada zgolj njim, predmete in ljudi, na katere so trčili, pa kot ovire k njihovi usodi (glej Mauk in Oakland 2002: 156). Na bitke in vojne, ki so jih angleški kolonialisti bili z Britanci, Mehičani in Indijanci, je treba gledati kot na oviro pri uresničevanju »manifesta usode«, ki je opravičeval širjenje ameriških meja proti zahodni obali oziroma na prostor, ki ga je »Božja previdnost« namenila razvoju prvotnih naseljencev. Pri tem so na Indijance in Mehičane gledali kot na manjvredne in jim odrekli sposobnost lastnega razvoja. (glej Južnič 1980: 116).

Ena izmed ameriških ideologij je tudi, da naj bi bila **ameriška družba kar najbolj v skladu z voljo Boga** in s tem vzor vsem drugim. V temeljnih dokumentih iz ameriške nacionalne zgodovine se »Bog« pojavlja kot opora, nalogodajalec in sodnik ameriškega naroda. (glej Kerševan 1988: 334)

Amerika kot čista popolna, dobra in nedolžna. Amerika v pripovedni tradiciji uteleša mitsko vizijo, v kateri je ideja o ZDA čista in popolna, prav tako je ameriški »jaz« nedolžen in dober (glej Sardar in Davis 2002: 141). Gre za pozitivno sliko o njej sami, njeni ureditvi, vrednotah, preteklosti, sedanjosti in prihodnosti. V tem smislu je vsaka mitologija samolaskanje, *zgodba o uspehu* svoje skupine ali družbe. Lastno se dojema kot izhodiščno, najboljše in najlepše (glej Velikonja 2003: 7).

Ameriški način življenja temelji predvsem na filozofiji liberalne demokracije, ki jo simbolizirata Deklaracija neodvisnosti in Ustava ZDA (1783), za kateri je značilna enakopravnost, spoštovanje človekovih pravic, svoboda, verska strpnost, privatna lastnina (glej Lind 1995: 3). Kadar je ogrožen ameriški način življenja, naj bi bile upravičene vse akcije tako znotraj kot zunaj meja, ZDA namreč ohranjajo ameriške vrednote in ameriški način življenja tako, da odrekajo drugim temeljne človekove pravice, kot so pravica do hrane, do ohranjanja njim lastne identitete itn. (glej Benko 1997: 225).

Tako, kot so včasih misionarji predstavljali utiralce kolonializmu, bi lahko danes to vlogo pripisali ameriški kulturi in ameriškemu načinu življenja (oziroma potrošniški kulturi) pri prodiranju ameriških gospodarskih interesov oziroma liberalizaciji nacionalnih ekonomij držav Tretjega sveta in bivših komunističnih držav (glej Barber 2001: 232). Vendar je sedaj vplivanje na druge države in širitev globalne ameriške kulture bolj prefinjena. Uporabljajo predvsem medije, popularno kulturo kot je pop glasba, filmi, obleke, hrana. Ameriška kultura je predvsem globalna, spodbuja reprodukcijo zahodnjaških obrazcev življenja, spodkopava ohranjanje lastnega in vztraja na monokulturnosti, na posameznika pa se obrača kot potrošnika in ne kot na državljana, ter mu zagotavlja identifikacijo s proizvodom, blagovno znamko, stilom življenja. Najboljši primer globalne ameriške kulture sta vsekakor Mcdonald's in Coca-Cola, ki sta razširjena povsod po svetu (glej Barber 2001: 82).

Amerika kot obljubljena dežela. Repräsentacija, ki jo Amerika želi imeti o sebi je, da naj bi bila ameriška družba predvsem družba srednjega razreda, kjer so pred zakonom vsi enaki, kjer lahko vsakdo postane iz nič vse, če le trdo dela, kjer naj bi bila izrazita

svoboda tiska, govora ipd. To je predstava, v kateri ameriška družba živi in je vanjo trdno prepričana. (Matić 1998: 103)

2.10 ODNOSI V VOJNI-primer analize novic v časopisu *Life* o II.svetovni vojni

To poglavje smo dodali kot primer analize znakov ameriške nacionalne identitete in patriotizma v zgodbah o II. svetovni vojni v časopisu *Life*. Konzolova (2005) je analizirala novice v časopisu *Life* v II. Svetovni vojni. Zgodbe o vojni so vedno prikazovale običajne toda pogumne moške, ki so se borili, da ohranijo ameriške vrednote, več sovražnikov so ubili, bolj junaško so bili prikazani. *Office of War Information* (OWI) je celo prepovedala, da bi v publikacijah opisovali smrt Američanov, kazali so samo ameriško vojaško moč. Vojake so prikazovali, ne samo da so se borili v imenu patriotske dolžnosti in zaradi ponosa, ampak tudi v imenu družin, ki jih je bilo treba rešiti. Vojak se je torej boril za svojo domovino, s tem pa je lahko rešil tudi svojo družino. V časopisu se je pojavljalo ogromno podob in slik, tudi besedil, ki so prikazovala kako npr. oče objema otroka, ki joka, vendar ima ob sebi puško. To so bili ikonični znaki, ki pa so na ravni konotacije nosili pomen, da oče ne zapušča sina, ampak ga mora pustiti, da ga bo obranil.

Prikazovali so idealne skupine in družine (dominantno raso in spolni ideal), idealne ženske in moške podobe, kot predstavnike tipičnih Američanov. Ženske so vedno nosile emocionalno težo in skrb, moški pa so bili zaščitniki družine in naroda. Ženske so bile vedno lepe, bele v nasprotju s sovražnikom, ki je bil prikazan kot nečloveški ali živalski.

Anderson (v Konzol 2005: 180) trdi, da za večino ljudi država postane drugotnega pomena, še posebej v času vojne, zato so se v *Life-u* začeli usmerjati k družini in abstraktnim idealom demokracije in svobode. Tako so ob praznovanju Dneva neodvisnosti prikazovali družinske portrete in nacionalne simbole (npr. zastave, rekla kot so: »United we stand«). Običajno je bilo med vojno uporabljenih veliko sloganov, ki so spodbujali Američane k patriotizmu in k ohranjanju »njihove svobode« (»our freedom«). Veliko so uporabljali tudi zaimke v prvi osebi množine (*we*): »These are the things we are

fighting for ...«, označevalce kot so: »Our America«. Veliko je bilo patriotskih slik, na katerih je bila prikazana množica domoljubov, ki molijo za vojake. Prikazovali so heroično žrtvovanje za družinske ideale, te podobe so obljubliale, da bo narod živel naprej kljub smrti posameznikov. Američani so skušali s patriotističnimi podobami upravičiti svoje vmešavanje v II. Svetovno vojno.

Konzolova je v časopisu Life navedla ogromno ikoničnih in simbolnih znakov ter znakov, ki nosijo mitološka in ideološka sporočila, ki gradijo ameriško nacionalno identiteto in krepijo patriotizem. Sklepam, da bo tudi v sodobnih filmih hollywoodske produkcije veliko podobnih elementov.

2.11 ŽANR IN ŽANRSKE OBLIKE

Opredeliti moramo žanr in značilnosti različnih filmskih žanrov, ki bodo vključeni v našo analizo. Žanr je neka tematska in ikonografska celota, ki ima stalno temo, torej osnovne zaplete in dramaturško nadgradnjo. Ikonografija se nanaša na tipične rešitve zapletov in razpletov. V osnovi je žanr preprost koncept. Beseda izhaja iz francoske besede, ki pomeni »rod«, »vrsta«, »način« ali »slog«. V teoriji bi ga lahko uporabljali za študijo kateregakoli medijskega produkta, ker imajo vsi identificirano kategorijo. V praksi pa žanre uporabljamo predvsem pri analizah filma in televizijskih programov. V osnovi žanr pomeni klasifikacijo produktov glede na določene elemente, ki so jim skupni-najbolj pogosto po zgodbi, obliki, postavitvi, osebah, subjektih in temah. (glej Stewart 2001: 41)

Nekateri avtorji opredeljujejo osnovne žanrske oblike, vendar ima vsaka osnovna oblika še podžanrske oblike, prav tako pa obstaja tudi mešanje različnih žanrskih oblik. Mi bomo pri svoji teoretični opredelitvi upoštevali razdelitev po žanrskih oblikah Tim Dirksa iz internetne strani »Filmsite Organization« (glej Dirks 1996-2007). Upoštevati pa moramo, da skoraj vsak film vsebuje elemente več žanrskih zvrsti.

Akcijski filmi pomenijo goli eskapizem. Ponavadi gre za preproste zgodbe o junakih in hudobcih, vpetih v bitko med dobrim in zlim. Filmi so hitri in hrupni; preganjanja, reševanja, spopadi in pobegi so spektakularni. Tu sta tudi humor in romantika, a igrata zgolj stranski vlogi. Vse, kar ti filmi od gledalca zahtevajo, je da se nasloni nazaj in uživa. (glej Parkinson 2000: 74)

Pustolovski filmi so ponavadi razburljive zgodbe z novimi izkušnjami in eksotičnimi lokacijami. Podobni so akcijskim filmom, lahko pa vsebujejo iskanje ekspedicij izgubljenih kontinentov, zakladov, džungelske in puščavske zgodbe, zgodbe o katastrofah, iskanju neznanega. (glej Dirks 1996-2007)

Komedije so filmi, ki spravljajo ljudi v smeh. Komedije so lahke drame, narejene zato, da zabavajo. Vsebujejo pretiravanje v jeziku, dejanjih. V splošnem velja, da sodi filmska komedija na področje zabave s smehom, vsebuje splošne komediografske sestavine kot so komični liki, smešne situacije, duhoviti dialogi, smešenje različnih človeških slabosti, okostenelih navad, negativnih družbenih pojavov itd. Ponavadi imajo srečne zaključke. (glej Dirks 1996-2007)

Epski, zgodovinski filmi dostikrat delijo elemente pustolovskih filmov. Opisujejo zgodovinske ali zamišljene dogodke, legende, mite. Ponavadi so spektakularni, dramatični in imajo visoke stroške. Epski filmi vsebujejo kostumske in zgodovinske drame, vojne filme, filme iz srednjeveškega obdobja. Stimulirajo zgodovinsko dogajanje. So dragi in zahtevni za produkcijo. (glej Dirks 1996-2007)

Kriminalka/gangsterski filmi kažejo dokaj zlovesčno podobo sodobnega mestnega življenja. Na prepolnih, neprijaznih ulicah je dogajanje pogosto hitro in govorica je vedno groba. Zdi se, da gangsterji, bančni roparji in morilci prežijo na vsakem oglu, medtem ko policaji, privatni detektivi in posebni agenti iščejo sledi, ki bi jim lahko pomagale razrešiti skrivnostne uganke. (glej Parkinson 2000: 94)

Drame so resne, z zapletom, kažejo realistične karakterje, postavitve, življenjske situacije in zgodbe. Vsebujejo tudi napet razvoj oseb in interakcij. Ponavadi niso fokusirane na posebne efekte, komičnost ali akcijo. Drame so ponavadi najbolj obširen filmski žanr, z mnogimi podžanri. (glej Dirks 1996-2007)

Grozljivke nam pred očmi prikazujejo najhujše nočne more. Značilne so srhljive sence, zavijanje vetra, škripanje vrat, kriki žrtev. Sodobne grozljivke dodajajo še grozovite posebne učinke, najstrašnejše pa nepojasnjeno prepuščajo domišljiji. (glej Parkinson 2000: 100)

Muzikli so glasbeni filmi, ki s filmskimi melodijami in plesnimi prizori ponujajo umik iz vsakdanjega življenja. Jemljejo določene glasbene napeve in jih predelujejo v dovršene pevsko-plesne točke. (glej Parkinson 2000: 106)

Znanstveno fantastični filmi so ponavadi znanstveni, vizijski, imaginarni. Ponavadi predstavljajo fantazijske, izmišljene elemente, heroje, oddaljene planete, nemogoče naloge, neverjetne fantazijske prostore, temačne vile, futuristično tehnologijo, neznane in nepredvidljive sile. Veliko jih prikazuje potovanje skozi čas ali kakšno drugo neverjetno potovanje na Zemlji ali v vesolju ali v prihodnosti. (glej Dirks 1996-2007)

Vojni filmi pogosto prikazujejo grozote v vojni. Boji in konflikti (proti naciji ali človeštvu) zagotavljajo primaren zaplet in dejanje filmov. Tipični elementi v akcijsko usmerjenih vojnih filmih so osebno herojstvo, vohunstvo, prikaz marincev, vojnih brutalnosti, zračnih napadov, izkušnje v taboriščih in pobegi, izkušnje pehot, žrtvovanje in napor, zgodbe preživelih, prijateljske vezi v času vojne, nečlovečnost vojne, posledice vojne na družbo. (glej Dirks 1996-2007)

Vesterni so filmi, katerih dogajanje je največkrat postavljeno na območje ameriške meje z indijansko divjino, v obdobje poznega 19. stoletja (1865-1900) po ameriški državljanski vojni pa vse tja do sredine 20. stoletja. Prikazuje široka romantična obzorja in neravna podeželska ozemlja. Tipične scene v filmu so osamljene kmetije, ranči, salooni, zapori,

glavne ceste majhnega mesta, majhna mesta na meji z divjino. Tipični elementi so kavboji, konji, boji s pištolami, bančni ropi, prostitutke (*madame*) itd. Vesterni opisujejo ameriško zgodovino in izginjanje ameriške divjine. Glavni zapleti v filmih pa so nasprotje med dobrim in zlim, med dobrimi in slabimi kavboji, med kavboji in prvotnimi naseljenci v divjini (Indijanci). (glej Dirks 1996-2007)

3. ANALIZA FILMOV

Naši tezi sta bili, da se znaki ameriške identitete pojavljajo v filmih hollywoodske produkcije, da so v skladu z dominantno ideologijo in da jih najdemo v različnih sodobnih filmskih žanrih, tudi v tistih, kjer tematika in vsebina nista povezani z ameriško državo in ameriškim narodom. Njihova prisotnost spodbuja dominantno ideologijo. V tem poglavju bomo analizirali posamezne hollywoodske filme, ki so eden izmed pojavov popularne kulture. Analizo posameznega filma bomo začeli s kratko predstavitevijo vsebine filma, nato ga bomo uvrstili v žanrsko obliko in s semantično oziroma semiološko analizo poskušali najti ključne znake, ki jih na ravni konotacije preberemo kot simbole ali mite ameriške nacionalne identitete, ki delujejo v skladu s prevladujočo ideologijo o ameriškem narodu. Filmi ljudi opremljajo s prevladujočim poznavanjem, kaj sploh je ameriški narod, kaj pomeni biti pripadnik ameriškega naroda in jim omogoča, da se s to podobo identificirajo oziroma da jo spoznajo. S tem država svoje državljane oziroma pripadnike svoje naroda pripravi k pripadnosti in žrtvovanju za skupne kolektivne cilje. Za analizo bomo izbrali filme različnih žanrskih oblik, glede na podatke o številu gledalcev v slovenskih kinematografih od leta 1998 do 2005. Izjema je le film *Pleše z volkovi*, ki je iz leta 1990, za katerega tudi ni podatkov o gledanosti, ker se v tem času še ni vodila analiza. Izbrali smo ga, ker se je zdel med novejšimi vesterni najprimernejši.

3.1 Dan pojutrišnjem (*The Day After Tomorrow*)

Film je režiral Roland Emmerich in je produkcija ZDA iz leta 2004. Ustvari sliko dogodkov, ki bi se lahko zgodili zaradi globalnega segrevanja Zemlje. Glavni junak filma je strokovnjak za klimatske spremembe Jack Hall. Hallove raziskave kažejo, da lahko segrevanje Zemlje sproži nenadno in katastrofalno spremembo podnebja na planetu. Ledene stene, v katere je zavrtal na Antarktiki, kažejo, da se je to že zgodilo pred deset tisoč leti. Vlado skuša posvariti, da se to lahko ponovno zgodi, če ne bodo hitro ukrepali toda njegovo opozorilo pride prepozno. Prvi znaki katastrofe se začnejo, ko je Hall priča, kako se kos ledu, velik kot Rhode Island, odlomi z antarktične ledene plošče. Potem se po

svetu zvrsti serija vse bolj burnih vremenskih pojavov: toča v velikosti grenivke potolče Tokio, Havaje biča najhujši orkan v pisani zgodovini, v New Delhiju zapade sneg in po Los Angelesu pustošijo tornadi. Jackov kolega s Škotske, profesor Rapson, v telefonskem pogovoru potrди Jackove najhujše strahove. Stopnjujoči se in nenavadni vremenski pojavi napovedujejo velikanske globalne spremembe. Topeča se polarna predela sta v oceane izlila preveč sveže vode in prekinila tokove, ki uravnavajo naš vremenski sistem. Segrevanje Zemlje je planet pripeljalo na rob nove ledene dobe. Vse pa se bo zgodilo med globalno nevihto. Medtem ko Jack o neizogibni podnebni spremembi svari Belo hišo, je njegov sedemnajstletni sin Sam ujet v New Yorku, kjer se je s prijatelji udeležil srednješolskega akademskega tekmovanja. Zdaj se mora spopasti s hudimi poplavami in padajočo temperaturo na Manhattnu. Zatekel se je v manhattansko javno knjižnico in nekako mu uspe po telefonu priklicati očeta. Jack ga utegne samo posvariti, da naj za vsako ceno ostane noter. Masovna evakuacija proti jugu je v polnem teku, Jack pa se odpravi na sever v New York, da bi rešil Sama. (glej Kolosej: Dan po jutrišnjem 12.1.2007)

Film smo uvrstili v žanr znanstvene fantastike, ker temelji na kombinaciji znanstvenih hipotez, teorij in utopičnih vizij, kar je v tem filmu hipotetična situacija v primeru, da na Zemlji zopet nastopi ledena doba. Nепreverjene ali nepreverljive predpostavke, domneve, zamisli se v filmu navidezno udejanjijo.

Semiološka analiza filma je pokazala, da se v filmu pojavljajo simbolni znaki ameriške nacionalne identitete in kot smo že povedali, vsaka organizacija uveljavlja občutke pripadnosti preko simbolov. Nacionalne identitete v razvitih državah se pomnijo zato, ker so vtisnjene v življenjske rutine, ki nenehno opominjajo na nacionalnost oziroma »mahajo« z njo (Billig 1995: 158). Posamezniki se identificirajo s sporočili, ki jih dobijo iz filmov. Simbolni znaki, ki smo jih v teoriji navedli kot simbole ameriške nacionalne identitete in jih najdemo v filmu so: plapolanje ameriške zastave na Antarktiki v začetku filma, v nadaljevanju se pojavi še trikrat, kip Svobode v New Yorku, nacionalna knjižnica v New Yorku, tudi kraja sama New York in Los Angeles kot reprezentativni ameriški mesti s svojo tipično podobo sta simbola ameriške nacionalne identitete.

Simbolni znak je tudi junak, v našem primeru Jake, človek pripravljen storiti karkoli, da reši Ameriko in svet pred katastrofo in govor predsednika države z ameriško zastavo v ozadju.

Označevalci, ki na konotativni ravni nosijo mitološka sporočila o ameriški nacionalni identiteti so: v filmu v New Delhiju poteka konferenca o globalnem segrevanju Zemlje, pri kateri so prisotni predstavniki iz celega sveta. Konferenco vodi Jake Gyllenhaal, ameriški znanstvenik, ki predlaga selitev vseh ljudi na jug, da bi jih rešili pred mrazom. Na prvi ravni pomena je to znak sestavljen iz označevalca in miselne podobe, ki nam jo ta označevalec prinese. Na ravni konotacije pa ta znak postane označevalec drugega semiološkega sistema. »Znak, ki se tvori na tem nivoju postane del nacionalno mitološkega sistema.« (Pušnik 2004: 22) Problematika globalnega segrevanja Zemlje se tiče vseh, kajti na konferenci so prisotni predstavniki iz celega sveta, ki se vsi skupaj zavzemajo za rešitev. Vendar konferenco vodi ameriški znanstvenik, kar daje pomen da je Amerika pri tem reševanju superiorna in edina, ki ima znanstvenike, ki so dovolj usposobljeni, da proučujejo in razrešujejo take globalne probleme. Amerika je odgovorna za reševanje problematike celotnega sveta in lahko vidimo, da je pri tem prikazana kot najbolj aktivna država, saj predlaga rešitev problematike, in sicer selitev prebivalcev na jug. To je dominanten semiotični kulturni kod, ki obstaja med gledalci in sporočilu daje ta preferenčni pomen. Konotativni pomen znaka je v skladu z dominantno ideologijo.

Znak, ki konotira podoben pomen, je tudi situacija v nacionalni knjižnici, kjer so skupaj zbrani belci, črnci, brezdomci, pes. Vsi skupaj so združeni v istem prostoru v boju proti nevarnosti, ki preti vsem. Američanom grozi zunanja nevarnost, v tem primeru narava sama. Tradicionalni mit o Ameriki kot enotni in notranje povezani, ki obstaja v družbi, aktivira verigo predstav. Ta znak na ravni konotacije postane označevalec, ki nosi semiološka sporočila, ki ustrezajo obstoječemu mitu. Pomeni, ki jih preberemo v drugi vrsti signifikacije so: notranja povezanost in enotnost Američanov, kajti skupaj so se, ne glede na spol in raso, pripravljeni boriti proti katastrofi, ki lahko nastopi.

Naslednji znak, ki nosi mitološko sporočilo na ravni konotacije je lik glavnega junaka Jaka. On je bel moški, srednjih let, srednjega razreda, z močnim občutkom za pripadnost narodu, kar kaže s svojo neizmerno željo, da bi pomagal državljanom Amerike in rešil svet pred katastrofo. Po veroizpovedi naj bi bil kristjan, kar razberemo iz besed »*Bog s tabo*.« Pomeni, ki jih preberemo na ravni konotacije implicirajo, kaj pomeni biti tipičen Američan. Ta naj bi bil takšen, kot ga reprezentira glavni junak. Z njim se lahko pravi Američan identificira. Tudi drugi gledalci dobijo predstavo, kakšni so Američani.

3.2 Borat

Film je režiral Larry Charles in je produkcija ZDA iz leta 2006. Sacha Baron Cohen, zvezda in avtor oddaje *Da Ali G Show*, nam na velikem platnu prvič predstavlja lik kazahstanskega novinarja Borata Sagdiyeva. Čeprav je Kazahstan na svoj način veličastna dežela, mora novinar Borat po vladnem naročilu odpotovati v ZDA, da bi se naučil pomembnih lekcij o tamkajšnjih ljudeh in kulturi. Po prihodu v New York, Borat na televiziji uzre Pamela Anderson, žensko svojih sanj. Da bi jo našel, se odpravi na čudaško pot preko države, na kateri na svoj izzivalen in hkrati zabaven način spoznava resnične ljudi v resničnih situacijah s histeričnimi posledicami. Njegovo drugačno obnašanje poraja ostre reakcije, razgalja predsodke in hinavščino ameriške kulture. V nekaterih primerih Boratovi intervjuvanci sprejmejo njegove nezaslišane poglede na rase in seks in se z njim strinjajo, medtem ko mu drugi skušajo dati patriotsko lekcijo iz zahodnih vrednot (glej Kolosej: Borat 15.1.2007). Film reprezentira, kakšna naj bi bila ameriška identiteta, na kakšni mitologiji o lastnem narodu v odnosu do narodov držav tretjega sveta temelji.

Film smo uvrstili v žanr komedije, saj sodi na področje zabave s smehom, vsebuje komične like, smešne situacije, smešenje različnih človeških lastnosti, negativnih družbenih pojavov, dosega različne komične učinke.

Semiološka analiza nam je pokazala, da so simbolni znaki ameriške nacionalne identitete v filmu naslednji: ameriška zastava, ki jo pokaže trikrat, pokrajina v Ameriki in mesta,

Hollywood, rodeo, značilen za Ameriko, garažna razprodaja, spominki v trgovini o ameriški državljanski vojni, ameriški *whisky* pri pijančevanju z ameriški študenti, Borat na rodeu zapoje melodijo ameriške himne z drugim besedilom, oblečeno ima srnjak z ameriško zastavo. Eden izmed simbolnih znakov je tudi Boratov prihod v trgovino s spominki iz ameriške državljanske vojne, kjer prodajalec odgovori na Boratovo vprašanje, zakaj imajo toliko stvari z ameriško zastavo: »Zato, ker cenimo našo dediščino.« To pomeni ponos na lastno državo in njeno zgodovino.

Film se začne z reprezentacijo življenja v Kazahstanskem mestu, njihovih hiš, vrtcev, odnosov do žensk (Borat poljubi svojo sestro prostitutko, njegova mati je pri 43 najstarejša ženska v mestu, videti pa je mnogo starejša), zaostanka v tehnološkem razvoju, krave v stanovanju itd. Borat, kazahstanski novinar, gre v Ameriko, »najboljšo« državo na svetu, da bi se naučil lekcije za Kazahstan. Ta znak v drugi vrsti signifikacije dobi dodatne mitološke in s tem tudi ideološke pomene. Implicira podobo življenja v državah tretjega sveta, kot je npr. Kazahstan, ki je zaostalo, nerazvito, tudi nekulturno in nemoralno. Država, kot je Kazahstan, je Američanom neznana, podoba o državah tretjega sveta dobijo iz medijev. Mit o državah tretjega sveta je pri Američanih že obstajal, zato znak v filmu na konotativni ravni dobi takšen preferenčni pomen. Večkrat je prikazan, bolj se ozavešča pri ljudeh.

Na drugi strani pa v nasprotju s Kazahstanom obstaja mit o Ameriki kot najboljši, popolni državi. Ameriški način življenja je najbolj pravilen in vsi bi se morali učiti od njih. Ker takšen mit oziroma vedenje v kulturi gledalcev obstaja, tudi ta znak, kjer gre Borat v Ameriko, da bi se naučil, kakšno je pravilno življenje, konotira takšen preferenčni pomen. Ameriška nacionalna identiteta se tvori z odnosom do drugih držav in prav tukaj na konotativni ravni ameriška identiteta dobi pomen, kaj smo »mi« v primerjavi z »njimi«.

Nadaljevanje filma nam ponuja podobne preferenčne pomene. Borat skozi film srečuje ljudi, ki mu dajejo nasvete o tem, kaj je moralno in družbeno sprejemljivo. Z njihovega vidika, z vidika ameriških vrednot. Pat Haggerty (učitelj za humor) mu daje lekcije,

kakšen je humor v Ameriki, skupina feministk mu daje lekcije o tem, da imajo ženske pravico biti izobražene in da imajo sploh pravice, inštruktor za vožnjo mu daje lekcije, da ne sme piti medtem ko vozi, da ima ženska pravico izbirati, s kom ima spolne odnose, Kathie B. Martin (učiteljica etike) mu daje nasvete, kaj delati na večerji, kako dajati komplimente, kako pozdraviti ljudi ali pripeljati goste itd. Na večerji ga učijo pravilnega obnašanja. Ena izmed udeleženk pravi, da so kulturne razlike sicer ogromne, vendar bi se ga dalo »amerikanizirati«. Ti znaki v drugi vrsti signifikacije postanejo označevalci za mitološko sporočilo o ameriškem načinu življenja. Mit, ki v družbi obstaja o ameriškem načinu življenja temelji na zahodnjaških vrednotah in liberalnem načinu življenja. Še več, oni so od Boga poslan narod, njihove moralne in kulturne vrednote so edine pravilne. V filmu udeleženci filma, iz katerih se je Borat ponorčeval, poučujejo Borata o teh »pravilnih« vrednotah. Borat je kot predstavnik držav tretjega sveta, reprezentiran kot smešen, kot nekdo, ki ne ve, kako se »pravilno« obnašati. Ljudje, ki jih je Borat izbral za svojo tarčo, se Boratu smeji.

Liki, ki večinoma nastopajo v filmu, so beli moški srednjih let, srednjega razreda, opravljajo poklice, kot so: učitelj humorja, inštruktor vožnje, voditelj oddaje, prodajalec v trgovini s spominki. Tudi ženski liki so večinoma belke, Borat se zaljubi v Pamela Anderson, ki je ideal ameriške lepote. Izjeme so le nekateri npr. Alan Keyes (črn politik), skupina mladih, kjer so črnci in belci, judovska družina. V drugi vrsti signifikacije znaki postanejo označevalci za tipičnega Američana, ki naj bi bil bel moški srednjih let, srednjega razreda. Kljub temu, da v Ameriki obstajajo različne etnične skupine, je to tisto, kar vodilna elita želi prikazati, in kar naj bi oni sami in tudi drugo občinstvo videlo ter ustreza prevladujočem mitu, ki v družbi obstaja že od nekdaj in deluje kot nekaj naravnega. Večkrat to reprezentirajo v filmih, bolj naravno deluje.

Borat ima na rodeu govor, v katerem podpre boj Amerike proti terorju in proti Iraku, gledalci mu bučno aplavzirajo. Ta znak na drugi ravni signifikacije postane označevalec, ki ustreza mitu, s katerim konceptualiziramo vlogo Amerike v svetu. Prevladujoč mit je, da Amerika lahko posreduje kjerkoli, skrbi za mir na svetu, se bori proti terorju, tudi če je

za to potrebna vojna. Družba razmišlja o Ameriki kot takšni, zato znak aktivira verigo predstav, ki sestavljajo ta mit.

Borat pride v prostor, s skupino vernikov, ki častijo in molijo k Jezusu in tudi pojejo krščanske pesmi. Jim Smith v svojem govoru reče: »*Smo krščanski narod, bili smo krščanski narod in vedno bomo, dokler se dobri Bog ne vrne!*« V drugi vrsti signifikacije dobi znak preferenčni pomen zaradi vedenja določene kulture. Mit, da je ameriški narod krščanski narod, poslan od Boga, da naseli novo ozemlje t.i. »Novi Jeruzalem«, v družbi obstaja že od prej. Ker pa je izmed vseh verskih skupnosti, ki v Ameriki obstajajo, prikazana ravno krščanska, to podkrepi mit o ameriškem narodu kot krščanskem narodu.

3.3 Pearl Harbor

Film je režiral Michael Bay in je produkcija ZDA iz leta 2001. Je zgodba o dveh najboljših prijateljih Dannyju in Rafu, ki odraščata s sanjami o tem, da bosta nekega dne postala pilota bojnih letal. Rafe se zaljubi v medicinsko sestro Evelyn, vendar ko dobi priložnost, da se med drugo svetovno vojno pridruži Kraljevi letalski floti, prostovoljno odide v Evropo, kjer se pridruži skupini ameriških pilotov, ki delujejo v okviru angleškega letalstva. Njegovo letalo je v nekem boju zrušeno, on pa proglašen za mrtvega. Danny in Evelyn sta oba zelo potrta. Med tem časom živita na Havajih. Njuno prijateljstvo se začne s tolaženjem drug drugega ob smrti prijatelja in ljubimca. Vendar se med njima čez nekaj časa splete ljubezen. Rafe pa ni mrtev in ko pride nazaj, razočarano ugotovi, da je njegova Evelyn skupaj z njegovim najboljšim prijateljem Dannyjem. Sledi noč pijančevanja in pretepanja. Vsi so sproščeni in dobre volje, naslednji dan Japonci napadejo in dobijo vojake popolnoma nepripravljene za odpor. Sestrelijo njihove ladje eno za drugo. Rafe in Danny sestrelita sedem japonskih letal, vendar Japonci pustijo za sabo upostošenje in skoraj 3000 mrtvih Američanov. Američani prej niso bili pripravljeni stopiti v vojno, vendar jih je Pearl Harbor spodbudil v to in na zelo krut način iz nezrelih mladeničev čez noč napravil moške. V zadnjem delu filma povabi polkovnik Doolittle pilota Dannyja in Rafa na posebno skoraj samomorilsko misijo. Izvedli naj bi letalski

napad na Japonsko. Po napadu zasilno pristanejo na Kitajskem, kjer jih ujamejo Japonci. Danny umre. Ko se Rafe vrne, je zopet skupaj s svojo ljubeznijo Evelyn.

Film smo uvrstili v žanr vojnega filma, saj predstavlja dogajanje v II. svetovni vojni.

V žanru vojnih filmov se pojavlja veliko simbolnih znakov nacionalne identitete: vojska v ameriških uniformah, ameriška zastava, vojni junaki, ob koncu filma inavguracija predsednika Roosevelta, kot ceremonialnega dogodka, z ameriško zastavo v ozadju. Simbolni znak je tudi vsebina filma, saj opisuje zgodovino ameriškega naroda, napadu Japoncev na Pearl Harbor med II. svetovno vojno. Zgodovina naroda je simbolni znak nacionalne identitete, vsak narod mora imeti zgodovino.

Glavni junak je Rafe, ki mu v imenu svojega naroda ni problem žrtvovati lastno življenje. Je narodni junak, bori se v imenu dobrega (zavezniških držav) proti skupnemu sovražniku (Nemcem v Evropi in kasneje proti Japoncem). Je vojak, ki se je sam prostovoljno javil za boj proti Nemcem v Evropi in poseblja ameriški narod. V drugi vrsti signifikacije ta znak dobi pomen, ki je ustvarjen skupaj s prevladujočim mitom, ki obstaja med gledalci, in sicer mit o ameriški odgovornosti, da posreduje kjerkoli za mir na svetu, ne glede na sredstva, ki so pri tem potrebna. Amerika žrtvuje svoje ljudi, da dosežejo mir na svetu.

ZDA so po napadu na Pearl Harbor vstopile v II. svetovno vojno. Med samim napadom, kjer je bila Amerika popolnoma poražena, je proti koncu bitke, ko z avioni vzletita Danny in Rafe, sestrelita 7 sovražnikovih letal, prikazana zmagovito, glasba se iz poražene in tragične spremeni v glasbo zmage. Po napadu Japonci izjavijo: *»Bojimo se, da smo le zbudili spečega velikana«*, predsednik Roosevelt v svojem govoru po napadu pove, da so jih Japonci zapeljali, da bo zmaga njihova in da razglašajo vojno stanje, v filmu se pojavijo še druge izjave kot npr.: *»Bog obvaruj tiste, ki se bodo borili proti Ameriki, če je tam še veliko takih kot Rafe.«*, *»Zmaga je na strani tistih, ki najbolj in najdlje verjamejo vanjo. Mi verjamemo in v to bomo prepričali tudi Ameriko«*, opis Rafa in Dannyja: *»Sta prostovoljca z junaškim srcem. Zaradi takih lahko Amerika zmaga vojno.«* Film se

zaključiti s strogo zaupno misijo, kjer so velike možnosti, da ne boš preživel. V imenu žrtvovanja za narod vsi prostovoljci simbolno stopijo naprej, ko jih Doolittle vpraša, kdo se je pripravljen boriti za Ameriko. V zadnji misiji Amerika zmaga, Danny je žrtev v imenu ameriške zmage. Prej je Amerika poznala samo poraz, po napadu Doolitla, pa je dobila polet za zmago in Japonci so se umaknili. *»Amerika je trpela po Pearl Harborju, a je postala močna. Nihče, ki želi postati sovražnik Ameriki, ne ostane nemaščevan.«* Ti znaki na ravni konotacije dobijo preferenčne pomene in verigo predstav, ki ustrezajo mitu že prisotnem v družbi, ki ga je vodilna elita želela ustvariti, sedaj pa mora biti v družbi čim večkrat poudarjen, da se ozavešči pri ljudeh. Prevladujoč mit je, da je Amerika odgovorna za mir po celotnem svetu, ona je vodilna sila, ki se lahko vmeša kjerkoli je to potrebno. Kdor pa se postavi nasproti tej velesili, bo poražen, kajti ona je zmagovalka, tam so ljudje, ki se s srcem in dušo borijo za svojo državo in svoj narod. Amerika je notranje združena, vsi ljudje so se pripravljene združiti in boriti proti sovražniku za svobodo.

Film ponuja znake, ki reprezentirajo tipičnega Američana. To je bel moški (oba glavna junaka Danny in Rafe sta belca, tako tudi večina drugih vlog), po veroizpovedi kristjana, ker dostikrat omenjata Boga, srednjega razreda, z občutkom za pripadnost državi in narodu. Tudi ženske so mlade, lepe, belke. Imajo čut za državljansko dolžnost, saj je večino izmed njih bolniških sester v vojski. Tudi Evelyn, glavni ženski lik, ima na nek način vlogo junakinje. Pod pritiskom napada in mnogih ranjenih, se ni zlomila, ampak je ostala trdna in se borila za vojake, dokler se je mogla. Tudi ona se zaveda, kako pomembno je heroično žrtvovanje vojakov v vojni. Ko že ve, da je noseča ob Dannyjevem odhodu v skoraj samomorilski napad na Tokyo izjavi: *»Le naj gre Danny na misijo in naj se vrne živ.«* Ti znaki na ravni konotacije ustrezajo mitu o tipičnem Američanu v družbi, in sicer ženska je emocionalna in je doma, zvesto čaka svojega junaka. Moški pa se bori ne le za narod, ampak tudi za njuno skupno prihodnost. Ob vsem skupaj je prisotna tudi idealna ljubezen in družinski ideal. Mitološka predstava v družbi in reprezentacija znaka v prvi vrsti signifikacije dajeta skupaj ideološko sporočilo o idealni skupini in družini (dominanti rasi in spolnemu idealu) na konotativni ravni.

V filmu nastopa le nekaj črncev. Od tega je bil eden izmed njih odlikovan kot prvi črni vojak. Amerika temelji na liberalizmu in demokraciji, kjer ni rasne in etnične diskriminacije, vsi so enaki, vsi enakopravni in takšno podobo bi tudi rada gradila. Ta znak zato na ravni konotacije dobi preferenčne pomene, ki ustrezajo mitu in vrednotam, ki jih imajo gledalci.

Sovražnik v filmu so najprej Nemci, proti katerim se Rafe bori v Evropi, vendar niso neposredni sovražnik. Nemčijo kot sovražnika opisujejo s stavki: »*Nemška vojska brezobzirno bombardira center Londona medtem ko se Churchilov RAF bori za britansko nebo.*« Japonci niso reprezentirani kot »brezčloveški« in »živalski«, kakršni so bili v filmih med II. svetovno vojno, ampak kot taktični in pametni: »*Pameten sovražnik napade tam, kjer mislite, da ste varni.*«, v filmu navedejo da Japonci niso napadali brez razloga, razlog je bil, da so jim Američani preprečili dostop do nafte. Razlog takšne reprezentacije sovražnika leži v spremembi politike po letu 1943, ko so se začela kazati razlike med zavezniki. Ameriki je postalo jasno, da bo prišlo do razdrtij s Stalinom, zato so potrebovali druge zaveznike. To pa so bili lahko tudi Japonci, ki so tudi v filmih dobili boljšo podobo (glej Suid v Štimpfel 2005: 23). Podoba sovražnika ima svoje pomene, ki jih tvori na ravni konotacije. Pri ustvarjanju identitete je pomembno razmerje »mi« proti »oni« in ravno tukaj se ustvarja pomen, kaj so Američani nasproti sovražniku. Pomen na takšen način gledalci preberejo, ker ustreza mitološkemu sporočilu, ki govori, da je Amerika pripadnica dobrega, pripadnica miru in vsi, ki so na njeni strani so dobri, sovražnik pa je v primeru Nemčije brezobziren in nemoralen.

Znaki, ki na ravni konotacije dobijo pomene o Ameriki kot državi dani od Boga, kot državi, ki je odgovorna le Bogu so: po napadu na Pearl Harbor, ko je 3000 ljudi mrtvih, Američane predsednik nagovarja z: »*Bog vas bo odrešil in blagoslovil.*« Bog je dostikrat omenjen skozi celoten film. Amerika je že od prvih priseljencev dalje obravnavana kot država »dana od Boga«, »Novi Jeruzalem«. Te vrednote imajo ljudje v sebi in ko filmi prikazujejo takšne znake, le ti na ravni konotacije dobijo takšne preferenčne pomene.

3.4 Pleše z volkovi (*Dances With Wolves*)

Film je režiral Kevin Costner in je produkcija ZDA iz leta 1990. Zgodba se začne z bitko med severno federacijo in južno konfederacijo v ameriški državljanski vojni. Poročnik Dunbar izve, da mu morajo amputirati nogo, zato se odloči narediti samomor, s tem pa spodbudi svoje vojake za boj in reši bitko. Postane junak in dobi odlikovanje. Dobi možnost za premestitev. Poročnik Dunbar si zaželi spoznati življenje v ameriški preriji, preden ta popolnoma izgine. Premestijo ga v zapuščeno utrdbo, njegovi edini sosede pa so Indijanci iz plemena Sujev. Čez čas premostijo jezikovne težave, medsebojne strahove ter nezaupanje in postanejo prijatelji. Dunbar se zaljubi v lepo belko, ki je odraščala pri Sujih. Začne spoznavati njihovo kulturo, živeti z njimi ter celo občuti edinstveno napetost lova na bizone. Toda na koncu je pleme izdano. Takrat mora sprejeti najtežjo odločitev v svojem življenju: poglobiti se mora v svoje srce in dušo ter narediti korak, ki mu bo odločil usodo.

Film smo uvrstili v žanr vestern, saj je po tematiki tesno povezan z zgodovino naseljevanja ameriškega zahoda v drugi polovici 19. stoletja in v žanr epski/ zgodovinski film, saj opisuje zgodovinsko dogajanje.

Semiološka analiza je pokazala naslednje simbolne znake ameriške nacionalne identitete: ameriško zastavo iz časa ameriške državljanske vojne (pojavlja se ves čas tekom filma), vojaške uniforme z vsemi znaki na njih, konja z napisom US. Dogajanje v filmu je zgodovina Amerike, poročnik John J. Dunbar je proglašen za junaka, zgodovina in narodni junaki so simbolni znaki nacionalne identitete. Veliko je posnetkov prostrane pokrajine. Tudi Dunbar jo opiše: *»Pokrajina je vse, o čemer sem sanjal. Ne more biti lepšega kraja na Zemlji.«*

Film se začne z bitko, ki se odvija na St. David's field Tennessee leta 1863. To je čas med ameriško državljansko vojno, prizor kaže bitko med severom (»United States Federal government«-UNION) in 11 južnimi suženjskimi državami (»Confederate States of America«-CSAC). USA (UNION) jih niso nikoli priznavale in so jih proglasile za

ilegalce, kajti niso želele, da bi bila ZDA razdeljena (Krušič, 1984: 156). V bitki zmaga UNION, kar je predhodnica ZDA. Na ravni konotacije lahko ta znak dobi še dodaten pomen. O Ameriki je namreč razširjen mit kot zmagovalki. Bila je zmagovalka takrat in med II. svetovno vojno, v Vietnamu itd. Ni naključje, da je v filmu v bitki zmagala ravno UNION. To je znak, ki deluje v skladu s prevladujočim mitom in tako ozavešča določeno ideologijo pri ljudeh.

Poročnik Dunbar, ko se še zadnjič poda proti svojim sovražnikom reče: »*Forgive me Father.*«, komandir, ko poročniku obljubi, da ne bo izgubil noge reče: »*As God is my judge, you will keep it.*« Ta dva znaka v drugi vrsti signifikacije nosita naslednji pomen. Amerika je krščanska država, priseljenci so imeli svoje verske zasnove v anglo-ameriški protestantski tradiciji (Smith, 1991: 149). To je koncept, vedenje in videnje stvari, ki v družbi obstaja. Zato tudi sklepamo, da sta oba poročnik Dunbar in komandir kristjana.

Glavni junak poročnik Dunbar je bel moški, srednjih let, po religiji je kristjan. Tudi ostali moški, ki jih kaže so belci. Poročnik Dunbar ima kot glavni junak filma velik občutek za čast in pripadnost svojemu narodu. Ko pride na zapuščeno postojanko, ga skuša kmet Timmons prepričati, da oddideta, ampak mu odgovori: »*Kljub temu, da je vse zapuščeno, je to po ukazu moja postojanka.*« V Timmonsa celo nameri pištolo v imenu ukaza njegovega naroda. Ko ostane sam na postojanki, ves čas čaka na svojo četo in okrepitev, zakoplje orožje na postojanki, da ne bi prišlo v sovražnikove roke. Ko mu Indijanec ukrade konja, se častnik napravi v uniformo z vsemi protokoli in ameriško zastavo v roki in gre v boj. Noče biti več tarča, hoče ugled, tarča pa ne more biti ugledna. Ko najde ranjeno Indijanko, ji skuša pomagati in jo odpelje k svojemu plemenu, kar je častno dejanje. Ko se že začne sporazumevati z Indijanci kaže pripadnost svojemu narodu: še vedno nosi svojo uniformo in svoj vojaški klobuk, noče jim še točno povedati vsega o belcih. Na ravni konotacije to postanejo označevalci za mit o tem, kaj naj bi bil pravi Američan. Vrednota v družbi o tem že obstaja, ustvarjena je bila že dolgo časa nazaj, naj bi bil bel moški, srednjih let, kristjan po veroizpovedi in z občutkom za čast in pripadnost. Znak preberemo v skladu s tem mitom.

Dunbar se želi premestiti na najbolj zahodno mejo z Indijanci, tam poteka z njimi vojna. Ameriška meja se širi proti zahodu. V drugi vrsti signifikacije ta znak označuje mit t.i. »manifesta usode«, po katerem so Američani prepričani, da so oni tisti poklicani, ki naj bi živeli na ozemlju, ki je bilo prej naseljeno z Indijanci. Za njih je to ozemlje »Dano od Boga« in oni imajo edini pravico živeti tukaj, zato so dovoljena vsa dejanja, tudi ubijanje Indijancev in njihove glavne hrane bizonov.

Indijanci so v tem primeru sovražniki, ki so v prvi polovici filma reprezentirani kot barbarsko ljudstvo, brezčloveški. To nam kažejo naslednji znaki: besede kmeta Timmonsa: »*Prekleti Indijanci. Njih nočeš videti, razen če so mrtvi.*« V nekem prizoru Indijanec brezsrčno in predhodnega opozorila prestrela s puščicami kmeta Timmonsa, ki v sami osnovi ni slab človek in ga skalpira. Indijanci so le barbarsko ljudstvo, ki živi na tem ozemlju in jim preprečuje, da bi izvršili svojo usodo. Takšen preferenčni pomen dobijo te znaki v drugi vrsti zato, ker to vedenje obstajajo v družbi že od nekdaj. Američani so tisti, ki so bili dobri in so skrbeli za izvrševanje dobrega, Indijanci pa tisti zlobni, katere je bilo treba odstraniti. Ozemlje, na katerem Američani danes živijo, jim pripada, v to ni nobenega dvoma.

Dunbar uporabi kavni mlinček, ima pištolo, puške in daljnogled. Indijanci se borijo s sekirami, loki in puščicami. Na ravni konotacije preberemo mitološko sporočilo, ki postavlja razvite belce (Američane) nasproti nerazvitim Indijancem. Razvoj pomeni zmago. Mit in vedenje o Indijancih, ki so se borili le s sekirami, loki in puščicami, nasproti belcem, ki so imeli puške in tudi druge predmete značilne za razviti svet, obstaja v družbi že od nekdaj. Zato znaki nosijo takšne preferenčni pomen na ravni konotacije.

V drugi polovici filma se stvari začnejo obračati. Indijance reprezentira kot človeške, skuša opisati razloge, zakaj so se obnašali tako, kot so se. Dunbar vedno bolj izgublja pripadnost do svoje bele rase, beli vojaki so vedno bolj reprezentirani kot brezčutni in nemoralni. Na koncu filma se jim popolnoma odpove. Ko njegova četa pride v postojanko se z njimi ne želi več pogovarjati. Govori jezik Indijancev. Indijansko pleme postane del njega. Ti znaki v drugi vrsti signifikacije ne delujejo v skladu s prevladujočo

mitologijo. Prevladujoča mitologija je, da so Indijanci barbari, belec pa ostane časten in pripaden svojemu narodu. Znaki konotirajo pomena, ki bi bil v skladu z dominantno ideologijo.

3.5 Titanik (Titanic)

Film je režiral James Cameron in je produkcija ZDA iz leta 1997. Lovec na zaklade Brock Lovett poskuša leta 1996 s svojo ekipo najti na potopljeni ladji Titanik, z novo najsodobnejšo opremo, že davno izgubljeni diamant imenovan »Srce oceana.« Iz potopljene ladje izvlečejo sef, v njem najdejo sliko gole dame, ki ima na sebi le ta izgubljeni diamant. Ta dama je Rose Dawson Calvert, zdaj že ostarela gospa, ki jim pove svojo zgodbo iz časa, ko je Titanik, 10. aprila 1912, prvič in zadnjič plul preko Atlantika. Rose je bila takrat stara 17 let, zaročena je bila z dobro situiranim Caledonom Huckleyem. Rose je v sebi skrivala bolečino, ker se je mora poročiti brez ljubezni in se vključiti v ponarejeno in dolgočasno philadelphijsko elitno družbo. Ko je poskušala narediti samomor, jo je videl Jack Dawson, revni slikar, ki je zadel svojo karto na igri pokra. Prepričal jo je, da ni naredila samomora. Njen zaročenec je v zahvalo Jacka povabil na večerjo. Med Rose in Jackom se je začela tkati ljubezenska vez. Ladja je 14. aprila zadela v ledeno goro in nepotopljiva ladja Titanik se je začela potapljati. Poskušali so rešiti čim več ljudi, vendar je bilo rešilnih čolnov premalo. Ljubosumni Huckley je poskušal prepričati Jacku in Rose, da bi bila skupaj, zato je Jacka obtožil kraje diamanta. Na ladji je nastajala vedno večja panika, ljudje so se hoteli rešiti na vse mogoče načine, vendar je bilo možnosti malo. Huckley se je s pretvezo, da ima otroka, vkrca na rešilni čoln. Rose in Jack sta ostala na ladji do konca dokler se le ta ni potopila. Končala sta v mrzlem morju. Rose so rešili, Jack pa je umrl zaradi podhladitve.

Film smo uvrstili v žanr epskega/zgodovinskega filma, ker opisuje zgodovinsko dogajanje in pa v žanr drama, saj vsebuje resne zaplete, kaže realistične karakterje, postavitve, življenjske situacije in zgodbe. Vsebuje tudi napet razvoj oseb in interakcij.

Semiološka analiza filma je pokazala en simbolni znak ameriške nacionalne identitete, in sicer kip Svobode. Najprej ga omeni Fabrizio, ki v šali na začetku potovanja reče: »*Že vidim kip Svobode!*«, ki ga pokažejo na koncu filma, ko končno prispejo v New York.

Film se začne, ko skupina ameriških lovcev na zaklade, z uporabo najnovejše tehnologije, raziskuje potopljene razbitine ladje Titanik. Na ravni konotacije nam ta znak nudi dodaten pomen. Ni naključje, da je prav Amerika tista, ki ima tehnologijo in znanje, da lahko raziskujejo globine morja. Takšen pomen nastane v skladu s prevladujočim mitom v družbi, ki ima Ameriko za eno izmed tehnološko najbolj razvitih držav, z visoko ravnijo znanosti in znanstvenega raziskovanja. Pomen, ki nam ga daje ta znak, se zdi naraven, normalno je, da je ravno Amerika raziskovala morsko dno. Ona to zna in zmore, ima pa tudi sredstva, da si to lahko privoščijo ljudje, ki to zmorejo in si upajo.

»*Titanik je bil sanjska ladja. Res je bil.*« To je bil Rosin opis ladje. Znak, ki na ravni denotacije pomeni lepo ladjo. Na ravni konotacije pa dobi še drug pomen. Titanik je bila ladja, ki naj bi vozila iz Southhamptona (Anglija) do New Yorka (ZDA). Če je bila to sanjska ladja, je to pomenilo potovanje v sanjsko obljubljeni deželo Ameriko. Amerika je bila v času množičnega preseljevanja in tudi danes znana kot država, kjer vsakdo lahko postane iz nič vse, če le trdo dela, kjer so pred zakonom vsi enaki, kjer je svoboda govora, svoboda tiska itd. To je prevladujoč mit in zato nam ta znak daje pomen v skladu s tem mitom oziroma ga še bolj ozavešča. Veselje glavnega junaka Jacka Dawsona in njegovega kolega Fabrizia in Fabrizijeva izjava: »*V Ameriko grem, da postanem milijonar.*« sta znaka, ki nam v drugi vrsti signifikacije dajeta podoben preferenčni pomen.

Američani v filmu so Rose, njen zaročenec Hockley, njena mama in še drugi v elitni ameriški družbi ter glavni junak Jake. Zgodba Titanika deluje kot razlikovanje med zgornjo palubo/spodnjo palubo; zgornji razred/spodnji razred; ameriški/evropski, kar je prikazano skozi označevalce kot so vrsta glasbe, oblek, barv, prizorov itd. V mnogih semiotskih analizah je naslednji korak raziskati mero, do katere je ena stran vedno ovrednotena kot boljša od druge. Rosine odločitve pa nimajo samo romantične teže, njene

odločitve vodijo k bolj demokratični usodi skozi ta sistem nasprotij (glej Branston in Stafford 2003: 14). Ladja je sicer razdeljena na zgornji in spodnji razred, vendar znak Rosine odločitve za Jacka v drugi vrsti signifikacije, ustreza najsplošnejšemu mitu o Ameriki kot o obljubljeni deželi, kjer lahko z delom dosežeš vse, saj se je Rose v tem primeru odločila za Jacka, ne glede na to, da je iz revnejšega razrednega sloja. V Ameriki je v nasprotju z Evropo vse mogoče. Ne glede na družbeni položaj, lahko dosežeš vse, saj tam vlada demokracija in enakost.

Vsi Američani v filmu so belci. Navajajo Boga: »*Še sam Bog je ne more potopiti.*«, Jack ugledni družbi reče: »*Ko pridem s Titanika, bom v božjih rokah.*«, kar nam ustvari pomen, da so belci, kristjani, kar je v skladu s prevladujočim mitom o tipičnih Američanih.

3.6 Hannibal

Film je režiral Ridley Scott in je produkcija ZDA iz leta 2001. Zgodba Hannibal je nadaljevanje zgodbe *Ko jagenjčki umolknejo*. Govori o posebni agentki FBI Clarice Starling in psihopatskem množičnem morilcu in zelo dobrem psihologu Hannibalom Lecterjem, ki sta v prvem filmu navezala posebno vez. Film se začne s posebno akcijo, ki se ne zaključi tako, kot bi se morala, zato je Starlingova v težavah. Ministrstvo za pravosodje in mediji se obrnejo proti njej in jo obtožijo, da ni ravnala pravilno. Iz zagate jo reši Mason Verger, eden izmed Hannibalovih žrtev, ki je edini preživel. Je bogat dedič in s svojim denarjem se želi maščevati človeku, ki ga je iznakazil in zaznamoval za celo življenje. Želi, da Starlingova zopet dela na primeru Hannibal, kajti potrebuje jo za vabo. Hannibal je medtem v Italiji, kjer uživa svojo svobodo. Starlingovi pošlje pismo, s pomočjo katerega ga izsledi. Izsledi pa ga tudi detektiv Pazzi, ki želi dobiti nagrado, ki jo razpisuje Verger za kakršnekoli informacije o Hannibalu. Zato se Pazzi spusti v nevarne vode lova na Hannibala, le ta ga na koncu ubije. Hannibal se vrne v Ameriko, kjer ga najde Vergerjeva ekipa in maščevanje se bliža. Vklenejo ga in nanj spustijo lačne divje svinje, medtem pa pride Starlingova in ga reši smrti. Clarice je ranjena, Hannibal jo oskrbi, maščuje pa se podkupljivemu uradniku Ministrstva za pravosodje Paulu

Krendlerju, ki je poskrbel, da so Starlingovo izločili iz FBI. Hannibal na koncu pobegne iz kraja zločina, še preden pride policija in že je na letalu.

Semiološka analiza nam je pokazala naslednje simbolne znake ameriške nacionalne identitete, ki spodbujajo pripadnost narodu: FBI (»Federal Bureau of Investigation«), ki je raziskovalna agencija, podaljšana roka Ministrstva za pravosodje, ki je zaradi svoje prepoznavnosti nacionalni simbol. Zadolžena je za varovanje ZDA pred teroristi in zunanjimi sovražniki in tudi za notranji kriminal. Ameriška zastava se v filmu pojavi večkrat. Najprej v novicah po televiziji, potem na oddelku Ministrstva za pravosodje, kjer se v ozadju pojavijo še drugi nacionalni simboli: ameriški orel, kipi politikov, slika predsednika, modra zastava z znakom Ministrstva za pravosodje, ameriška zastava. Tudi Clarice ima doma ameriško zastavo, kot zavedna državljanka, ena pa visi na hiši v soheski. Zgradbo oddelka za FBI v Washingtonu pokaže od zunaj, prav tako »The United States Capitol«, najbolj znane stavbe na »Pennsylvania Avenue«, ki je ena najpomembnejših in razpoznavnih ulic v srcu Washingtona. Omenjen je tudi praznik 4. julij, ki je zelo pomemben za ZDA. Clarice je junakinja, ki je reprezentirana kot oseba s popolnim občutkom za to, kaj je prav in kaj narobe, je častna in sposobna. V novicah je tudi omenjeno, da je rešila senatorjevo hči, kot simbolni znak, da deluje za državo in državljane. To je narodna junakinja, ki varuje povprečnega državljan in skrbi za njegove pravice in je kot takšna nacionalni simbol.

V enem izmed prizorov v ozadju vidimo »Pepsi«, kar je znak, ki ga na ravni konotacije preberemo kot znak globalne ameriške kulture, ki je prepoznavna povsod po svetu. Prevladujoč mit o Ameriki je, da je njihova kultura potrošniška, usmerjena k posamezniku kot potrošniku in ne kot državljanu, zagotavlja mu identifikacijo s proizvodom, blagovno znamko, stilom življenja. »Pepsi«, kot znak v filmu, nam na ravni konotacije daje pomen, ki delujejo v skladu s to mitologijo.

Na zagovoru Starlingove se na Ministrstvu za pravosodje pojavi 7 ljudi, od tega je ena ženska in en črnc, drugi so beli moški srednjih let. V celotnem filmu se pojavi 6 črncev, od tega so 4 reprezentirani kot kriminalci. Ta znak na ravni konotacije preberemo kot v

skladu s prevladujočim mitom, da so prebivalci Amerike večinoma belci, srednjega razreda. Črnici so večinoma ljudje z nižjim statusom in kriminalci.

Glavna ženska oseba Clarice Starlingova je reprezentirana kot verna, saj sama sebe opiše kot vzgojena v luteranski veri. Vester je krščanske vere, saj pove, da je njegov oče ustanovil krščanski tabor in da ima imuniteto pri javnem tožilcu in pri »vstalem Jezusu«, ter da je on nad vsemi. Ameriški narod je namreč narod kristjanov oziroma takšen mit v družbi obstaja. Znake kot so izjave o »Bogu«, nam zato na ravni konotacije v skladu s tem mitom dajejo takšen preferenčni pomen.

V filmu je del dogajanja tudi v Evropi. Tam večkrat pokaže ljudi, ki kadijo cigarete, v nasprotju z Ameriko, kjer ni bila nobena izmed oseb prikazana s cigareto. Prikaže tudi tipične evropske kafiče in nekatere druge kulturne znamenitosti. Na ravni konotacije te znake preberemo kot nasprotne znake, kaj je Evropa v primerjavi z Ameriko. Semiotika se namreč nagiba k temu, da lahko znake razumemo v celoti šele pri razlikovanju z drugimi znaki v njihovem posameznem reprezentacijskem sistemu ali kodu (Branston, Stafford, 2003: 15). O Evropi med gledalci že obstaja določen mit in koncept, in sicer tam več ljudi kadi cigarete v nasprotju z Ameriko, tam imajo male kafiče ob cesti, Evropa je dežela umetnosti in kulturne zgodovine. Znaki v filmu nam na ravni konotacije aktivirajo verigo predstav, ki so v skladu s to mitologijo.

Eden izmed znakov je prikaz uradne strani FBI, kjer pokažejo 10 najbolj iskanih kriminalcev, med njimi posebej izpostavijo Osamo Bin Ladna, kar na ravni konotacije podpira mit o tem, kdo so glavni sovražniki Amerike. To so islamski teroristi. Slika Osame Bin Ladna je ikonični znak, zato omogoča še lažjo prepoznavnost in večjo identifikacijo. Mit o islamskih teroristih, kot glavni grožnji Ameriki so mediji ustvarili že pred časom, konotacija znakov kot je ta, ustreza temu najsplošnejšemu mitu.

3.7 *Moulin Rouge*

Film je režiral Baz Luhrmann in je produkcija ZDA iz leta 2001. Glavni junak Christian je pesnik in pisatelj, ki je v času bohemskega gibanja prišel v Pariz. Pariz je mesto umetnikov, zabav, abstinta in *Moulin Rouge* kabareja. Zaljubi se v glavno zvezdo Satine. Satine je lepa kurtizana, ki verjame, da je moškega vredno imeti le zaradi denarja. Pride do napake in Satine spozna Chirstiana, vendar sprva verjame, da je on vsemogočni Duke, ki bo s svojim denarjem pomagal pri naslednji predstavi v *Moulin Rougeu*. Tudi Duke se zaljubi v Satine in zahteva od Harolda Zidlerja, vodje *Moulin Rougea*, da je Satine ekskluzivno njegova. Vendar v tem času potekajo priprave na predstavo *Spektakel Spektakel*, ki jo je napisal Christian, zato »mora« glavna igralka Satine preživeti veliko časa z njim, da skupaj vadita za predstavo. Duke to verjame, Christian in Satine pa sta med tem časom vedno bolj zaljubljena. Duka navsezadnje mineva potrpljenje, zato zahteva, da bo tistega večera Satine preživela noč z njim. Christian je nor od ljubosumja, Satine pa se ne more več pretvarjati, in Duke spozna, da je zaljubljena v Christiana. Besen je in zahteva, da bo Satine njegova, ali pa bo dal ubiti Christiana. Satine izve, da umira za turbekolozo, zato hoče rešiti Christiana pred smrtjo tako, da ga odžene in mu reče, da ga ne ljubi. Christian se hoče prepričati v to, zato pride nazaj v *Moulin Rouge* in zamenja glavno vlogo v predstavi in skupaj odigrata svojo ljubezen in zapojeta svojo skrivno ljubezensko pesem. Občinstvo je navdušeno, Satine pa izmučena od bolezni za odrom umre Christianu v naročju. Christian njuno ljubezen obdrži za večno, tako da napiše zgodbo o njiju.

Film glede na naše definicije ustreza žanrski obliki muzikla, saj imajo glasba, pevski ali plesni vložki osrednji pomen in so integrirani v pripoved.

Zgodba se dogaja v Parizu okrog leta 1900, osebe ki nastopajo niso Američani, zato v filmu skoraj ni znakov ameriške nacionalne identitete. Simbolni znak nacionalne identitete je jezik, ki je ameriška angleščina, čeprav je samo dogajanje v Franciji. V filmu pa so uporabljene tudi pesmi iz ameriške popularne glasbene kulture, kot so npr. Madonna: »*Material Girl*«, »*Like a Virgin*«, Nirvana: »*Smells Like Ten Spirit*«, Kiss: »*I Was Made for Loving You Babe*«, Whitney Houston: »*I Will Always Love You*«, Christina

Aguilera, Pink, Lil' Kim, Mya (najnovejše izvajalke): »Lady Marmalade«, Debarge: »Rythm of the Night« in še nekatere druge.

3.8 Ocean's eleven

Film je režiral Steven Soderbergh in je produkcija ZDA iz leta 2001. Danny Ocean je eleganten, a pretkan tat, ki ima takoj, ko pride iz zapora, v glavi že načrt za enega največjih ropov igralnic v zgodovini. Vsi se zavedajo, da so igralnice ene izmed najbolj zavarovanih zgradb ter da jih je skoraj nemogoče oropati. Vendar je to za Dannyja izziv, zato v eni noči zbere 11 specialistov - Rustyja Ryana, desno roko Oceana; Linusa Caldwell, katerega spretni prsti lahko sežejo v še tako skrit žep; Basherja Tarra, strokovnjaka za orožje; Reubena Tishkoffa, katerega je novi kralj Las Vegasa zabilisal iz njegovega hotela in v tem vidi priložnost za poravnavo računov; brata Malloy, Virgila in Turka, izkušena avtomehanika, vozača in pozerja; Franka Cattona, profesionalnega delilca kart in opazovalca; Saula Blooma, ki je mislil, da bo prenehal s sleparijami; Livingstona Della, oči in ušesa ekipe, ki je zmožen vdreti v še tako zapleten varnostni sistem in Yena, kitajskega akrobata. V igri je tudi Dannyjeva bivša žena Tess, ki je postala ljubica lastnika vseh treh igralnic, ki jih nameravajo oropati, Terrya Benedicta. Danny jo želi pridobiti nazaj. Vsi skupaj složno izvedejo skoraj brezhiben rop, denar pa si razdelijo. Dannyja zaprejo zaradi kršenja pogojne kazni. Ko pride ven, prideta ponj Rusty in Tess.

Film smo uvrstili v žanr akcija, saj vsebuje spektakularno dogajanje, polno velikih načrtov in spletk.

S semiološko analizo smo našli naslednje simbole ameriške nacionalne identitete: na začetku filma pokaže Dannyja Oceana v državnem zaporu »North Yersey state prison«. Predstavitev posameznih članov Dannyjeve akcije nas popelje po mestih iz različnih predelov ZDA. Rusty se nahaja v Hollywoodu v Kaliforniji, Rueben je v Las Vegasu v Nevadi, brata Malloy (mormonska dvojčka) se nahajata v Salt Lake cityju v državi Utah (Utah je znan po tem, da je večino prebivalcev mormonov), Livingston Dell in Basher se

nahaja v Los Angelesu v Kaliforniji, Čudežni Yen v San Diegu, Kalifornija, Saul v San Petersburgu, Florida in Caldwell v Chicago v Ilinoisu. Pokaže tudi znak »*Welcome to fabulous Las Vegas*«, mesto pa pokaže v vsem njegovem blišču, Američani so nanj zelo ponosni. Vsa so znana mesta v ZDA, ki so simbolni znaki ameriške nacionalne identitete. Ob koncu filma pa pokaže ameriško zastavo, ki je obešena na eni izmed hiš.

Eden izmed znakov prisotnih v filmu je igralništvo v Las Vegasu. V Ameriki je vse mogoče, vsakdo lahko postane iz nič vse. To je obljubljeni dežela. Igralništvo kot znak na ravni konotacije dobi takšne preferenčne pomene, zato ker so v skladu z dominantnim kulturnim kodom.

Ekipa Dannyja Oceana je sestavljena iz 8 belcev, 2 črncev in 1 Kitajca. To razmerje ni realna etnična sestava ameriškega naroda. Poleg tega je tudi lastnik igralnic Terry Benedict belec, Tess je lepa belka. Ta etnična sestava je v skladu s prevladujočo mitologijo, kjer je tipičen Američan belec. Vendar niso povprečni državljani srednjega razreda, saj je vsakdo izmed njih posebej, z njimi se povprečen državljan težko identificira. Toda filmi morajo biti spektakularni, da pritegnejo večje število gledalcev. Prav tako v filmu ni reprezentirana njihova veroizpoved.

3.9 Pirati s Karibov (*Pirates of the Caribbean*)

Film je režiral Gore Verbinski in je produkcija ZDA iz leta 2003. Filmsko dogajanje sega v 16. in 17. stoletje, ko so po Karibskih otokih še pluli pirati. Novi guverner Weatherby Swann in njegova hčerka Elizabeth Swann plujeta iz Anglije v mesto Port Royal na Jamajki. V morju najdejo preživelega, Willa Turnerja, ki ima okrog vratu piratski medaljon, ki ga Elizabeth skrije. Will tako ne pozna svojega pravega piratskega porekla, da je pirat. 8 let kasneje, Elizabeth pade v morje in kapitan Jack Sparrow jo reši. Hočejo ga obesiti zaradi piratstva, zato pobegne, vendar ga ujamejo in dajo v zapor. Tiste noči Port Royal napadejo pirati ladje Črni biser - ladje duhov. Prišli so, da bi našli medaljon in otroka Billa Turnerja, ki ga potrebujejo, da prekličejo prekletstvo. Prepričani so, da je ta otrok Elizabeth. Ob tem uspe pobegniti tudi Jacku Sparrowu in skupaj z Willom

Turnerjem odideta za Črnim biserom, rešiti ugrabljeno Elizabeth. Jack seveda pozna vso zgodbo z azteškimi medaljoni in prekletstvom, ve pa tudi, da je pravi otrok Billa Turnerja Will. Ko prispejo na Otok mrtvih Will reši Elizabeth, vendar jih posadka Črnega bisera ujame. Elizabeth in Jacka pošljejo na samotni otok, Willa pa obdržijo, da bi z njim pregnali prekletstvo. Od tam ju reši poveljnik Norrington, ki se hoče z Elizabeth poročiti. Ta končno pristane na to, samo zato, da bi jih prepričala, da rešijo Willa. Posadka Črnega bisera ni več prekleto, zato je premagana. Jacka zopet zaprejo. Will verjame, da je Jack dober človek, zato ga reši, in on končno pride do svoje ladje - Črni biser, kjer je kapitan. Elizabeth in Will postaneta par.

Film smo uvrstili v žanr pustolovskega filma, saj je zgodba razburljiva, vsebuje iskanje izgubljenih zakladov in kontinentov, eksotične lokacije, vpeta pa je v bitko med dobrim in zlim.

Semiološka analiza je pokazala dva simbolna znaka ameriške nacionalne identitete: jezik, ki je tako kot tudi v vseh ostalih filmih ameriška angleščina ter zgodovinsko dejstvo, ki je tudi del zgodovine ZDA. Nastopajo namreč karibski pirati in angleška »Royal Navy«, ki se bori proti piratom. Na Karibskih otokih so si Španci v 15. stoletju prilastili izključno pravico do kolonizacije tega ozemlja. Sprva jim tega monopola ni nihče oporekal, v 16. stoletju pa so začeli Francozi, Nizozemci in Angleži temu oporekati. Začeli so nezakonito trgovati in napadati španske ladje in naselja (Krušič, 1984: 140).

3.10 Krog (*The Ring*)

Tudi film Krog je režiral Gore Verbinski in je prav tako produkcija ZDA iz leta 2002. Zgodba se začne, ko se dve 16-letni dekletki pogovarjata o dogodkih iz preteklega tedna. Ena od njiju pove o kaseti, ki te ubije, če jo gledaš. Katie pove, da je točno sedem dni nazaj gledala to kaseto. V neznanih okoliščinah še isto noč umre. Njena teta Rachel je novinarka, njen sin Aiden pa je bil Katien dober prijatelj. Začne poizvedovati o njeni smrti. Tako izve za kaseto in za dogodka v kabini 12, v gorah, kjer so najstniki preživeli vikend in kjer naj bi gledali kaseto. Najde kaseto in jo tudi sama pogleda, nato pa naredi

kopijo, pogleda jo tudi Aidnov oče Noah in tudi Aiden. Rachel raziskovanje pripelje do otoka Moesko in do hiše Anne in Richarda Morgan, ki naj bi pred leti posvojila deklico Samaro. Deklico naj bi umorila in vrgla v vodnjak, ker sta jo obsodila za vse čudne dogodke na otoku (utopitve konjev, Annino psihično stanje). Rachel in Noah končno najdeta Samarin grob in uredita njen pogreb. Mislita, da bo njen duh sedaj počival. Vendar nadaljnji dogodki pokažejo, da je Samara deklica, ki nikoli ne spi in da bo ubijala še naprej. Ubije Noaha, Rachel pa ugotovi, da je edini način, da se reši, tako da naredi kopijo kasete in jo pokaže nekomu drugemu.

Film smo uvrstili v žanrsko obliko grozljivka, saj zajema podobe iz magičnih, mističnih, religioznih in mitskih predstav. Prizori so grozljivi in spominjajo na nočno moro, najhujše pa film prepušča domišljiji.

Semiološka analiza je pokazala nekaj simbolnih znakov nacionalne identitete: v enem od prizorov v šoli v ozadju visi ameriška zastava, ki je simbolni znak ameriške nacionalne identitete. Nekaj časa ne vemo, kje se zgodba odvija, potem izvemo, da je v mestu Washington, kar razberemo iz tablice na avtu. V knjižnici Rachel najde knjigo »Ameriški svetilniki«.

Glavna ženska oseba, Rachel, je lepa, mlada, pametna, uspešna novinarka, belka, srednjega razreda. Ima enega otroka, oče njenega otroka, Noah, je belec, prijetnega videza, po veri kristjan, kar razberemo iz njegovih besed: »*O ljubi Jezus.*« Pomen, ki nam ga ta znak daje na ravni konotacije deluje v skladu s prevladujočim mitom, kakšen naj bi bil tipičen Američan. To naj bi bil belec, srednjega razreda, srednjih let, po veroizpovedi kristjan. Tudi ostale nastopajoče osebe v filmu so belci, nastopata le dva črnca, učiteljica v šoli in arhivar v norišnici. Etnična sestava nastopajočih oseb v filmu ni v skladu z realno situacijo.

4. ZAKLJUČEK

Identiteto posameznika danes bolj določa popularna kultura, kot institucije ki so jo določale v preteklosti, zato smo si zastavili vprašanje, kako popularni filmski žanri reprezentirajo ameriško identiteto. Amerika prikazuje svojo identiteto, ki jo je zgradila na določenih ideoloških načelih, mitih, simbolih, zgodovinskih dejstvih, tudi v hollywoodskih filmih, ki so del popularne kulture. S tem postaja vedno bolj utrjena v zavesti državljanov in pri ostalih uporabnikih. Nacije kot zamišljene skupnosti namreč niso sestavljene iz prebivalcev nekega ozemlja v nekem času, ampak so sestavljene iz članov, ki se prepoznajo, da pripadajo tej skupnosti in vanjo vključijo tudi vse druge ljudi, ki se jim zdi, da spadajo v to skupnost. Zato je pri njihovi tvorbi in identifikaciji z njimi danes zelo pomemben komunikacijski proces. Vsakokrat, ko je simbol nacionalne identitete oziroma znak, ki deluje v skladu z določeno mitologijo v družbi, uporabljen, ozavesti pri uporabnikih določen pomen in ga še utrdi.

Simboli utrjujejo pripadnost do države. Vsaka organizacija, tudi država, uveljavlja občutke pripadnosti preko simbolov. Miti pa so način razmišljanja kulture o nečem, način konceptualizacije ali razumevanje tega. To je veriga povezanih predstav. Člani določene skupine oziroma kulture se tako prek skupnih simbolov in mitov prepoznavajo kot pripadniki te skupine in kulture ter se z njo identificirajo.

Navedenih ugotovitev v diplomskem delu ni mogoče docela definirati in iz njih pridobiti absolutne, nezmotne in splošne zaključke. Zaradi subjektivne interpretacije pri semiološki analizi dopuščamo možnost, da bi se kdo drug dokopal do drugačnih podatkov. Konstrukcija pomenov v hollywoodskih filmih je torej kombinacija vedenja, ki v družbi in pri posamezniku že obstaja ter pomenov, ki so v filmih reprezentirani. Tako se preko različnih znakov pri uporabniku povezujejo konotacije. Kljub temu lahko ob koncu diplomske naloge sklenemo nekaj ugotovitev.

Pri preverjanju tez smo ugotovili, da se v filmih hollywoodske produkcije, kot enemu izmed izdelkov popularne kulture, pojavljajo znaki ameriške nacionalne identitete, ki so v

skladu s prevladujočo ideologijo in skupaj z njo tvorijo pomen. Skušali smo tudi prikazati, da so ti znaki prisotni v vseh analiziranih hollywoodskih filmih iz različnih žanrskih oblik. V hollywoodski filmski produkciji so tudi filmi, kjer tematika in vsebina nista povezani z ameriško državo in narodom. Tudi v teh filmih najdemo znake ameriške nacionalne identitete.

V analiziranih filmih smo samo v treh filmih našli znake, ki niso v skladu s prevladujočo mitologijo in ideologijo, in sicer v filmu *Pleše z volkovi*, kjer v drugi polovici filma Indijanci niso reprezentirani v skladu s prevladujočo mitologijo, *Pearl Harbor*, kjer Japonski sovražnik ni reprezentiran kot krut in nečloveški, kar bi bilo v skladu s prevladujočo mitologijo, razlog za to je, kot smo že navedli v zunanji politiki ZDA ter *Ocean's eleven*, kjer glavni junaki zaradi spektakularnosti filma ne ustrezajo prevladujoči podobi o tipičnem Američanu. V vseh ostalih analiziranih filmih znaki delujejo v skladu s prevladujočo mitologijo in ideologijo, s tem ustvarjajo pomene, ki v družbi postajajo vedno bolj naravni. Zdi se naravno, da je Amerika takšna, kot jo prikazujejo v filmih. To je podoba, ki jo želi graditi, da bi pri svojih državljanih dosegla lojalnost in povezanost. V polietničnih državah, ki ne premorejo skupne prepričljive zgodovine, mora država »proizvesti zgodovino« ter s svojo lastno dejavnostjo in simboli galvanizirati državljane ter jih pripraviti do kolektivnega žrtvovanja za skupne cilje. Ker pa so hollywoodski filmi zelo gledani tudi drugod po svetu, pozitivno podobo o sebi Amerika gradi tudi tam in tako utrjuje svojo moč, s pomočjo ustvarjanja pomenov o sebi.

Da bi v celoti razumeli proces reprezentacije, bi bilo potrebno poleg strukture sporočil in vsebine, razumeti tudi institucionalne aparate, ki proizvajajo strukturo sporočil. Ti institucionalni aparati so lahko pod ekonomskim vplivom dobička ali pod političnim vplivom. S tem delom analize se v našem diplomskem delu nismo ukvarjali zaradi preširokega obsega tematike. Ostane pa kot predlog za nadaljnje delo.

5. LITERATURA

1. Alter, Peter (1991): Kaj je nacionalizem? V: Rizman, Rudi (ur.): *Študije o etnonacionalizmu*, 221-237. Ljubljana: Knjižna zbirka Krt.
2. Althusser, Louis (2000): *Izbrani spisi*. Ljubljana: Založba/*cf, Rdeča zbirka
3. Anderson, Benedict (1998): *Zamišljene skupnosti - O izvoru in širjenju nacionalizma*. Ljubljana : Studia Humanitatis.
4. Barber, Benjamin, R. (2001): *Jihad vs. Mcworld*. New York: Ballantine Books.
5. Barker, Chris (2000): *Cultural Studies - Theory and Practice*. London: Sage Publications Ltd.
6. Benko, Vlado (1997): *Znanost o mednarodnih odnosih*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
7. Billig, Michael (1995): Spomin na vsakdanji nacionalizem V: Nastran Ule, Mirjana (ur.): *Predsodki in diskriminacije*, 157-183. Ljubljana: ZPS d.o.o.
8. Billig, Michael (1995): *Banal Nationalism*. New Delhi: Sage Publication.
9. Branston, Gill, Stafford, Roy (2003): *The Media Student's Book - Third Edition*. London: Routledge.
10. Brumen, Borut (2000): *Sv.Peter in njegovi časi - Socialni spomini, časi, identitete v istrski vasi Sv.Peter*. Ljubljana: Knjižna zbirka Oranžna zbirka.
11. Campbell, Neil, Kean, Alasdair (1997): *American Cultural Studies - An introduction to American culture*, London: Routledge.

12. Debeljak, Aleš (1992): Televizijski pridigarji. *Teorija in praksa*, 29 (5-6), 559-567.
13. Deschamps, Jean-Claude, Devos Thierry (1998): Regarding the Relationship Between Social Identity and Personal Identity V: Worchel, Stephen, Morales, J. Francisco, Paez, Dario, Deschamps, Jean-Claude (ur.): *Social Identity - international perspectives*. London: Sage Publications.
14. Dyer, Gillian (1996): *Advertising as Communication*. London : Routledge.
15. Fiske, John (1990): *Uvod v komunikacijske študije*. Ljubljana: FDV.
16. Fiske, John in Hartley, John (1978): *Reading Television*. London and New York: Routledge.
17. Fiske, John (1982): *Introduction to Communication Studies*. London and New York: Methuen.
18. Fiske, John (1987): *Television Culture*. London, New York: Routledge.
19. Gellner, Ernest (1983): *Nations and Nationalism*. London: Cornell University Press.
20. Gellner, Ernest (1991): Nacionalizem V: Rizman, Rudi (ur.): *Študije o etnonacionalizmu*, 239-267. Ljubljana: Knjižna zbirka Krt.
21. Giddens, Anthony (1991): Nacionalna država, narod, nacionalizem V: Rizman, Rudi (ur.): *Študije o etnonacionalizmu*, 366-379. Ljubljana: Knjižna zbirka Krt.

22. Guiraud, Pierre (2004): The semiotic or semiological approach V: Beck Andrew, Bennet, Peter, Wall Peter (ur.): *Communication Studies - The Essential Resource*, 25 – 27. London: Routledge.
23. Gyuatt, Nicholas (2000): *Another American Century? The United States and the World after 2000*. London and New York: Zed Books.
24. Hall, Stuart (1997): *Representation - Cultural representation and Signifying Practice*. London: Sage Publication.
25. Hegeman, Susan (1999): *Pattern for America - Modernism and the Concept of Culture*. New Jersey: Princenton University Press.
26. Himmelstein, Hal (1994): *Television Myth and The American Mind - Second edition*. Westport: Praeger.
27. Janović, Nikola (2002): Recenzija knjige: Louis Althusser: Izbrani spisi. Ljubljana: Založba *cf, Rdeča zbirka, 2000, 231 strani. *Družboslovne razprave*, XVIII (2002), 41, 226-228.
28. Južnič, Stane (1980): *Kolonializem in dekolonizacija*. Maribor: Obzorja.
29. Južnič, Stane (1993): *Identiteta*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Knjižna zbirka Teorija in praksa.
30. Kerševan, Marko (1988): Civilna religija. *Sociologija*, XXX, (2-3), 329-341.
31. Kozol, Wendy (2005): Home and Nation - Imagining the »All-American« Family- »The Kind of People who Make Good Americans'«: Nationalism and Life's Family Ideal V: Cameron, Ardis (ur.): *Looking for America: The Visual Production of Nation and People*, 173-211. Malden: Blackwell Publishing Ltd.

32. Krušič, Marjan (ur.) (1984): *Zgodovina 2 - Velika ilustrirana enciklopedija*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
33. Lacey, Nick (1998): *Image and Representation - Key concepts in Media studies*. New York: Mac Millan Press.
34. Lind, Michael (1995/96): *The next American Nation - The New Nationalism & the Fourth American Revolution*. New York: Free Press.
35. Matic, Milan (1998): *Mit i politika*. Beograd: Biblioteka Politeia.
36. Mauk, David, Oakland John (2002): *American Civilization - An Introduction*. London, New York: Routledge.
37. Meršol, Mitja (1994): Kdo je danes Američan? V: *Teorija in Praksa* 31 (1/2), 88-92
38. Mittell, Jason (2004): *Genre and Television - From Cop Shows to Cartoons in American Culture*. New York: Routledge.
39. Musek, Janek, Pečjak, Vid (1996): *Psihologija*. Ljubljana: DZS.
40. Nastran, Ule, Mirjana (2000): *Sodobne identitete*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
41. Parkinson, David (1995/2000): *Film*. Radovljica: Didakta.
42. Pascal, Sciarini, Hug, Simon, Dupont, Cedric (2001): Example, Exception, or Both? Swiss National Identity in Perspective V: Cederman, Lars-Erik (ur): *Constructing Europe's Identity – The External Dimension*, 57 – 88. London: Lynne Rienner Publishers.

43. Pušnik, Maruša (2004): *Trčenje pomenov - komuniciranje in kulturna konstrukcija mej*; Doktorska disertacija. Ljubljana: FDV.
44. Rizman, Rudi (1980): *Marksizem in nacionalno vprašanje - Razvoj temeljnih koncepcij o narodu v marksistični družbeni misli*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
45. Rizman, Rudi (1991): Teoretske strategije v študijah etnonacionalizma. V: Rizman, Rudi (ur.): *Študije o etnonacionalizmu*, 15-38. Ljubljana: Knjižna zbirka Krt.
46. Rizman, Rudi (2000): Nacionalna država, suverenost in identiteta v času globalizacije. *Revija 2000*, 127/128 (2000), 177-189
47. Sardar, Ziauddin, Davis, Meryll, Wyn (2002): *Why do People Hate America*. Cambridge: Icon Books.
48. Slavujević, Zoran (1986): *Savremeni politički mit*. Beograd: Radnička štampa.
49. Smith, D., Anthony (1991): *National Identity*. Middlesex: Penguin Books.
50. Smith, D., Anthony (1995): *Nations and Nationalism in a Global Era*. Cambridge: Polity Press.
51. Smith, D., Anthony (1999): *Myths and Memories of the Nation*. New York: Oxford University Press.
52. Sowell, Thomas (1981): *Ethnic America - a history*. USA: Basic Books.
53. Stankovič, Peter (2005): Podobe emancipacije - reprezentacija ženskosti in moškosti v slovenskem partizanskem filmu V: *Teorija in praksa* 42 (2-3), 345-364.

54. Stankovič, Peter (2002): Slovarček ključnih besed in pojmov. V: Debeljak, Aleš; Stankovič, Peter; Tomc, Gregor in Velikonja, Mitja (ur.): *Cooltura - uvod v kulturne študije*. Ljubljana: Scripta.
55. Stewart, Colin, Lavelle, Marc, Kowaltzke, Adam (2001): *Media and Meaning - an Introduction*. London: British Film Institute.
56. Stojanović, Dušan (1984): *Film kao prevazilaženje jezika*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
57. Strinati, Dominic (1995): *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge.
58. Šimenc, Stanko (1994): *Vrednotenje filma*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo in šport.
59. Škerlep, Andrej (1996): »Semiotika oglaševanja. Anatomija pomena oglaševalskih sporočil«. V: Kramberger, Anton (ur.) *Slovenska država, družba in javnost: zbornik ob 35-letnici Fakultete za družbene vede*, 267 – 277. Ljubljana: FDV.
60. Štimpfel, Tone (2005): *Filmska podoba vojske*; Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
61. Velikonja, Mitja (1996): *Masade duha - Razpotja sodobnih mitologij*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče, Zbirka Sophia.
62. Velikonja, Mitja (2003): *Mitografije sedanjosti*. Ljubljana: Študentska založba.
63. Wasko, Janet (2003): *How Hollywood Works*. London: Sage Publications.

64. Weldes, Jutta (1999): *Constructing National Interests - The United States and the Cuban Missile Crisis*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Internetni viri:

1. Dirks, Tim (1996-2007): *Filmsite Organization - Film Genres*. Dostopno na: <http://www.filmsite.org/genres.html> (01.02.2007)
2. Kolosej: *Dan po jutrišnjem (2004)*. Dostopno na: http://www.kolosej.si/film/dan_po_jutrisnjem/ (12.1.2007)
3. Kolosej: *Borat (2006)*. Dostopno na: <http://www.kolosej.si/film/borat/> (15.1.2007)
4. Moriarty, Sandra (1995): *Visual Semiotics and the Production of Meaning in Advertising*. Dostopno na: <http://spot.colorado.edu/~moriarts/vissemiotics.html> (13.10.2006)

PRILOGA:

Število gledalcev v slovenskih kinematografih od leta 1998 do leta 2005

	SLOVENSKI NASLOV	DISTR origin.	LETO	GLEDALCI
1	TITANIK	FOX	1998	411.373
2	TROJA	WB	2004	187.454
3	HARRY POTTER IN KAMEN M.	WB	2001	173.999
4	KAJMAK IN MARMELADA	DOMES	2003	155.062
5	GOSPODAR PRSTANOV 1	WB	2002	146.649
6	GOSPODAR PRSTANOV:KRALJEVA VRNITEV	WB	2004	129.038
7	GOSPODAR PRSTANOV, STOLPA	WB	2003	122.877
8	HARRY POTTER IN DVORANA S.	WB	2002	120.985
9	UMRI KDAJ DRUGIČ	FOX	2002	120.808
10	ARMAGEDDON	BVI	1998	120.805
11	GLADIATOR	UIP	2000	115.852
12	JOHNNY ENGLISH	UIP	2003	105.697
13	VSEMOGOČNI BRUCE	BVI	2003	102.505
14	PEARL HARBOR	BVI	2001	102.327
15	AMERIŠKA PITA 2	UIP	2001	97.106
16	DNEVNIK BRIDGET JONES	UIP	2001	94.641
17	PIRATI S KARIBOV: Prekletstvo	BVI	2003	92.986
18	MOJA OBILNA GRŠKA POROKA	INDEP	2002	90.871
19	AMERIŠKA PITA	INDEP	2000	90.836
20	GARFIELD	FOX	2004	89.272
21	HARRY POTTER IN JETNIK IZ AZKABANA	WB	2004	88.941
22	POSLEDNJI SAMURAJ	WB	2004	87.762
23	MISIJA:NEMOGOČE 2	UIP	2000	87.271
24	NIKOGARŠNJA ZEMLJA	DOMES	2001	87.210
25	KAJ ŽENSKJE LJUBIJO	INDEP	2001	84.469
26	NJEGOVI TASTARI	UIP	2005	84.377
27	REŠEVANJE VOJAKA RYANA	UIP	1998	83.754
28	DR. DOLITTLE	FOX	1998	83.499
29	HARRY POTTER IN OGNJENI KELIH	Ljubljanski kinematografi	2005	82.256
30	LEPOTA PO AMERIŠKO	UIP	2000	79.569
31	DAN PO JUTRIŠNJEM	FOX	2004	79.521
32	BOLJE NE BO NIKOLI	COL	1998	79.212

33	BRODOLOM	UIP	2001	78.078
34	VSE IN ŠE SVET	UIP	2000	77.180
35	BJ2: NA ROBU PAMETI	UIP	2004	75.811
36	ŽIVLJENJE JE LEPO	INDEP	1999	75.011
37	MUMIJA	UIP	1999	73.506
38	HITCH	COL	2005	73.332
39	ASTERIX in OBELIX	INDEP	1999	73.252
40	NORI NA MARY	FOX	1998	72.750
41	AMERIŠKA PITA:POROKA	UIP	2003	72.179
42	ŠESTI ČUT	BVI	2000	72.039
43	OCEAN'S ELEVEN	WB	2002	72.037
44	MATRICA RELOADED	WB	2003	71.024
45	MIŠEK STUART LITTLE 2	COL	2002	70.949
46	VOJNA ZVEZD - EPIZODA 1	FOX	1999	70.033
47	GOSPOD IN GOSPA SMITH	BLITZ	2005	69.994
48	REŠEVANJE MALEGA NEMA	BVI	2003	69.962
49	ČUDOVITI UM	UIP	2002	69.258
50	MOŽJE V ČRNEM 2	COL	2002	68.148
51	UJEMI ME, ČE ME MOREŠ	UIP	2003	67.518
52	TAŠČA DA TE KAP	WB	2005	66.880
53	ZALJUBLJENI SHAKESPEARE	UIP	1999	65.833
54	GODZILA	COL	1998	65.270
55	KRISTUSOV PASIJON	INDEP	2004	64.876
56	MUMIJA SE VRAČA	UIP	2001	64.023
57	ŠEST DNI, SEDEM NOČI	BVI	1998	63.989
58	TARZAN	BVI	1999	63.949
59	SMRTONOSNO OROŽJE 4	WB	1998	63.892
60	PODLI FANTJE 2	COL	2003	63.414
61	ZADNJA VEČERJA	DOMES	2001	63.208
62	7 LET V TIBETU	INDEP	1998	63.205
63	DOBRE MRHE	BVI	2000	62.376
64	LARA CROFT:TOMB RAIDER	UIP	2001	62.277
65	MADAGASKAR	UIP	2005	62.087
66	MATRICA	WB	1999	61.942
67	VOJNA SVETOV	UIP	2005	61.522
68	SAMO ŠE 60 SEKUND	BVI	2000	61.508
69	MATRICA REVOLUCIJA	WB	2003	60.201
70	TERMINATOR 3	COL	2003	59.167
71	HANNIBAL	INDEP	2001	58.589
72	SHREK 2	UIP	2004	57.493
73	NJENI TASTARI	UIP	2001	57.001

74	ŠEPETATI KONJEM	BVI	1998	56.782
75	OČKOV VRTEC	COL	2003	55.073
76	PORNO FILM	DOMES	2000	54.915
77	KROG	UIP	2003	54.456
78	V LERU	DOMES	1999	54.084
79	FAHRENHEIT 9/11	INDEP	2004	53.494
80	POBEGLA NEVESTA	INDEP	2000	53.390
81	KRALJ ARTHUR	BVI	2004	53.381
82	PREPRODAJALCI	INDEP	2001	53.254
83	LJUBEZEN JE LUŠTNA STVAR	WB	2004	53.057
84	JURSKI PARK 3	UIP	2001	52.999
85	8 MILJ	UIP	2003	52.954