UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

LEONIDA RAVNJAK

PRILAŠČANJE NACISTIČNIH SIMBOLOV IN KOLEKTIV NSK

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

LEONIDA RAVNJAK

Mentorica: doc. dr. Vida Zei

PRILAŠČANJE NACISTIČNIH SIMBOLOV IN KOLEKTIV NSK

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

Prilaščanje nacističnih simbolov in kolektiv NSK

NSK je umetniški kolektiv, ki medsebojno povezuje glasbeno skupino Laibach, likovnike s skupnim imenom Irwin, grafične oblikovalce Novi Kolektivizem, Oddelek za čisto in praktično filozofijo ter gledališke sekcije, ki so se do sedaj predstavljale pod tremi različnimi imeni – Gledališče sester Scipion Nasice, Rdeči pilot in Noordung. Kolektiv največ svoje pozornosti namenja problematizaciji javnih in prikritih ideologij našega vsakdanjega življenja. Preiskujejo podobe iz preteklosti, ki še danes vplivajo na razvoj družbe, politike in osebne zgodovine vsakega posameznika. Svoje ideje izražajo skozi besedila, glasbo, vizualno umetnost in gledališke predstave. Čeprav se ukvarjajo s celoto umetnostnozgodovinskih stilov, si večino simbolov oz. podob izposojajo iz nacistične propagandne umetnosti. Odnos do Nemčije je težišče njihovega dela, hkrati pa tudi teoretska in praktična osnova, na kateri gradijo svojo ideologijo. Sami pravijo, da nacističnih simbolov, na podlagi katerih je temeljila tudi vojna propaganda, ne ponavljajo, ampak jih ponovno ustvarjajo iz že znanih materialov. Skozi svojo delovno metodo apropriacije oz. retrocitiranja ozaveščajo pomenske ravni, ki stojijo za njimi, in tako z uporabo hipergermanskih podob opozarjajo na posledice germanizacije in vdora zahodnjaške kulture ter se borijo proti prodoru popularne glasbe v slovenski prostor.

Ključne besede: vojna propaganda, nacistični simboli, NSK, apropriacija, retroavantgarda

Appropriation of Nazi symbols and NSK

NSK is an art movement that comprises musical group Laibach, art group Irwin, graphic designers named New Collectivism, Department of Pure and Applied Philosophy and a theatrical group Noordung Cosmokinetic Cabinet, evolved from the Scipion Nasice Sisters Theater and the Red Pilot Cosmokinetic Theater. Most of their attention is focused on public and hidden ideologies of our everyday lives. They examine the images from the past, which influence the development of society, politics and personal history of individuals nowadays. Their ideas are being expressed through lyrics, philosophical texts, visual and theatrical arts. The relation towards Second World War Germany is the basics on which they build their ideology, since their theoretical and practical ground lies in the appropriation of Nazi symbols and images, although they say that they do not repeat, but re-use them in another way. Through their specific technique of retro citation, they remind us of the semantics behind them, and with their re-use, warn us about the consequences of germanization, invasion of western culture and breakthrough of popular music into Slovenia.

Key words: war propaganda, Nazi symbols, NSK, appropriation, retro avant-garde

KAZALO VSEBINE

1. UVOD 9

2. POLITIČNO KOMUNICIRANJE – PROPAGANDA NACISTIČNE NEMČIJE.. 12

2.1 IZVOR, RAZVOJ IN OPREDELITEV TERMINA 12

2.1.1 DEFINICIJE PROPAGANDE 12

2.2 MODELI PROPAGANDE 14

2.3 ZGODOVINSKE RAZSEŽNOSTI PROPAGANDE 15

2.4 POVOD ZA TOTALNO PROPAGANDO – PREGLED TEMELJEV NACIZMA 17

2.4.1 ANTISEMITIZEM 17

2.4.2 TOTALITARIZEM 18

2.4.3 PSIHOLOŠKE TEHNIKE V PROPAGANDI 19

2.5 TOTALNA PROPAGANDA V NACISTIČNI NEMČIJI 19

2.5.1 MEDIJI NACISTIČNE PROPAGANDE 21

2.6 USPEHI NEMŠKEGA TOTALITARITARIZMA 26

2.7 RAZUMEVANJE PODOB 27

2.8 REPREZENTACIJA 28

2.9 KAKO DOJEMAMO PODOBE? 29

2.9.1 SEMIOLOGIJA IN DEKODIRANJE 30

2.9.2 VRSTE ZNAKOV 31

2.10 NACIONALNI SIMBOLI 32

2.10.1 MEDKULTURNE RAZLIKE V SIMBOLH 33

2.10.2 NACISTIČNI SIMBOLI 34

3. ALTERNATIVNA FORMACIJA TOTALITARIZMA - NEUE SLOWENISCHE KUNST 41

3.1 TOTALITARNEJŠI OD TOTALITARIZMA 41

3.1.1 ZRCALJENJE PRETEKLOSTI V SEDANJOST ... 42

3.1.2 OHO IN ŠKUC – INTELEKTUALNI IN UMETNIŠKI KONTEKST NSK ... 42

3.2 SPLOŠNA PREDSTAVITEV SKUPIN ... 43

3.2.1 IRWIN – TOTALITARNI LIKOVNI UMETNIKI ... 43

3.2.2 LAIBACH – GLASBENA SKUPINA IN MISELNI STROJ ... 44

3.2.3 ODDELEK ZA ČISTO IN PRAKTIČNO FILOZOFIJO – FILOZOFI IN RETORIKI ... 45

3.2.4 GLEDALIŠKE FORMACIJE ... 46

3.2.5 NOVI KOLEKTIVIZEM – PROVOKATIVNI OBLIKOVALCI ... 46

3.3 SIMBOL NSK ... 47

3.4 NACIONALNA IDENTITETA SLOVENCEV IN KULTURNI KONTEKST NSK ... 48

3.4.1 GERMANSKE PRVINE SLOVENSKE IDENTITETE ... 50

3.5 VIDNO – SLIŠNO – UDARNO ... 51

3.5.1 KONCERT KOT TOTALITARNI SPEKTAKEL ... 51

3.5.2 SKRAJNA TOČKA MISELNEGA USTROJA ... 53

4. NAZAJ V PRIHODNOST – RETROAVANTGARDA IN APROPRIACIJA V DELIH NSK ... 57

4.1 NOVOST IN (ALI) ORIGINALNOST ... 57

4.2 TEHNIKE APROPRIACIJE V DELIH NSK ... 58

4.3 RETRO(AVANT)GARDA – PREDELAVA KOLEKTIVNIH TRAVM ... 59

4.3.1 RETROGARDIZEM ... 59

4.3.2 RETROPRINCIP ... 60

4.4 PRIKAZOVANJE PRAKS APROPRIACIJE GERMANOFILSTVA V DELIH NSK OZ. PRILASTITEV NACISTIČNIH SIMBOLOV ... 61

4.4.1 DAN MLADOSTI ... 62

4.4.2 DIE ERSTE BOMARDIERUNG! ... 64

4.4.3 SYMPATHY FOR THE DEVIL ... 65

4.4.4 INŽENIRJI LJUDSKIH DUŠ ... 66

4.4.5 KRVAVA GRUDA, PLODNA ZEMLJA 68

4.4.6 SVOBODA VODI LJUDSTVO 70

4.4.7 BOBNAR 71

4.4.8 RESURR EXIT 73

4.4.9 KOFETARICA 75

5. SKLEP 76

6. LITERATURA 78

KAZALO SLIK

Slika 2.1: *Nacistični plakat za promocijo nemškega radia* 22

Slika 2.2: *Laibach – Instrumentalnost državnega stroja, 1983* 25

Slika 2.3: *Zmaga je v naših zastavah, 1940* 26

Slika 2.4: *Letno partijsko zborovanje v Nürembergu, 1939* 26

Slika 2.5: *Gradimo dušo in telo* 26

Slika 2.6: *Propagandni plakat »Le Hitler«* 36

Slika 2.7: *Nacistična simbola – orel in svastika* 37

Slika 2.8: *Nacistični križ* 38

Slika 2.9: *Razglednica s svastiko kot simbolom sreče* 39

Slika 2.10: *Nacistična svastika* 40

Slika 3.1: *Irwin* 44

Slika 3.2: *Slika iz ovitka Laibachovega albuma »Anthems«, 2004* 45

Slika 3.3: *Logotip NSK, 1983* 47

Slika 3.4: *Logotip NSK, 1992* 47

Slika 3.5: *Kasimir Malevich – Črn križ na beli podlagi* 48

Slika 3.6: *Jonh Heartfield - Svastika* 48

Slika 3.7: *Potne listine Države NSK*..... 55

Slika 4.1: *Richard Klein - Junaška alegorija Tretjega rajha, 1936*..... 63

Slika 4.2: *NK – Plakat ob Dnevu mladosti, 1987*..... 63

Slika 4.3: *NK – Razstava Was ist Kunst – Irwin, 1987*..... 63

Slika 4.4: *Naslovnica Mladine, 1988*..... 64

Slika 4.5: *Plakat židovskega otroka v Tretjem rajhu*..... 65

Slika 4.6: *Laibach – Die erste bomardierung, 1985*..... 65

Slika 4.7: *Nacistični propagandni letak, ki spodbuja k povečevanju družin*..... 66

Slika 4.8: *Laibach – Sympathy for the Devil, 1990*..... 66

Slika 4.9: *Nacistični propagandni plakat, 1933*..... 67

Slika 4.10: *Laibach – Inženirji ljudskih duš, 1985*..... 67

Slika 4.11: *Naslovnica albuma Opus Dei, 1987*..... 67

Slika 4.12: *Laibach – Opus Dei*..... 67

Slika 4.13: *Nemški rekrutacijski plakat 1*..... 69

Slika 4.14: *Nemški rekrutacijski plakat 2, 1916*..... 69

Slika 4.15: *NK - Buy Victory, 1991*..... 69

Slika 4.16: *NK – Krvava gruda, plodna zemlja, 1991*..... 69

Slika 4.17: *NK – Ja hoću se boriti za novu Evropu, 1991*..... 69

Slika 4.18: *Laibach – Tesla, 1993*..... 70

Slika 4.19: *Become a Citizen, 1994*..... 70

Slika 4.20: *Eugène Delacroix – Svoboda vodi ljudstvo, 1830*..... 71

Slika 4.21: *John Heartfield – Svoboda vodi ljudstvo, 1936*..... 71

Slika 4.22: *Laibach – Die Freiheit Führt das Volk (Svoboda vodi Ljudstvo), 1985*.....71

Slika 4.23: *Irwin – Svoboda vodi ljudstvo, 1987*..... 71

Slika 4.24: *Nacistični plakat – Bobnar*..... 72

Slika 4.25: *Laibach - La Liberte Guidant Le Peuple, 1985* 72

Slika 4.26: *El Lissitzky – Wolkenbügel iz začetka 20. stoletja* 72

Slika 4.27: *Irwin – Mali bobnar, 1984* 73

Slika 4.28: *Irwin – Mali bobnar, 1987* 73

Slika 4.29: *Karl Geiss - Delavec v kraljestvu kljukastega križa, 1932* 74

Slika 4.30: *Heartfield – kot v srednjem veku tudi v Tretjem rajhu, 1934* 74

Slika 4.31: *Laibach – ovitek albuma Laibach, 1985* 74

Slika 4.32: *Laibach – Resurr Exit, 1986* 74

Slika 4.33: *Ivana Kobilca, Kofetarica* 75

Slika 4.34: *Laibachova verzija Kofetarice* 75

1. UVOD

Totalitarna propaganda v nacistični Nemčiji je z vključevanjem udarnih, emocionalno nabitih nacionalnih simbolov označevala politično-ideološke akcije nacionalsocialistične stranke. Nacionalni simboli so nacistom v času med vojnama pomagali spreobrniti množice in jih postaviti na svojo stran. Skozi skrbno premišljene propagandne tehnike in uporabo vseh razpoložljivih medijev jim je uspelo spremeniti etične ideale pri ljudeh. Nacistični simboli so bili zares močni in udarni, saj jim drugače ne bi uspelo prebroditi manipulativne poti, ki je bila vseskozi ovenčana z nehumanimi nameni. Razčlovečili so nekoga, ki je človek. Židje so postali stvar, predmet. Predmet njihove vojne, predmet njihove propagande, predmet genocida. In kakšen človek bi sploh bil sposoben sprejeti takšne ideale, če ne bi bil pod vplivom totalne fascinacije, ki mu je ponujala navidezni pobeg iz bede in rešilno bilko za boljše življenje?!

Podobe iz druge svetovne vojne še danes niso izgubile vrednosti v naši kulturi. Nacistični simboli v ljudeh vzbujajo asociacije, ki jih nato povežejo s svojim znanjem ali pa celo z lastnimi izkušnjami ali pripovedovanji bližnjih. Povežejo jih z ideologijo, ki so jo ti simboli v času druge svetovne vojne projicirali. Kolektiv Neue Slowenische Kunst oz. NSK pa z njimi celo komunicira svojo lastno ideologijo. Skozi uporabo nacističnih simbolov ozaveščajo pomenske ravni, ki stojijo za njimi. Temelj njihove retoravantgarde se namreč skriva v stavku, da lahko travme, ki vplivajo na sedanjost in prihodnost, pozdravimo le z vrnitvijo k prvotnim konfliktom.

V diplomski nalogi se bom ukvarjala z močjo simbolov, podob in učinkov del, ki si jih kolektiv NSK prisvaja iz nacistične propagande. Ključna teza, ki jo obravnavam, se glasi: »**Neki estetski praksi lahko spremenimo lastno etično vsebino s prilaščanjem njenih ključnih simbolov in z njihovo postavitvijo v drug kontekst.**« Predmet mojega proučevanja bo usmerjen le na nacizem oz. bolj specifično na nacistično umetnost. Težišče del kolektiva NSK je namreč najbolj usmerjeno ravno na odnos do Nemčije. Ta je osnova, na kateri gradijo svojo ideologijo. Nacizem sam, predvsem pa nacistična propagandna umetnost, zame predstavlja aparat, s pomočjo katerega razumem in si lažje interpretiram dejavnosti NSK.

Diplomska naloga je v grobem sestavljena iz treh delov:

V prvem delu se bom ukvarjala s propagandno dejavnostjo v nacistični Nemčiji, njihovimi simboli in podobami ter s samim branjem oz. razumevanjem teh podob. Za začetek bom razvozlala opredelitev samega termina *propaganda*, ga umestila v zgodovinski kontekst in opozorila na različne modele propagande. Razpon samega termina je namreč zelo širok: obstajajo velike razlike med propagando v smislu širjenja informacij in propagando kot množično manipulacijo. Nacistična propaganda je uporabila vse možne medije, preko katerih se je dalo širiti nacistično in rasistično ideologijo, od radia, filma, časnikarstva, ustvarjanja spektaklov, plakatnih akcij itd. V tem delu mi bo v veliko pomoč izčrpen pregled specialistov iz področja družbenih ved, Gartha Jowetta in Victorie O'Donnell, ki sta v knjigi »Propaganda and Persuasion« utemeljila temelje propagandnega sporočanja in njegovo retorično ozadje.

Nacistična propaganda je v svojo ideologijo vpeljala tudi veliko premišljeno oblikovanih simbolov, zato bo veliko govora tudi o semiologiji kot vedi o znakih in interpretaciji njihovih pomenov. Simboli namreč s seboj zmeraj nosijo določeno ideologijo, nacizem kot ideologija pa je živel v svetu simbolike. Vendar iz njih samih ne izvira estetika sovražnosti. Kar jih naredi takšne, je retorika, ki govori za njih, njihova reprezentacija. Tukaj se bom predvsem oprla na avtorici Marito Sturken in Liso Cartwright ter njuna raziskovanja poti oz. načinov, na podlagi katerih razumemo in uporabljamo podobe.

Drugi del diplomske naloge bom namenila alternativni formaciji totalitarizma na slovenskih tleh – kolektivu NSK – in njihovi retroavantgardni umetnosti. Gre za kolektiv, ki si prilašča nacistično simboliko in z njo komunicira svoje ideje. Uporabo simbolov, ki so v Tretjem rajhu označevali nacistične politično-ideološke cilje, skozi svojo delovno tehniko retrocitiranja prikazujejo popolnoma v novi luči. Ali pač ne. Nekateri jih dojemajo tako, nekateri drugače. Kolektiv je bil v preteklosti večkrat obtožen, da tudi sam nastopa kot totalitarist. O tem in podobnem bom govorila skozi samo predstavitev skupin, njihovega dela, načina njihovega mišljenja, njihovih spektaklov in ideologije, ki jo širijo povsod po svetu. In to celo v obliki prave NSK države – države v času – in seveda koncertov, ki jih izvajajo v pravem totalitarnem slogu. Avtorja, na katera se bom v tem delu najbolj opirala, sta Inke Arns, nemška poznavalka sodobne slovenske umetnosti, in Alexei Monroe, Britanec, ki z veliko strastjo raziskuje kulturo in politiko nekdanje Jugoslavije in je umetniški kolektiv NSK uporabil tudi kot predmet svoje doktorske dizertacije.

Diplomska naloga bo dobila pravi smisel šele v tretjem delu, ko bom poskušala združiti znanje prvih dveh poglavij v zaokroženo celoto, sprva z obrazložitvijo pomembnejših

terminov njihove delovne tehnike, kasneje pa s prikazovanjem praks apropriacije germanofilstva v delih NSK. Med množico nastalih del bom poiskala primere njihove retoavantgarde, ki so iskali svoj navdih v nacistični umetnosti. Vizualno bom prikazala primere, kjer si je kolektiv NSK prilastil njihove nacionalne simbole in jih reprocesiral ter z njihovimi apeli čustveno nagovarjal občinstvo.

2. POLITIČNO KOMUNICIRANJE – PROPAGANDA NACISTIČNE NEMČIJE

2.1 IZVOR, RAZVOJ IN OPREDELITEV TERMINA

Dvajseto stoletje je dosledno in temeljito spreminjalo ter hkrati spremenilo pomen in vlogo komuniciranja v družbi. Tako kot večina drugih družbenih dejavnosti so tudi vojne našle srž svojega delovanja v propagandi oz. v medijih. Pomen in vloga propagande sta v času prve in druge svetovne vojne zaradi uporabe novejših tehnologij močno narasla. Še posebej v drugi, kjer je propagandna dejavnost dosegla svoj vrhunec. Novonastali množični mediji so skupaj z njo predstavljali ne le sredstvo, ampak dejavnik in oblikovalec totalitarističnih propagand.

Nacizem ne bi bil nikoli niti približno tako udaren, če ne bi s pridom izkoriščal vseh kanalov propagande. Propaganda je z njim začela pridobivati na negativnem pomenu, čeprav sam pojem izvira že od veliko prej, saj v svojem prvotnem, najbolj nevtralnem smislu, pomeni širjenje posameznih idej. Beseda namreč izhaja iz latinskega glagola *propagare* in pomeni natančno in sistematično širjenje idej (glej Verbinc 1971, 580). Jowett in O'Donnellova (1992, 2) poročata, da njeni začetki segajo v leto 1622, ko je Vatikan ustanovil sveto skupščino *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* z namenom širjenja rimskokatoliške vere in hkratnemu nasprotovanju protestantizmu.

2.1.1 DEFINICIJE PROPAGANDE

Propaganda je polemičen predmet že po svoji naravi. Zanjo obstaja veliko definicij kot tudi veliko različnih teorij. Jacques Ellul (v Bytwerk 1999, 400) na propagando gleda s sistematičnega vidika. Po njegovem je propaganda:

> *Serija metod, ki jih uporabljajo organizirane skupine, ki želijo doseči pasivno ali aktivno participacijo v svojem delovanju. Množica posameznikov je psihološko združena skozi psihološko manipulacijo in tako vključena v organizacijo. Temelj za razumevanje propagande je, da verjamemo, da ni le namerna in bolj ali manj samovoljna stvaritev ljudi, ki posedujejo moč. Gre za nedvomen sociološki fenomen, v*

smislu, da ima svoje korenine in razloge v potrebah ljudi, ki jo bodo vzdrževale. Propaganda je po svoji naravi nevarna in pomeni napad na nekoga.

Psihologa Anthony Pratkanis in Elliot Aronson (v Jowett in O'Donnell 1992, 3-4) sta izdala knjigo o propagandi z namenom informiranja Američanov o njenih zvijačah. Posamezniki bi se tako preko zavedanja začeli upirati propagandnim sporočilom. Po njunem propaganda pomeni *izrabljanje*, saj gre za več kot le preudarno prevaro. Definirata jo kot »množično nagovarjanje oz. manipulativni vpliv, ki si pomaga s simboli in poznavanjem psihologije posameznika«.

Terence H. Qualter poudarja nujo, da se propaganda adaptira na dano situacijo in občinstvo, na katerega cilja. »Če želimo, da je propaganda efektivna, jo mora občinstvo videti, si jo zapomniti, jo razumeti in se obnašati v skladu z njenimi načeli /.../« (v Jowett in O'Donnell 1992, 4). Leonard W. Dobb definira propagando kot: »Namen vplivati na ljudi in nadzirati njihovo vedenje z izidom dvomljive in neznanstvene vrednosti« (v Jowett in O'Donnell 1992, 3). Dobb zavrača sodobne definicije propagande zaradi kompleksnosti problemov, povezanih z vedenjem ljudi v družbi in časovnih ter medkulturnih razlik.

Jowett in O'Donnellova se pri definiranju propagande osredotočata na sam komunikacijski proces oz. bolj natančno – na sam namen tega procesa. Propaganda je po njunem: »Namerni in sistematični poskus oblikovanja zaznav, manipulacija kognicij in usmerjanje vedenja z namenom, da se doseže želena reakcija, ki vzpodbuja propagandistov namen« (1992, 4). Propaganda se tako nanaša na vsako uporabo besed ali podob, s katerimi želi nekdo prepričati ljudi, naj verjamejo določenim konceptom (Sturken in Cartwright 2001, 131). S temi elementi se propaganda razlikuje od svobodne in odprte izmenjave mnenj in idej (Jowett in O'Donnell 1992, 4-8).

Čeprav ima propaganda povečini negativen prizvok, njeno komuniciranje presojamo glede na kontekst, cilje, akterje in sporočila razčlenjujemo glede na njen namen. Propaganda ne označuje le praks, ki so jih uporabljali v totalitarnih sistemih, ampak se nanaša na vsako uporabo besed ali podob, s katerimi želi nekdo prepričati ljudi, naj verjamejo določenim konceptom. Definicij propagande je še veliko več, vendar so v zgornjih povzeti njeni glavni elementi – načrtno širjenje idej, informacij, laži in vpliv na stališča ter prepričanja javnosti.

2.2 MODELI PROPAGANDE

Večina avtorjev se je pri definiranju propagande osredotočala predvsem na njen kontekst, cilje, akterje in namene sporočil, obstaja pa še ena distinkcija, in sicer razlikovanje propagandnih sporočil glede na *resničnost informacij* in *odnos do vira*. Tako jo delijo tudi Jowett in O'Donnellova (1992, 8-15) ter Vid Pečjak (1995, 135-138), ki definirajo tri vrste propagande:

- *bela propaganda* pomeni informiranje javnosti in temelji na resničnih podatkih. Vir informacij je razkrit in si na podlagi svoje verodostojnosti ustvarja zaupanje pri občinstvu. Primer bele propagande je npr. novinarsko poročanje o športnih dosežkih ali slovesnosti ob državnih praznikih;

- *črna propaganda* temelji na govoricah, izmišljenih in prikrojenih podatkih, uporablja laži, prevare in iluzije. Vir informacij je prikrit. Ta model propagande ima lahko zelo velik učinek v razmerah, ko ljudje niso sposobni sprejemati nasprotnih informacij. Laž je lahko izredno učinkovita v emocionalnih situacijah, ko ljudje ne znajo več presojati racionalno, ampak se obnašajo v skladu s svojimi strahovi. Gre za propagando, ki jo ljudje najpogosteje povezujejo z nacizmom;

- *siva propaganda* pomeni prepričevanje in se nahaja nekje vmes, med belo in črno propagando. Sicer uporablja resnične podatke, vendar jih prilagaja glede na svoj namen in občinstvo. Neprijetne stvari tako pogosto ostanejo zamolčane, prijetne pa se poudarjajo. Zaradi manjka vira informacij njenih trditev ni mogoče preveriti.

Propaganda, ki so jo uporabljali v nacistični Nemčiji, je predstavljala zelo izrazito obliko črne propagande. Njeno moč je še ojačal popoln nadzor nad komunikacijskimi kanali. Šlo je za množično manipulacijo, preko katere je diktator zavajal in slepil ljudi do skrajne stopnje, kjer so ljudje izgubili lastna mnenja in stališča ter se popolnoma uklonili njegovim.

V današnjem svetu črne propagande praktično ne moremo uporabiti, saj ni več mogoče doseči popolnega nadzora nad komunikacijskimi kanali. V veliko večji meri se zato uporablja siva propaganda, ki nam posreduje informacije na zelo prefinjen in selektiven način.

2.3 ZGODOVINSKE RAZSEŽNOSTI PROPAGANDE

Uporaba propagande po mnenju Jowetta in O'Donnellove (1992, 36, 79-80) predstavlja bistveni del človeške zgodovine. Njene teoretične korenine lahko najdemo že v antični Grčiji, vendar se je učinkovito začela uporabljati šele v času rimskega imperija, kjer je postala bistvena dejavnost religioznih sporov z reformacijo. Martin Luther je v sporih s katoliško cerkvijo določil tisk kot najučinkovitejši medij za širitev propagande. Kasneje so jo dosledno uporabljali tudi v francoski in ameriški revoluciji. Z razvojem vsakega novega komunikacijskega medija je propaganda pridobivala na moči, tako je do 19. stoletja v zelo veliki meri narasla tudi njena sofisticiranost in učinkovitost. V poznem 19. in zgodnjem 20. stoletju se je zgodila prava ekspanzija propagandnih aktivnosti. Vsak nov medij – tisk, radio, film in televizija – je ustvaril nove tehnike propagande. Z naraščanjem množičnih medijev in izboljšanjem transportnih možnosti, ki so povezale prej geografsko ločene dele sveta, se je razvilo tudi množično občinstvo, ki je vzpodbujalo k njeni uporabi in učinkovitosti. Sredstva informiranja so bila prvič v zgodovini naslovljena na velike in heterogene skupine ljudi, ki jim je bilo treba podati informacije v čim krajšem času.

Jowett in O'Donnelova (1992, 122-124, 170) ugotavljata, da se je v času 1. svetovne vojne propaganda začela povezovati s politiko. S tem je začela pridobivati na slabšalnem pomenu. Množični mediji so bili v tem času prvič uporabljeni na način, kot še nikoli prej, saj so začeli propagirati nove razsežnosti zavezanosti vojnemu trudu in mržnje proti sovražnikom. Previdno oblikovana propagandna sporočila so se začela komunicirati preko novičarskih zgodb, filmov, fotografskih zapisov, govorov, knjig, pridig, plakatov, govoric, letakov in oglasov ter preko najpomembnejšega novega brezžičnega medija – radia. V tem obdobju so propagando razvili in uporabljali zato, da je ustvarila sodelovanje med industrializirano družbo in vojsko. V propagandnem materialu so se začele pojavljati pretirane in varljive informacije, podane na podlagi neresničnih krutih zgodb[1]. Te so se uporabljale kot sredstvo diskreditacije sovražnika. Taka sovražna propaganda je bila skupaj z ostalimi propagandnimi informacijami zelo učinkovita. Nakopičena okrog treh tipov brutalnosti – pokoli, pohabljanja in zlorabe – je bila ustvarjena zato, da je utrdila bojevniški duh celotnih narodov, ustvarjala bojazen pred porazi in osnovala ter vzpodbujala dejansko zaustavitev teh nehumanih dejanj.

[1] T.i. atrocity stories.

Po premirju v zgodnjih dvajsetih letih dvajsetega stoletja so eksperti, vključeni v razvoj vojne propagande, dobili pomisleke in občutke krivde zaradi manipulacije javnosti. Skrb glede moči množičnih medijev je postala močnejša in začele so se pojavljati polemike o vplivu medijev na spremembe v vedenju občinstva. V tem času se je okrepila tudi socialna psihologija kot veda in začela ustvarjati na področju kot akademska disciplina. Strokovnjaki so začeli proučevati vedenje ljudi. K temu so si prizadevale tudi druge discipline, npr. psihologija in sociologija. Najbolj pereče tematike so se vrstile okoli genocida, vojnega stanja, pešanja gospodarstva in medčloveških odnosov. Razvoj je privedel k iznajdbi marketinških in javnomnenjskih raziskav, kasneje pa tudi raziskav propagande (Jowett in O'Donnell 1992: 123-126).

Jowett in O'Donnelova (1992, 152-153, 175) opozarjata, da je na vzpon propagande v prvi polovici dvajsetega stoletja v veliki meri vplival sam zgodovinski in politični razvoj tega obdobja. Največji pečat so pustili ruska revolucija in vzpon komunistične Sovjetske zveze, močno izražena izolacionalistična politika Združenih držav Amerike in nastanek fašističnih držav, predvsem nacistične Nemčije. Vse to je vplivalo na izbruh vojne leta 1939, le da so se tokrat vojskujoče države zavedale pomembnosti propagande. Raziskave o naravi in učinkih propagande so v času druge svetovne vojne zelo napredovale. Njihov največji poudarek je bil v vedenju ljudi in spremembah v vedenjskih vzorcih. Z izsledki teh raziskav so kasneje skušali predvidevati obnašanja in vedenja posameznikov. Najpomembnejše spoznanje je bilo v tem, da posamezne razlike in kontekst determinirata naravo učinkov, zato je pri opazovanju propagande vedno treba gledati s stališča zgodovinskega in kulturnega konteksta.

Spoznanja teoretikov so privedla do pomembnih zaključkov, in sicer:

- komunikacijski učinki so najbolj vidni tam, kjer je sporočilo v kontekstu z obstoječim mnenjem in prepričanji recipientov;
- spremembe so ponavadi posledica mnogih faktorjev, ki vključujejo množične medije, družbeno kontekstualno stanje, skupinske interakcije, prisotnost in vpliv mnenjskih voditeljev in samo verodostojnost vira;
- ljudje lahko javno sprejmejo neko idejo, brez lastnega sprejetja;
- večja kot sta moč in monopol komunikacijskega vira, večji je njegov učinek (Jowett in O'Donnell 1992, 153-154).

V obdobju med vojnama je radio postal najpomembnejši medij prenašanja propagandnih sporočil. Kasneje je propaganda preko njega in drugih medijev odigrala signifikantno vlogo ob vzponu fašizma, nacizma in komunizma, s tem pa je tudi dosegla novo stopnjo znanstvene sofisticiranosti med vojno. Po letu 1945 je propaganda postala najmočnejše orožje v ideoloških bojih med Vzhodom in Zahodom (Jowett in O'Donnell 1992, 155).

2.4 POVOD ZA TOTALNO PROPAGANDO – PREGLED TEMELJEV NACIZMA

Nacizem je v Nemčiji uvedel vojaško diktaturo, ki jo je podpirala edina vladajoča stranka, NSDAP. Skupaj z uvajanjem popolnoma načrtovanega gospodarstva, »svetim« vodjo in absolutno ter netolerantno ideologijo so uvedli tudi sovražno propagando. Nemčija je bila v obdobju pred in med drugo svetovno vojno izrazito militaristično, nacionalistično in rasistično usmerjena.

Glavne značilnosti nacizma so bile antisemitizem, totalitarizem in psihološko ustrahovanje množic, ki je izjemno prispevalo k njegovemu propagandnemu uspehu.

2.4.1 ANTISEMITIZEM

Po mnenju Hane Arendt (2003, 15, 219, 222) antisemitizem ne pomeni le sovraštva do Židov, ampak nekaj več. Je pojav, ki je sicer v svetu politike majhen in na prvi pogled nepomemben, vendar je v času Tretjega rajha postal osrednja točka političnih sporov. Postal je grešni kozel, katalizator najprej nacističnega gibanja, nato svetovne vojne in naposled ustvarjanja tovarn smrti. Zaradi tega je bilo Hitlerjanstvo v 30. letih na mednarodnem in evropskem prizorišču zelo privlačno. Rasizem je povsod po svetu predstavljal trend. Rasna misel v tem obdobju je bila vseskozi prisotna – spremljala je razvoj prijateljskih odnosov med evropskimi narodi, dokler končno ni prerasla v mogočno uničevalno orožje.

Jeffery Herf (2006, 35-39) obravnava povezavo med Židi in drugo svetovno vojno v nacistični propagandi kot nekaj bistvenega za razumevanje nacistične uvedbe genocida. Nacistična propaganda je sicer predstavljala nemško vojno proti zaveznikom, vendar je bil njihov namen pokončanje Židov v Evropi kot del notranje povezane vojne maščevanja in

obrambe. Po njegovem obstajajo velike razlike med nacistično propagando, ki je predstavljala Tretji rajh kot nedolžne žrtve drugih, in med realnostjo Hitlerjeve dolgo načrtovane ekspanzionistične in agresivne politike. Hitler nikoli ni skrival svojega sovraštva do Židov in svojih namer, da jih želi izgnati iz javnega življenja, profesij, gospodarstva, jim odvzeti nemško državljanstvo in jih v končni fazi celo izgnati iz Nemčije. V obdobju židovskega preganjanja, tj. med leti 1933 in 1939, je nacistični režim s sporazumom z nekaj židovskimi organizacijami celo dovolil, da se je okrog 60 000 nemških Židov preselilo nazaj v Palestino. V tem času je Hitler ponavljal svoje grožnje, vendar ni povedal, da proti njim pripravlja vojno. 30 januarja 1939 je na nemškem radiu in v svetovnih časopisih prvič razglasil javno grožnjo, da ne namerava le odstraniti, pregnati in poraziti Židov, ampak da namerava iztrebiti židovsko raso v Evropi, kar je bilo tudi oznanilo za začetek druge svetovne vojne. Svoje genocidne prerokbe je kasneje ponovil ob vsaj sedmih različnih priložnostih v času med 30. januarjem leta 1939 in 24. februarjem leta 1943.

2.4.2 TOTALITARIZEM

Izraz totalitarizem opisuje politične režime, v katerih država nadzira vsak aspekt zasebnega in javnega vedenja. Pomembno vlogo v totalitarizmu igra uporaba terorja. Teror v nacistični Nemčiji se je kazal v dveh oblikah – kot sredstvo uničevanja in zastrahovanja nasprotnikov ter kot sredstvo vladanja množicam popolno poslušnih ljudi (Arendt 2003, 47-48). Emilio Gentile (2004, 327) opisuje teror kot »ekspiriment v politični dominaciji, ki se ukvarja z revolucionarnim gibanjem z integralističnim dojemanjem politike, ki hrepeni po monopolu in ki takrat, ko ima zgotovljeno moč, preko legalnih ali nelegalnih sredstev uniči ali preoblikuje prejšnji režim in ustanovi novega, temelječega na enostrankarskem sistemu.« Po njegovem so ključni elementi totalitarizma revolucionarna stranka, monopol moči, politična religija, osvojitev družbe, antropološka revolucija in ekspanzionistične ambicije.

Arendtova (2003, 428) poudarja, da totalitarni režimi ohranjajo svojo moč skozi uporabo različnih sredstev – razširjanje propagande preko množičnih medijev, kult osebnosti, regulacija svobode govora in kritike, uporaba množičnega nadziranja in terorja. Teror je bistvo totalitarističnega načina vladanja, medtem ko je propaganda le en izmed njegovih instrumentov. Je bistven del psihološkega vojskovanja, teror pa je še več. Totalitarni režimi

uporabljajo teror še potem, ko že dosežejo svoje psihološke cilje, saj vladajo popolnoma podrejeni populaciji.

V totalitarnih državah sta za uspešnost vodij pomembna tako teror kot sama propaganda. Nacistični totalitarizem, ki je imel absoluten nadzor nad množicami, ni uporabljal terorja toliko za zastraševanje ljudi kot za nenehno uveljavljanje svojih ideoloških doktrin in praktičnih laži.

2.4.3 PSIHOLOŠKE TEHNIKE V PROPAGANDI

Nacistična propaganda takorekoč ni pomenila nič drugega kot komuniciranje idej, ki so bile oblikovane tako, da ljudi prepričajo, naj mislijo in se obnašajo na želen način. S komunikacijo je ustvarjala mite o različnih dogodkih v zgodovini ali v sodobnem času, mite o tem, kako se začnejo vojne, kako se dobijo in kako izgubijo.

Kot sem omenila že v začetku diplomskega dela, je bila glavna značilnost nacistične Nemčije črna propaganda, ki ima velik, a hkrati kratkotrajen učinek. Pomemben napredek glede na propagando iz časa prve svetovne vojne je bil v tem, da so začeli upoštevati nova spoznanja iz področja psihologije. Z njihovo pomočjo jim je uspelo izvesti totalno propagando – propagando, ki je mobilizirala vse načine s ključnim razlogom, da spremeni temeljne vrednote ljudi.

Čeprav uporaba psiholoških tehnik prepričevanja za vojnopropagandne namene ni bila popolnoma nova, so nove oblike prenašanja informacij in naraščajoča sofisticiranost v razumevanju človeškega vedenja povečale njihovo uporabnost in intenziteto v 20. stoletju. Daniel Lerner (v Jowett in O'Donnell 1992, 156) navaja, da psihološko vojskovanje pomeni uporabo simbolov za promoviranje politik. Propaganda je tako manipulacija simboličnega okolja oz. kot pravi Heller (2004, 854): »Grafične podobe lahko ranijo psiho tako močno, kot ranijo krogle telo.« O tem več v nadaljevanju diplomskega dela.

2.5 TOTALNA PROPAGANDA V NACISTIČNI NEMČIJI

»Ko je totalitarizem poskušal osvojiti vse in vsemu zavladati, je to pomenilo uničujoč izhod iz vseh slepih ulic. Njegova zmaga se ujema s pogubo človeštva; kjer koli je zavladal, je začel uničevati sámo bistvo človeka« (Arendt 2003, 10).

Jowett in O'Donnelova (1992, 164-165) razlagata, da je bil začetni nemški propagandni trud v času prve svetovne vojne zelo amaterski, večinoma sestavljen iz uporabe vpoklicanih pisateljev in učenjakov, ki so razlagali, zakaj so zavezniki odgovorni za začetek vojne. Propaganda ni bila dobro organizirana in ni sodelovala na mednarodnem področju. Britanska kraljeva mornarica jim je celo prerezala podmorski kabel, ki jih je povezoval z Združenimi državami Amerike in jih s tem deprivirala od možnosti komuniciranja s takrat še nevtralnimi Združenimi državami, medtem ko so si zavezniki sami že ustvarjali propagandno agendo, namenjeno ameriški javnosti. Nemška učinkovitost je bila tako zelo oslabljena v lastnem funkcioniranju. Kasneje, po koncu vojne, je veliko Nemcev pripisovalo svojo izgubo superiornosti britanske propagande. Najodločnejši med njimi je bil Adolf Hitler, ki je v knjigi *Mein Kampf* poveličeval Britance in njihovo dojemanje propagande kot najpomembnejšega člena vojne zmage, pri tem pa poudaril, da mora biti propaganda v domeni profesionalcev. Vendar so Nemci tisto, česar se niso naučili v času prve svetovne vojne, toliko bolj proučili in uporabili v polnem pomenu besede v obdobju druge svetovne vojne.

Čas po prvi svetovni vojni je bil za Nemce žalosten in kaotičen. Zdelo se je, da so jih zmagovalci vojne zatirali in užalili njihovo nacionalno čast. Z nastopom industrijske družbe je posameznik ostal brez pravega obraza. Družba se je znašla v pravi gospodarski krizi. V trenutku, ko je vladalo vsesplošno razočaranje, se je pojavil Hitler, ki je ponudil nekaj novega – legendo o Rajhu, ki je predstavljala rešilno bilko. In zato so mu ljudje tako predano sledili.

Jowett in O'Donnellova (1992, 186) razlagata, kako je Hitler občudoval dosežke britanske propagande v prvi svetovni vojni. Ključno v njegovem mišljenju je bilo njegovo videnje množic kot prilagodljivih, podkupljivih in podkupljenih, odprtih emocionalnim apelom. Ugotovil je, da je njegova propaganda lahko veliko bolj učinkovita, če ljudi oz. množice nagovarja s pomočjo terorja in zastrahovanja. Thomson (v Jowett in O'Donnell 1992, 185-186) trdi celo, da »Hitlerjeva odlika ni bila le v ustvarjanju množične uporabe novih metod propagande, ampak tudi zavedno in namerno baziranje njegove celotne kariere na natančno načrtovani propagandi.« V knjigi *Mein Kampf* je osnoval mnoga osnovna pravila uspešne propagande. Ta so: izogibanje abstraktnim idejam, namesto tega apelirati na čustva; konstantno ponavljanje le določenih ključnih idej; uporabljati stereotipne fraze in se izogibati

objektivnosti; v ospredje postaviti le eno stran argumenta; konstantno kritizirati državne sovražnike in določiti enega sovražnika za vsako priložnost (Hitler v Jowett in O'Donnell 1992: 185-186). V času nacizma v Nemčiji se je Hitler dosledno držal teh pravil in tudi njegovi državljani so sprejemali njegovo diktaturo, ki se je instituirala kot najbolj ostudna politika v zgodovini – kot genocid.

Kallis (2006, 116-117) pri svojem proučevanju nacizma uporablja izraz valovi fašizma. Prvi val kmalu pod Hitlerjevim prevzemom vodstva v Nemčiji je sovpadal z institucionalno utrdbo nacionalnosocialističnih pravil (nastanek Kulturne zbornice Reicha, Zakon o uredništvu, Zakon o kinematografih in drugi). Drugi val se je zgodil aprila leta 1935, ko so uvedli nadzor nad časnikarstvom. Z ustanovitvijo Ministrstva za narodno prosveto in propagando leta 1933 so miselno indoktrinirali narod. Spremembe so bile kmalu opazne povsod. Temelj njegovega delovanja je bil v tem, da tisočkrat ponovljena laž tisoč prvič postane resnica.

Hitlerju ne bi uspelo brez ministra za propagando, Josepha Goebbelsa. Nemčija je v tem času namreč ustanovila ogromen aparat za nacistično propagando in s pomočjo političnih stereotipov propagandno delovanje spremenila v totalno propagando. Z ustanovitvijo ministrstva za propagando je le-ta postala odgovornost države (Manvell in Fraenkel 1969, 188). S tem so tudi vse veje kulturnih in prostočasnih dejavnosti v Rajhu padle pod ekskluzivno zaščito na novo ustanovljenega ministrstva (Kallis 2006, 121).

Z združenimi močmi sta Hitler in Goebbels skozi uporabo vseh razpoložljivih medijev in s skrbno premišljenimi propagandnimi akcijami nemškemu narodu ponudila alternativo, ki jo je potreboval. Totalitarna propaganda je tako pomagala množicam, da so iz realnosti pobegnile v fikcijo, ki je zanje predstavljala gotovost. V 80-ih so ta pobeg ponudili tudi člani skupin NSK. Pobeg v nek fiktivni svet, imaginarni prostor, ki ni fizično določen z ozemljem, vendar se v njem počutijo varno. NSK država, svet, ki ga opredeljuje le njihova ideologija. In spet, ravno v pravem trenutku – v času, ko je narod zaradi splošnih nesoglasij in nezaupanja v politiko nekaj takega potreboval.

2.5.1 MEDIJI NACISTIČNE PROPAGANDE

Nacistična propaganda je uporabila vse možne medije, preko katerih se je dalo širiti nacistično in rasistično ideologijo.

V letih 1933 in 1945 je imel Goebbels izjemno vlogo pri izboru, prioritiziranju tem in osebnosti, ki so se pojavljale v medijih, ter vpliv na sam izbor distribucijskih kanalov. Tretji rajh je kljub izjemnim izzivom in problemom vzdrževal izredno močan nadzor nad produkcijo, vsebinami in razglašanjem, takšno stanje pa je ostalo vseskozi do njegovega padca (Kallis 2006, 134).

- **RADIO**

Z uporabo radia so nacisti dosegali največje uspehe. Edino radijsko postajo, Volksempfänger, so poslušali v vseh domovih, po zvočnikih v restavracijah, tovarnah in drugih javnih prostorih. Največja prednost medija je bila v tem, da je do izbruha vojne v Nemčiji imelo 70% vseh gospodinjstev lasten radio, kar je bil za tisti čas najvišji delež na svetu. Radio je bil tudi glavni medij za širjenje čezmorske propagande (Jowett in O'Donnell 1992, 187-189).

Plakat (glej sliko 2.1) s sloganom: »Celotna Nemčija sliši Führerja preko radia« je bil uporabljen v prid radijski propagandi.

Slika 2.1: *Nacistični plakat za promocijo nemškega radia*

Vir: Calvin 2008

- **FILM**

Tudi film se je v tem času zelo razvil. Kallis (2006, 120-124) navaja, da sta oba, Hitler in Goebbels, nekolikokrat poudarjala svoje prepričanje, da je film najmočnejše sredstvo psihološke in čustvene hegemonije nad množicami in s tem razlogom tudi nujno potrebno orodje za ideološko propagando. Postavila sta jasno ločnico med »filmom kot umetniškim

delom«, ki je v domeni svobodnega izražanja, in »filmom kot medijem propagandnih dejavnosti«, ki je spolitiziran in podvržen totalitarnemu nadzoru. Ta je temeljil na naslednjih konceptualnih premisah:

- v filmih je treba namerno popačiti resnico;
- umetniška svoboda je institucionalno in legalno določena in ni kulturna priložnost posameznika;
- ideološka in institucionalna koordinacija lahko deluje nespoštljivo do materialnih nagibov, politične fleksibilnosti in družbene manipulacije;
- obstaja hierarhija (nacističnih) vrednot v neposredni povezavi s količino propagande, ki jo vključujejo.

Februarja 1934 je Goebbels predstavil nov koncept v nacističnem upravljanju filmske industrije. Z uvedbo zakona o cenzuri v kinematografih je postavil popolnoma novo osnovo. Teme in metode filmske produkcije, vse od svojih zametkov pa tja do končnega izdelka, so morale biti ustvarjene pod nadzorom Ministrstva za propagando. Tudi filmi iz časa weimarske republike so bili prepovedani. Januarja leta 1942 so celo popolnoma nacionalizirali in centralizirali vse nemške kinematografe. S tem so vse produkcijske hiše stopile pod lastništvo organizacije Ufi-Film GmbH (Kallis 2006, 121-122, 125).

Jowett in O'Donnellova (1992, 187-188) poročata, da kljub prizadevanju in naporu nacistom na tem področju ni uspelo osvojiti želenih rezultatov. Občinstvo je namreč v kinematografih iskalo možnosti zabave in sprostitve, tega pa ti filmi niso obljubljali. Kljub temu je v tem času nastalo nekaj znamenitih propagandnih filmov, in sicer film režiserke Leni Riefenstahl – Triumf volje iz leta 1935, film Heinsa Steinhoffa – Stric Kruger iz leta 1941 in antisemitski film Veita Harlana iz leta 1940 – Jud Süss. Leta 1940 je nastal tudi znameniti dokumentarni film Der Ewige Jude režiserja Fritza Hipplerja, ki je v filmu upodobil najhujše rasistične stereotipe in primerjal Žide s podganjo kugo propagande.

- **TISK**

Kallis (2006, 127-134) poudarja, da je imel tisk je v propagandni dejavnosti izjemno veliko vlogo, saj je postal in ostal odločilno sredstvo nacistov za zmago v psihološki vojni in je vzdrževal visok nivo ideološke kohezije med Nemci. Po drugi strani je bilo časnikarstvo tudi področje, v katerem je velikokrat prišlo do bojev med nacističnimi in nenacističnimi interesi.

Vodilni delničar družbe GmbH, ki je imela v lasti filmsko industrijo, Max Winkler, je bil pooblaščenec in nadzornik večine časnikarskih dejavnosti. Vodja finančnega dela nacističnega tiska je bil po Hitlerjevi določitvi Max Amann. Ministrstvo za propagando mu je v skladu z reorganizacijo kulturnega življenja podelilo pozicijo nominiranega vodje časnikarske veje v organizaciji RPK[2].

Weimarska republika, ki je bila ustanovljena po prvi svetovni vojni, je imela časnikarstvo razpršeno med manjše partizanske časopise, ki so jih nacisti kmalu po letu 1925 ukinili in začeli izdajati svoja dva časopisa – *Volkische Beobachter* in *Das Reich*. Časopisi so razglašali nacistično psihologijo, še posebej antisemitizem in antikomunizem (Jowett in O'Donnell 1992, 186). Oktobra leta 1933 je Goebbels predstavil osnutek zakona o institucionalnem usklajevanju nemškega tiska oz. zakon o uredništvu. Ta je poudarjal, da je tisk velikansko sredstvo množičnega vpliva, zato mora biti v rokah vlade. Novinarji in uredniki so po njem lahko pisali le še o vnaprej določenih vsebinah. Do leta 1935 je branost upadla, od tega pa tudi dohodki iz oglaševanja, hkrati pa so se stopnjevali stroški produkcije. Amann je bil zadolžen, da pripravi izčrpen reorganizacijski projekt. Tako je pod videzom »legalnosti« prisilil več kot 500 založb, da so se zaprle ali pa med seboj stopile in adaptirale glede na njihove zahteve. Do leta 1939 so tako dobili nadzor nad 150 založniškimi hišami, do konca vojne pa so jih imeli v oblasti več kot 1000. Hkrati so uvedli tudi zakon o kritiki in ustanovili tiskovno agencijo, iz katere so informacije črpali vsi nacistični časopisi (Kallis 2006, 129-132).

- **USTVARJANJE SPEKTAKLA**

Po pričevanjih Jowetta in O'Donnellove (1992, 193) so nacisti kljub uporabi mnogih propagandnih mehanizmov, svoj vrhunec doživeli v uporabi spektakla. Njihovi spektakli so imeli zelo širok razpon – od razstav nacistične umetnosti (t.i. *Nazikunsta*) do veličastnih javnih zborovanj, na katerih so poudarjali arijske mite iz preteklosti. Centralnega pomena za javno potrditev nacistične mitologije so bila letna partijska zborovanja v Nurembergu. Ta so trajala do 8 dni in so bila zaznamovana z dramatično osvetljavo, nadzorovanimi zvočnimi učinki in z zakonsko predpisano glasbo. Z njimi so ustvarjali močno čustveno sozvočje patriotične histerije Nemcev. Po Goebbelsovem mnenju (v Jowett in O'Donnell 1992, 193) so

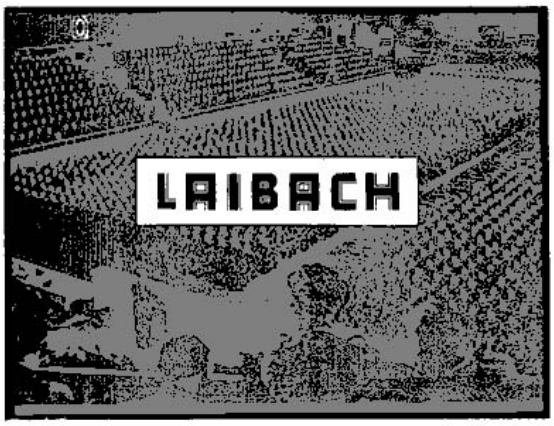
[2] Reichspresskammer.

bila ta zborovanja zelo pomembna, saj »so učinkovit nadomestek za dejansko participacijo v politiki.«

Množice so v in pred drugo svetovno vojno verjele vsemu, kar jim je Hitler na teh zborovanjih povedal. Oboževale in častile so ga. Hitler je bil zelo karizmatična osebnost. Imel je skrivnostno moč, ki pa ni imela resnične verodostojnosti in upravičenosti v izrečenih besedah, vendar je bila za ljudi fascinantna zaradi samega načina povedanega – bila je zvijača, s katero je zavajal ljudi; njegovim idejam so sledili milijoni (Gentile 2004, 332).

Danes Laibachovi koncerti spominjajo na nacistične politične shode. Predstavljeni so namreč kot koncerti absolutistične militantnosti v totalitarnem slogu, zraven tega pa tudi njihovo občinstvo spominja na množico, ki posluša voditeljev govor (glej sliko 2.2). Njihov pevec daje vtis, kakor da prevzema vlogo diktatorja oz. nekakšnega nadčloveka, ki preko izvajanja paravojaške discipline daje občutek, da ima popoln nadzor nad vsem. O njihovem ustvarjanju bom več povedala v nadaljevanju diplomskega dela.

Slika 2.2: *Laibach – Instrumentalnost državnega stroja, 1983*



Vir: Monroe 2003, 228

- **PLAKATI**

Uporaba plakatov je bila v Tretjem rajhu zelo razširjena. Njihova značilnost so bile izrazite barve, še posebej rdeča, in uporaba velikih, preprostih ilustracij ter gospodovalnih sloganov. V svoji mladosti je Hitler želel postati arhitekt, zato je vedno občudoval vse vrste vizualij in zelo dobro razumel pomen močnih vizualnih simbolov. Plakati so večinoma prikazovali

nacistično svastiko, čistega Arijca ali pa antisemitske podobe Židov z velikim nosom (Jowett in O'Donnell 1992, 188-192).

Spodaj (glej slike 2.3, 2.4 in 2.5) je zbirka nekaterih nacističnih plakatov, ki so bili ustvarjeni v letih 1933 in 1945, tj. v času Tretjega rajha, ko je bila na oblasti Hitlerjeva Nacistična stranka (NSDAP). Pri njih je v veliki meri vidna uporaba nacistične simbolike.

Slika 2.3: *Zmaga je v naših zastavah, 1940*

Slika 2.4: *Letno partijsko zborovanje v Nürembergu, 1939*

Slika 2.5: *Gradimo dušo in telo*

Vir: Calvin 2008

2.6 USPEHI NEMŠKEGA TOTALITARITARIZMA

Velika prednost, ki so jo imeli nacisti pri zagotavljanju uspeha lastne propagande, je bila v njihovi totalni oblasti nad državo. Do leta 1933 v državi ni bilo nobenih sporočil, ki bi propagirala drugačno ideologijo. Izobraževalni sistem je bi v rokah državne politike in je bil prirejen tako, da je ideološko upravičeval antisemitizem in ostale nacistične vrednote (glej (Jowett in O'Donnell 1992, 193-194). Hitler je v Židih videl grešnega kozla za vse – tako v družbi kot tudi v politiki. Goreč nacionalizem v družbi je ustvaril s prepričevanjem Nemcev, da bodo z iztrebljanjem Židov ustvarili sanjsko, nepokvarjeno, brezmadežno, čisto Arijsko deželo. Sposoben je bil obojega – istočasno demoralizirati Žide in mobilizirati mržnjo proti njim, zraven tega pa še priskrbeti opravičilo za svoje družbene in politične vzgibe.

Hitlerjeve propagandne kampanje na domačem področju so bile na dolgi rok zelo uspešne. Njihov teror je lahko ustavil le vojni poraz. Nemški voditelji so še potem, ko so zavezniki že osvobodili koncentracijska taborišča, branili eksterminacijo Židov in Bolševikov in so nanje valili vojno izgubo. Žal se nekateri najhujši vzorci antisemitizma nadaljujejo še danes.

Že sama uporaba medijev pojasnjuje dejstvo, da je nemška propaganda zares uporabila vse razpoložljive kanale tistega časa in to na zelo taktičen ter sistematičen način. Izkoristili so vsak medij, preko katerega so lahko širili svojo ideologijo, žal pa so z uporabo le-teh tudi razvrednotili moralne in etične ideale.

NSK so v nasprotju z njimi za širitev svoje ideologije ves čas uporabljali alternativne poti. Ljudem so sporočali svoja prepričanja skozi razstave, gledališke predstave (obe obliki sta se velikokrat odvijali v privatnih stanovanjih), koncertne spektakle, objave v kakšnih izrazito politično enostransko usmerjenih publikacijah, plakatne akcije in podobno. Mainstream jim ni bil nikoli preveč naklonjen. Najbrž so na to vplivale tudi gospodarske in politične razmere bivše Jugoslavije v 80-ih letih; kdor je želel alternativo, je že našel način, da je prišel do njih.

2.7 RAZUMEVANJE PODOB

Kot je že bilo poudarjeno v prejšnjih podpoglavjih, propagandisti želijo v čim krajšem času podati čim več informacij. To je mogoče le z uporabo določenih znakov in simbolov. V njih so zakodirane informacije, pa najsi so to resnične informacije ali pa laži in prevare. Ljudje smo vizualna bitja in podobe beremo veliko hitreje in bolj zavzeto kot druge oblike sporočil. Simboli v ljudeh vzbujajo asociacije, ki so jim znane, ali pa tiste, ki jih potrebujejo. In ravno v tem delu se je nacistična propaganda najbolj razšopirila, saj je za poudarjanje lastne superiornosti v svojo ideologijo vpeljala veliko premišljeno oblikovanih simbolov. Z njihovo taktično uporabo v propagandnih materialih so seveda vplivali na čustva in politična stališča posameznikov. Množični mediji torej niso bili le sredstvo, ampak aktivni oblikovalec propagande.

Simboli, podobe in motivi, vzeti iz nacistične totalitarne propagande, imajo veliko vlogo v medijskem prostoru tudi danes. Nacistični simboli v ljudeh namreč zbujajo asociacije, spominjajo jih na nekaj znanega iz preteklosti. Podobe iz druge svetovne vojne namreč še niso izgubile vrednosti v naši kulturi, vendar pa posamezniki z reprodukcijo spreminjajo njihov

kontekst. Tipičen primer ustvarjanja tovrstnih praks so dela skupin NSK. Gre za retroavantgardo, ki za svoje delo črpa veliko podob iz nacistične umetnosti in jih postavlja v kontekst svoje lastne ideologije.

Vloga množičnih medijev je od začetka dvajsetega stoletja začela dobivati vedno večje razsežnosti. Danes smo vsi hote ali nehote zasvojeni s podobami. Videvamo jih kamorkoli se obrnemo – visijo na oglasnih panojih, v časopisih in revijah, predvajajo se po radiu, televiziji, na svetovnem spletu, vidimo jih praktično v vseh javnih prostorih in vdirajo celo v zasebno sfero naših življenj. Z njimi si posamezniki potrjujemo in oblikujemo realnost, svet, ki ga vidimo in v katerem živimo. Vendar podobe same po sebi nimajo nobenega pomena. Branje in interpretacija slik predstavljata način, kako dajemo stvarem okoli nas in tako tudi tem podobam pomen.

2.8 REPREZENTACIJA

Reprezentacija je najpomembnejši proces pri ustvarjanju pomena v svetu okrog nas. Nanaša se na uporabo in razumevanje jezika in podob, vedno pa vsebuje uporabo znakov, ki za nečim stojijo in to tudi predstavljajo.

Znaki reprezentirajo dano vsebino. Hall (1997, 15) meni, da je reprezentacija pomemben del procesa, v katerem pripadniki določene kulture med seboj proizvajajo in ustvarjajo pomene. Ljudje uporabljamo besede in podobe, da lahko razumemo, opišemo in definiramo svet okoli nas tako, kot ga vidimo. Sistema reprezentacij kot sta jezik in vizualni mediji, sta organizirana s pomočjo danih pravil in konvencij. Teh se naučimo skozi proces socializacije v svoji kulturi in tako postanejo del nas samih (Sturken in Cartwright 2001, 12-16).

Vse podobe imajo dve ravni pomena. Francoski teoretik Roland Barthes je ti dve ravni definiral z izrazoma *denotativni in konotativni pomen*. Menil je, da lahko preko njunega razmerja ugotovimo razlike med podobami, ki delujejo na ravni očitnosti, in med podobami, ki v nas obujajo bolj kompleksne občutke in asociacije (Sturken in Cartwright 2001, 19). *Denotativna raven* kaže na dobesedni pomen znaka, na to, kar je objektivno predstavljeno, *konotativna raven* pa je raven, kjer znak na denotativni ravni dobi dodatni, sekundarni pomen. Taki pomeni so ponavadi zabrisani ali celo dvoumni. Nanašajo se na zgodovinski in kulturni kontekst gledalcev podob ter na to, kaj jim te v danih okoliščinah pomenijo (Chandler 2005).

Tako npr. beseda *svastika* na denotativni ravni objektivno pomeni vrsto križa, na konotativni pa lahko npr. hindujci v njej vidijo simbol sreče, v naši kulturi na nanjo gledamo kot na nekaj popolnoma destruktivnega, saj jo povezujemo z nacizmom.

Barthes je še nadgradil definicijo znaka s tretjim nivojem pomena, tj. z *mitom*. Ta opisuje kulturne vrednote in prepričanja, ki jih izražamo na ravni konotacije. Mit po njegovem predstavlja zgodbo, s katero si kultura razlaga realnost. Gre za skrit skupek pravil in konvencij, preko katerih konotativni pomeni postanejo v neki družbi univerzalni. Mit nam omogoča, da se konotativni pomen neke podobe ali znaka pokaže kot denotativni – dobesedni in nevtralni – in s tem izraža skupinski pogled na stvari v kulturi (v Sturken in Cartwright 2001, 19-20). Ljudje se teh pomenov skozi različne procese naučimo in jih vzamemo za svoje. Gre za našo ideologijo, za naše kulturne in zgodovinske vrednote, ki nam dajejo občutek naravnega. Kažejo nam, da je vse tako kot je, za nas očitno in brezčasno.

Marita Sturken in Lisa Cartwright (2001, 21-24) opozarjata na to, da je pomen podob vedno ustvarjen tudi skupaj z dinamiko družbene moči in ideologije. Ideologija pomeni sistem verovanja, širok in neizogiben skupek vrednot in prepričanj v dani kulturi, s pomočjo katerih se posamezniki znajdejo v odnosih. Ustvarjajo se preko podob, hkrati pa so vanje tudi projicirane. Gre za prodoren proces, ki ga v neki kulturi sprejmejo vsi, pa če se tega zavedajo ali ne. V ideologijo in v razmerja moči je vpeta tudi vizualna kultura, z njo so povezani načini, kako ljudje v neki kulturi gledajo in vidijo določene stvari. Aspekt ideologij, ki je najpomembnejši, je v tem, da se pojavljajo kot nevtralne in dane in ne kot del nekega sistema verovanj, ki ga proizvaja kultura z namenom, da deluje v skladu z razmerji moči.

2.9 KAKO DOJEMAMO PODOBE?

»Pojavi, ki nas obdajajo, so pogosto več kot zgolj dogajanja, so znamenja: označujejo, pomenijo, simbolizirajo.« (Musek 1990, 11)

To, da podobe vplivajo na gledalce in na potrošnike, je odvisno od širših kulturnih pomenov, ki jih evocirajo, in od družbenih, političnih ter kulturnih kontekstov, v katerih se nahajajo. Pomeni podob so raznoliki in jih ustvarjajo posamezniki vsakič znova, medtem ko jih gledajo (Sturken in Cartwright 2001, 25).

2.9.1 SEMIOLOGIJA IN DEKODIRANJE

Proces nastajanja pomena izhaja iz semiologije. Semiologija je veda o znakih, znanost, ki jo lahko uporabimo na kateremkoli fenomenu, ki ga je ustvarilo človeštvo. Ukvarja se z različnimi oblikami, ki so dane pomenom in preko katerih človeštvo verjame, da ima dostop do sveta. V semiotičnem smislu je znak lahko beseda, zvok, gesta ali objekt (Sonesson 1999).

Marita Sturken in Lisa Cartwright (2001, 25-27) razlagata, da so podobe vedno ustvarjene glede na družbene in estetske konvencije, te konvencije pa delujejo kot prometni znaki – da jim damo nek smisel, se moramo naučiti njihovih kodov. Ko se jih naučimo, jih začnemo instinktivno prepoznavati. Tako kot dekodiramo pomen prometnih znakov, lahko dekodiramo tudi pomene bolj kompleksnih podob. Asociacije s kodi in simboli ter njihov pomen pa niso vedno fiksni. Nekatere podobe razumemo povsem preprosto preko sprejetih konvencij reprezentacij. Tako se zavedamo tudi skoraj arbitrarnih povezav, ki jih vzamemo kot dejstvo. Za dekodiranje podob je zato potrebna interpretacija ključnih informacij do pomenov. Ta je lahko formalni element, kot npr. barve, sence, barvne nianse, kontrast, kompozicija, globina, perspektiva in stil. V določeni kombinaciji lahko tudi nevtralni elementi, kot je npr. barvna niansa, pridobijo na kulturnem pomenu (tipičen primer tega je uporaba revolucionarne rdeče barve v nacistični propagandi). Podobe dekodiramo in interpretiramo tudi glede na njihov družbeno-zgodovinski kontekst. Tako lahko približno izvemo, kdaj so bile ustvarjene, in družbeni kontekst, ki ga predstavljajo. S tem se naučimo prepoznati razliko med sliko v kulturnem muzeju in njeno reprodukcijo v nekem novodobnem oglasu.

Za interpretacijo podob torej moramo pregledati vse predpostavke o tem, kaj mi sami menimo o njih in kakšna so mnenja drugih, saj lahko le preko obojega dekodiramo vizualni jezik, ki ga govorijo. Vsaka podoba vsebuje več plasti pomena. Te se nanašajo na njihove formalne, kulturne in zgodovinske ozire, načine, kako so povezane z njimi, in kontekst, v katerem se nam prikazujejo (Sturken in Cartwright 2001, 41-42).

Kultura se ves čas spreminja in tako bralci podob danes gledajo na podobe drugače, kot so nanje gledali v času njihove stvaritve. Ljudje smo izurjeni v branju razlik in se zmeraj zavedamo določenih pomenov, ki nam jih kažejo. Tudi podobe iz preteklosti lahko znova in znova poustvarjamo. Čeprav vzete iz zgodovine, v novih okoliščinah pridobijo nov pomen, ki se prilagodi kulturni klimi. »Nacistični« in drugi simboli, ki jih pri svojih delih uporabljajo člani NSK, pri bralcih sicer vzbujajo občutek za dogodke iz preteklosti, vendar je njihov

pomen spremenjen. Z njimi ne želijo širiti ideje nacizma in velikega Rajha, ampak prikazujejo svojo, popolnoma drugačno ideologijo.

2.9.2 VRSTE ZNAKOV

K načinu, kako gledamo na podobe danes, je veliko prispevalo Peircevo delo. Razlikoval je med tremi vrstami znakov (v Sturken in Cartwright 2001, 140-141):

- *ikone* so znaki, v katerih takoj najdemo povezavo z objektom, saj med označevalcem in označenim obstaja zelo močna podobnost (npr. portret);
- *indeksi* so znaki, kjer obstaja dokaj očitna povezava med označevalcem in označencem, saj so se pojavljali v istem prostoru in času (kot primer navaja prstne odtise);
- *simboli* so znaki, ki ne kažejo na neposredno povezavo z njihovimi objekti. Njihova narava je popolnoma arbitrarna. Njihov pomen lahko razumemo le, če se ga naučimo (primer simbola je npr. jezik kot sistem simbolov – ne obstaja npr. neke naravne povezave med besedo »mačka« in dejansko mačko; za to mora obstajati konvencija, ki jo daje jezik, in šele tako lahko to povezavo razumemo).

Peirce je torej videl simbole kot znake, ki označujejo na podlagi konvencij, ki jih poda neka družba.

Ljudje imamo značilnost, da stvari, dogajanja in pojave dojemamo kot znamenja. Zaradi te sposobnosti se nam stvari kažejo v dodatni simbolni luči. Naš izraz *simbol* izhaja iz samostalnika *symbolan*, ki korenini v grškem glagolu *symballein*. Ta pomeni *vreči skupaj* ali *povezati*, kar lepo ilustrira osnovni smisel pojma simbol, ki se nanaša na način sklepanja dogovorov in pogodb v antiki, ko sta pogodbeni stranki prelomili nek trden predmet (prstan, pečat, tablico) na dvoje in je vsaka izmed njiju vzela svojo polovico. Ko so ti dve polovici spet dali skupaj, je to predstavljalo povezavo med strankama, jamstvo in dokaz njunega dogovora. Simboli so torej že v tistem času pomenili neko vsebino, ki nas vodi k smislu, širšemu od konkretnega znaka te vsebine, širšemu od samega denotativnega pomena (Musek 1990, 11-18).

Simboli so več kot preprosta znamenja. Segajo onstran pomena in so odvisni od različnih interpretacij, te pa od danih predispozicij. Nabiti so s čustvenostjo in dinamiko. Njihove ravni niso vedno iste, ni kontinuitete in nastajajo prehodi. Simbolika je zmeraj večrazsežna, saj so simboli kompleksni in nedoločeni. Vsak predmet lahko dobi simbolično vrednost. Predmet je lahko bodisi naraven (kamen, kovina ...) bodisi abstrakten (geometrijska oblika, število, ritem, ideja ...). Simbol se utrdi kot navidezno oprijemljiv pojem, katerega drug pojem je neoprijemljiv (Chevalier in Gheerbrant 1993, 8-11).

Za moje diplomsko delo je še posebej pomembna obravnava nacionalnih simbolov, predvsem pa nacističnih, ki so dosledno pomagali pri oblikovanju nacistične ideologije in pri soustvarjanju nacionalne identitete.

2.10 NACIONALNI SIMBOLI

Na podlagi prej povedanega ima semiologija sposobnost, da vidne simbole transformira na ideološki pomen, ta pa predstavlja različne konotacije simbolov. Simboli tako s seboj zmeraj nosijo tudi ideologijo oz. jo projicirajo. Nacizem je živel v svetu simbolike. Objekte iz vsakdanjega življenja je sprevračal in jih umeščal v novo življenje, enako delo pa opravljajo danes NSK.

Astrid Sahm (1999, 649) razlaga, da nacionalni simboli predstavljajo bistven del nacionalne identitete in ideologije. Univerzalni uradni nacionalni simboli so zastava, grb, moto, nacionalne barve, emblemske živali ali rastline in tudi bolj abstraktni simboli, predvsem križi ali himne. Med neuradne nacionalne simbole spadajo nacionalni miti, jedi, epi, oblačila, prazniki, ples, glasba in drugi. Vsi ti simboli artikulirajo, hkrati pa tudi preoblikujejo razumevanje nacionalne identitete.

Nacionalni simboli predstavljajo nacionalno identiteto in karakter, njeno razpoloženje in želje ter cilje, ki jih določajo tisti, ki imajo dostop do moči. S tem postanejo tudi moderni totemi, znaki po katerih se nacije razlikujejo med seboj in s katerimi si zagotavljajo meje svoje identitete. Durkheim razlaga, da so simboli sami po sebi neki naravni objekti, ki jih je družba preobrazila glede na okoliščine, iz katerih izhajajo (v Cerulo 2001, 78-80).

2.10.1 MEDKULTURNE RAZLIKE V SIMBOLH

Ljudje smo sposobni tvoriti, dojemati in uporabljati simbole. Vendar je le del simbolike univerzalen. Velik del simbolike je namreč skupen samo določenim kulturnim skupnostim in zato lahko govorimo le o kulturni simboliki in o njenih medkulturnih razlikah. Vse velike kulture in civilizacije so zraven splošnih vidikov in vsebin razvile tudi posebne, lastne sisteme simbolike. Razlike med njimi se pojavljajo prav v pomembnosti in pogostosti istih oz. univerzalnih simbolov v različnih kulturah (Musek 1990, 33, 37-38). To se jasno vidi npr. v primeru svastike, ki v določenih kulturah še vedno pomeni simbol sreče in dobrega, v nacistični Nemčiji pa je predstavljala boj za prevlado arijske rase.

Musek (1990, 56, 109-110) nadaljuje, da se tudi tradicionalna simbolika razlikuje od simbolike, ki je posredovana sodobnemu človeku. Tako se simboli različnih dob in različnih kultur med seboj razlikujejo. Medtem, ko isti simboli lahko simbolizirajo različne vsebine, lahko tudi različni simboli simbolizirajo enake ali podobne vsebine. Ti so t.i. *korespondentni simboli*.

Za nadaljnje proučevanje nacističnih simbolov je še posebej pomembna obravnava istih simbolov, ki simbolizirajo različne vsebine. Pri njih gre namreč za proces, ki se imenuje *pomensko preobračanje*. Mnogi identični simboli imajo namreč tendenco, da se jim v določeni kulturi pripišejo pomeni, ki so drugačni kot v drugih kulturah. Ta težnja povečuje kulturno diferenciacijo ter s tem krepi kulturno kohezivnost in identiteto. S tem se kulture samodejno branijo pred izgubljanjem svoje identitete. Zato sicer univerzalne in podobne vsebine prekrijejo z različnimi kulturnimi vzorci, tj. z različnimi religijami, miti, simboli, obredi in običaji (Musek 1990, 111-112). Tako se je odražala tudi nacistična simbolika. Nacistična ideologija je temeljila na starih simbolih iz nemške preteklosti, ki so jih nacisti spretno uporabljali pri svojem razkazovanju moči in avtoritete. Spletena je bila iz brikolaža različnih elementov – iz indijskih mitov so vzeli svastiko, iz rimskega imperija pozdrav *Hail Hitler*, iz nordijske mitologije pa raso, ki je preživela težek boj z naravo.

2.10.2 NACISTIČNI SIMBOLI

Nacistična propaganda je s pomočjo udarnih nacionalnih simbolov močno podprla politične in vojaške akcije Tretjega rajha. Njihovi simboli so označevali politično-ideološke cilje, zato jih danes marsikdo dojema kot nekaj sovražnega, pa čeprav ne zaradi simbolov samih po sebi, ampak zaradi propagande, nacistične ideologije, s katero jo še zmeraj povezujejo. Nacistična propaganda je resda osnovala obširno uporabo širokega spektra previdno oblikovanih simbolov, s katerimi so poudarjali svojo moč in avtoriteto, vendar pa estetika sovražnosti ne izvira iz nobenega njihovega specifičnega znaka ali barve. Kar jo je naredilo takšno kot je, je retorika, ki govori za njo. Ta je bila precej očitna: vključevala je laži in pretiravanja, karikature in stereotipe, grožnje in agitacijo, vse to skupaj pa se je upodabljalo v konkretni obliki.

Heller (2004, 852-854) opozarja, da so nacisti dražljaje vseprisotnega strahu v takratni Nemčji pretvarjali v manifestacije terorja. Preko podob, govorov in drugega so vplivali na posameznikovo psiho, ko pa se je ta spojila z odvratno sliko nasprotnika, je prišlo do neizmernih občutkov antipatije. Bolj učinkovitih predstav od etničnih in rasnih stereotipov ni in ravno ti lahko najbolj poslabšajo nezaupljivost negotovih ljudi. Absurdni rasni stereotipi so tako bili uporabljeni kot blagi komercialni simboli v stripih, oglasih in na embalažah, celo v logotipih.

Nekateri simboli so bili bolj odkriti, predvsem znamenja časti in oblasti, ki so jih nosili člani Gestapa. Nacisti so bili posebej vešči uporabe skulptur in arhitekture kot propagandnega medija, tako je Albert Speer kot vodilna osebnost nacistične arhitekture rekonstruiral Berlin in ostale večje projekte, ki mu jih je zadal Hitler (Jowett in O'Donnell 1992, 193).

V totalitarnih režimih so bili obstoječi nacionalni simboli in z njimi povezani miti vedno povezani z najbolj puhlimi nameni propagande. Nacistični propagandi je uspelo, da je moralno in etično nesprejemljive stvari naredila za sprejemljive in to preko dehumanizacije človeških lastnosti. Skozi načrtno taktizirano uporabo izrazitih simbolov in propagande je razvrednotila vse etične ideale. Šele preko teh so njihova sporočila dobila pravi učinek.

Najpomembnejši simboli nacistične propagande so *svastika, kri, orli, marši, salutiranje* (pozdrav Heil Hitler), *sablje* in *bodala* ter *zastave*, njihova propagandna komunikacija pa je določena tudi z barvami, in sicer *rdečo*, ki bazira na *črno-beli podlagi.*

- **SIMBOLIKA BARV**

Po mnenju Muska (1990, 183) je simbolika barv najbolj raziskano področje simbolizma. Barve že od nekdaj simbolizirajo čustvena stanja, vendar v vseh kulturah ne nastopajo enoznačno. Sicer so barve same po sebi amorfne, vendar so artikulirani, senzornemu izkustvu normalnega človeka dani predmeti nujno povezani z določeno barvo.

Chevalier in Gheerbrant (1993, 47-51) dodajata, da je za simboliko barv značilno, da je splošna, ne samo geografsko, ampak tudi na vseh ravneh bitja in spoznanja. Razlage so sicer lahko različne, npr. rdeča ima lahko različen pomen glede na kulturna območja, vendar so barve vedno in povsod podpora simbolične miselnosti. Rdeča je barva krvi, barva življenja, črno je barva noči, barva preizkušnje, trpljenja, skrivnosti, bela je barva svetlobe in sijaja, znamenje sreče.

Rdeča je splošno označena kot simbol življenja, duše, čustev, ljubezni, strasti, libida, nagonov in čutnosti. Po drugi strani pa simbolizira tudi bojevitost, borbo, vojskovanje, je simbol vojne in revolucije, nevarnosti, hkrati pa tudi napredka. »Splošno simbolizira agresivnost« (Musek 1990, 181), je barva ognja in krvi. Po eni strani pomeni smrt, po drugi pa mladostniški zanos in gorečnost. Je bojevniška barva, lahko pa pomeni tudi barvo življenja, lepote in bogastva (Chevalier in Gheerbrant 1993, 505-506).

Rdeča, črna in bela so barve, ki jih čustveno zaznavamo. Rdeča je barva revolucije in je nasploh v barvni lestvici najbolj opazna ter sproža ognjevita pozitivna čustva. V nacistični Nemčiji je rdeča barva označevala idejo nacističnega gibanja in njegove revolucionarne težnje. Pojavljala se je povsod: na zastavah, plakatih, uniformah in drugje. Posebnost rdeče je, da nam centrira pogled, zbode v oči in prisili človeka, da postane pozoren.

Slika 2.6 prikazuje zelo čustveno nabit nacistični propagandni plakat, ki povezuje različne elemente nacistične simbolike – zastave, svastika in barvni poudarki oz. njihova kombinacija.

Slika 2.6: *Propagandni plakat »Le Hitler«*

Vir: PzG – Your Third Reich HQ! 2007

- **KRI**

Kri kot pomemben simbol nacistične propagande simbolizira vse trdne vrednote ognja, toplote in življenja, ki so povezane s soncem. Tem vrednotam se pridružuje vse, kar je lepo, žlahtno, velikodušno, vzvišeno. Sodeluje tudi v splošni simboliki rdečega (Chevalier in Gheerbrant 1993, 267).

- **MEČ**

Meč je po Muskovih besedah (1990, 255-256) med najpomembnejšimi simboli oblasti – priznane, nasilne in tiranske. Simbolizira uničenje in pogin. Zraven tega je tudi simbol ideje, resnice, spoznanja in modrosti, predvsem zaradi svojih značilnosti, da reže, seka in udari. Skupaj s svetlobo, ognjem in križem ga povezujejo v zanimive simbolične kombinacije.

- **OGENJ**

Ogenj je v mnogih izročilih najvišji element. Je element sonca, zvezd, iskrenja, izvor svetlobe, element bliska in strele, vulkanskih izbruhov in lave. Ogenj je simbol najvišjih moči, tako dobrohotnih kot tudi uničevalnih. Kot simbol duha in izvor svetlobe je ogenj pogosto simbol najvišjega spoznanja, navdiha, resnice in upanja. Po drugi strani je ogenj simbol uničevalne sile, najstrašnejših katastrof, uničenja, apokalipse, smrti v največjih razsežnostih, simbol vojne, pogube ter večnega peklenskega trpljenja (Musek 1990, 209).

- **OREL**

Simbol orla je nasploh med najpomembnejšimi heraldičnimi, dinastičnimi in državnimi simboli. Njegov simbolični pomen narekuje kombinacija sposobnosti letenja, doseganja velikih višin in dominantna moč. Zato simbolizira vzpon, dviganje, transcendenco, nedosegljivost, vladavino, zmagovitost in slavo. Hkrati simbolizira tudi vrhunsko moč, hrabrost, ponos in dostojanstvo ter mogočnost in veličastnost v vseh ozirih. Po drugi strani simbolizira tudi nevarne vidike mogočne in osamosvojene oblasti: ropanje, agresivnost, nasilje in bojne nevarnosti (Musek 1990, 227).

Vrednostni pomeni simbola orel so moč, ponos, vladanje, mogočnost, podtalna, subverzivna moč, po drugi strani pa neodvisnost, prostost in svoboda (Musek 1990, 64-65). Orel je kralj ptičev, inkarnacija, substitut in glasnik najvišjega uranskega božanstva in nebeškega ognja, sonca, edini, ki more strmeti vanj, ne da bi se opekel. Simbol je tako pomemben, da v naši kot v drugih civilizacijah ni zgodbe ali podobe, zgodovinske ali mitične, v kateri orel ne spremlja ali celo predstavlja najvišjih bogov in največjih junakov: orel je atribut Zevsa (Jupitra) in Kristusa, imperialni emblem Cezarja in Napoleona, tako v ameriški preriji kot v Sibiriji, na Japonskem in Kitajskem ali v Afriki, povsod si šamani, duhovniki in vedeževalci, kralji in vojskovodje sposojajo orlove atribute in nekako delijo moč z njim. Orel je tudi prvobitni in kolektivni simbol očeta in vseh očetovskih figur (Chevalier in Gheerbrant 1993, 413-114).

Na kratko torej orel predstavlja natanko to, za kar so si nacisti v Tretjem rajhu prizadevali – simbolizira oz. označuje njihovo enotnost, moč, veličino in superiornost (glej sliko 2.7).

Slika 2.7: *Nacistična simbola – orel in svastika*

Vir: Utah State University Libraries 2006

- **SIMBOLIKA OBLIK**

Musek (1990, 196) razlaga osnovo simbolike oblik kot zgoščene geometrične like, telesa in njihove transformacije, ki ponazarjajo gibanje. Temeljni simboli oblike in gibanja so med najpomembnejšimi simboli nasploh in pomensko segajo na vsa območja simboličnega pomena – križ, krog, kvadrat, grafemi zvezd itd.

o KRIŽ

Križ je po njegovem (1990, 197) eden od temeljnih simbolov, saj se pojavlja v vseh kulturah in ljudstvih. Simbolizira prepletanje, povezovanje in spajanje. Združuje izhajanje iz središča (ekspanzijo) in vračanje vanj, ponovno zbiranje. Križ simbolizira stvari, ki so neuničljive in se transformirajo, zato se pojavlja kot eden izmed najpomembnejših simbolov življenjskega in mističnega vzpona, transcendence, odrešenja in večnosti, nesmrtnosti.

V času nemškega nacizma je črni križ (glej sliko 2.8) označeval nemška vojna vozila in letalstvo (Monroe 2003, 10).

Slika 2.8: *Nacistični križ*

Vir: Anything anywhere 2008

o SVASTIKA

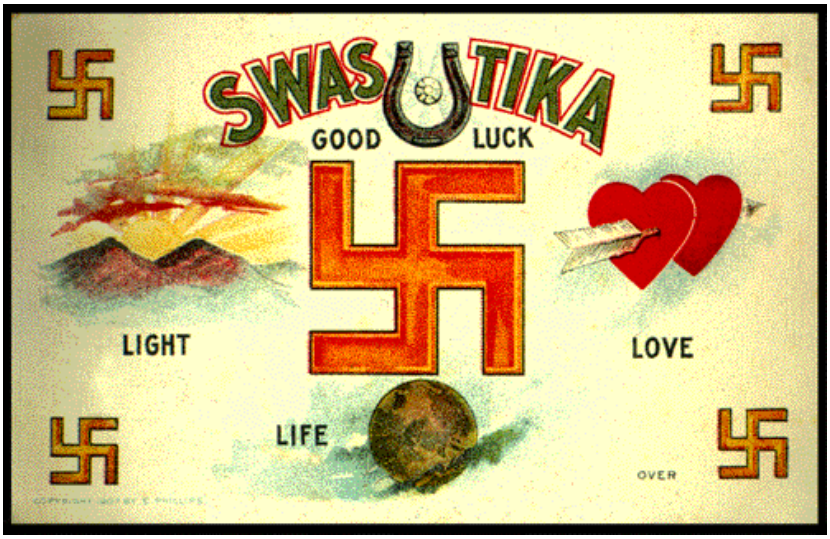
Svastika je ena od različic križa. Chevalier in Gheerbrant (1993, 585) jo opisujeta kot:

> *Svastika je eden najbolj razširjenih in najstarejših simbolov. Najde se na Daljnem vzhodu in Srednji Ameriki, Mongoliji, Indiji in severni Evropi. Poznali so jo Kelti, Etruščani, antični grki /.../ Svastika je ne glede na simbolično kompleksnost že s svojo*

risbo oznaka za kroženje okoli nepremičnega središča /.../ Torej je simbol manifestacije, cikla in večnega obnavljanja.

Svastika je starodavni verski in okrasni simbol, ki se še danes uporablja v hinduizmu, budizmu in džainizmu, kjer simbol povezujejo s srečo. Nasploh je svastika najstarejši križ na svetu. Oblikuje kombinacijo štirih pozitivnih značilnosti. Ti so sreča, svetloba, ljubezen in življenje (Yronwode 2000). Spodnja slika (glej sliko 2.9) upodablja razglednico E. Phillipsa[3] iz leta 1907 in prikazuje svastiko v času, še preden so Nacisti spačili njen pomen. Na njej je prikazana njena pozitivna narava, ki simbol povezuje s štirimi platmi sreče. Konjska podkev simbolizira srečo, vzhajajoče sonce svetlobo, srci ljubezen in Zemlja življenje.

Slika 2.9: *Razglednica s svastiko kot simbolom sreče*



Vir: Yronwode 2000

Hitler je avgusta 1920 na kongresu v Salzburgu simbol vključil v insignije, t.i. znamenja časti in oblasti nacistične stranke. S tem je pripravil osnovo za prevračanje svastike od simbola dobrega v simbol svoje lastne zmedene mitično-mistične verzije sveta. V svoji knjigi *Mein Kampf* je zapisal: »... vidimo ... v svastiki je poslanstvo boja za zmago Arijcev in ... zmaga ideje kreativnega dela, ki je kot tako vedno bilo in vedno bo antisemitsko.« (v Schmidt 2005, 52). Kreativne nianse simbola so tako ostale, njihov namen pa se je iznakazil.

[3] Ameriški založnik, ki se je ukvarjal z izdajanjem razglednic.

Svastika je enakokraki križ z ukrivljenimi konci (v desno ali levo). Nacistična svastika je desnosučna, medtem ko ima Hindujska oblika eno ali drugo obliko z različnima pomenoma. Svastika je bila Hitlerjevo orodje, njegov osebni emblem (glej sliko 2.10). Med drugim predstavlja tudi znak sreče in s tem ostaja varovanka religioznih ikon v več delih sveta. Z uporabo svastike v nacizmu se je njen pomen spremenil od nevtralne ikone do orodja kaznivosti (Heller 2004, 850).

Slika 2.10: *Nacistična svastika*

Vir: L'encyclopédie En Ligne Universelle 2008

Svastika je v nacistični Nemčiji predstavljala boj za prevlado arijske rase. Pojavljala se je povsod – na zastavah, letakih, plakatih, v časopisih, na uniformah in značkah. Propaganda ga je spremenila v simbol, ki označuje boj za čistost nemške rase.

Svastika še danes večini zahodnih ljudi ostaja znana kot simbol antisemitističnih gibanj z največjimi razsežnostmi v času nemškega nacionalsocializma. Žal je resnična tudi teza Natashe Smidt (2005, 53), ki trdi: »Svastika med ljudmi ne bo sprejeta, dokler se ne bo njen sloves pomaknil naprej.«

Nacizem je bil takorekoč rojen v svetu simbolike. Z uporabo udarnih in emocionalno nabitih simbolov jim je skozi propagandno komunikacijo uspelo spreobrniti, zmanipulirati množice in jih postaviti na svojo stran. Ti simboli še danes niso izgubili na svoji vrednosti. V ljudeh vzbujajo asociacije, spomnijo jih na nekaj znanega iz preteklosti. Povezava ostaja zelo močna.

Alternativna gibanja danes oz. bolj specifično NSK to povezavo in emocionalno navezanost uporabljajo pri svojih delih. Njihov namen je vzbujanje močnih emocij, vendar jih postavljajo v drugačen kontekst, ki je prilagojen novi kulturni klimi. Uporabo simbolov, ki so v Tretjem rajhu označevali nacistične politično-ideološke cilje, skozi prakse apropriacije prikazujejo v popolnoma novi luči.

3. ALTERNATIVNA FORMACIJA TOTALITARIZMA - NEUE SLOWENISCHE KUNST

3.1 TOTALITARNEJŠI OD TOTALITARIZMA

»Vsaka umetnost je podvržena politični manipulaciji, razen tiste, ki govori z jezikom te iste manipulacije. Umetnost in totalitarizem se ne izključujeta. Totalitarni režimi ukinjajo iluzijo revolucionarne umetniške svobode.« (v Borec 2004, 260)

Kolektiv Neue Slowenische Kunst je bil ustanovljen z namenom, da bi preko različnih poti in kanalov proučevali razmerje med umetnostjo in ideologijo. Velike teme, ki jih sprožajo, se nanašajo na umetnost in totalitarizem ter narodno identiteto v sodobnem kontekstu.

Tako udarno kot je nastopil Hitler z vzponom Tretjega rajha in vojaškim imperializmom, je proti totalitarnim režimom nastopil umetniški kolektiv Neue Slowenische Kunst oz. NSK. In to na totalitaren način. Avantgardni kolektiv z uporabo totalitarnih znakov in simbolov, predvsem nacističnih, opozarjajo na pomenske ravni, ki ležijo za njimi. Preko praks apropriacije oz. z njihovo lastno delovno metodo retrocitiranja prikličejo v spomin zgodovinski pomen teh znakov in podob, hkrati pa nastopajo proti njim. In zato kolektiv NSK zaradi samega provokativnega učinka ideoloških struktur v totalitarnih režimih zgleda celo bolj totalitaren od totalitarizma samega. Gre za provokativni fenomen, ki je na področju kulturnega imperializma osvojil Evropo (oz. določen segment ljudi), predvsem pa Nemčijo.

Kolektiv je bil ustanovljen leta 1984 in je bil sprva sestavljen iz glasbene skupine Laibach (1980), skupine slikarjev Irwin (1983) in gledališke skupine Gledališče Sester Scipion Nasice (1983). Po letu 1982 so Laibach Kunst – predhodna organizacija NSK-ja – spisali *10 Točk Konventa* in s tem definirali NSK ne kot združenje posameznikov, temveč kot uniformiran kolektiv, ki je po vzgledu države sledil industrijski produkciji in principu direktiv in je za svojo delovno metodo prevzel *identifikacijo z ideologijo* (Arns 2002, 164).

3.1.1 ZRCALJENJE PRETEKLOSTI V SEDANJOST

Na podobe iz preteklosti gledamo danes drugače, kot so gledali nanje v času njihove stvaritve. Gledalci ustvarjajo predpostavke o zgodovinskem statusu podob, saj jih lahko prepoznajo iz njihovega stila, medija in ostalih karakteristik (Sturken in Cartwright 2001, 109).

Uporaba kodov klasičnega ali kateregakoli drugega stila doda izdelkom občutke nostalgije, zato takšni apeli dodajajo vrednost. V vizualnih podobah obstaja v širšem razredu poudarek na pomembnosti zgodovine (Sturken in Cartwright 2001, 110-111). Strategija NSK temelji na tem, da bi pokazali različne vidike totalitarizma, in sicer na svoj paradoksalni, kompleksni, a hkrati univerzalni način. Sklicevanje na kode totalitarizma tako služi kot pretvarjanje ideologije v neke druge podobe, v nek drug objekt (Arns 2002, 114). Kljub temu pa seveda kot umetniki sami vzpostavljajo svoj sistem kodiranja lastne umetnosti (Šutej Adamič 2000, 7).

Okvir, na katerega se bom naslonila, obravnava moč simbolov, podob in učinkov del, ki si jih v NSK prisvajajo iz nacistične propagande in simbolov v drugi svetovni vojni, skozi njihove provokativne očitke ideološki strukturi, ki je bila podlaga semitotalitarnega sistema v bivši Jugoslaviji.

3.1.2 OHO IN ŠKUC – INTELEKTUALNI IN UMETNIŠKI KONTEKST NSK

Monroe (2003, 50-51) razlaga, da je na naših tleh med leti 1966 in 1971 deloval idealistični kolektiv OHO, nekakšen predhodnik NSK. Njihova dela so se pojavljala v številnih medijih, od filma in fotografije do oblikovanja in instalacij. Svoj uspeh so dosegli tako v mednarodnem kot v domačem merilu. Njihova dela je podprl *študentski kulturni center* oz. ŠKUC, ki se je že takrat zavzemal za alternativne oblike umetnosti. Med letoma 1980 in 1982 je ŠKUC vodil celo Dušan Mandič, član skupine Irwin. ŠKUC je hkrati gostil Laibachove najzgodnejše projekte in izdal dokument *Laibach – Instrumentalnost državnega stroja*, ki je zbirka njihovih zgodnjih izjav v eksplicitno totalitarnem tonu.

3.2 SPLOŠNA PREDSTAVITEV SKUPIN

Alexei Monroe (2003, 102), kulturni teoretik in avtor knjige *Pluralni monolit*, v kateri se ukvarja z umetniškim gibanjem NSK, meni, da kolektiv s svojim umetniškim delom zrcali duh časa in mu hkrati nasprotuje. Nasprotujejo tudi sodobnemu kultu individualnosti, saj delujejo v kolektivu, kjer so skupine in njihova dela najmočnejša in najbolj fantomska ter sprožajo širok razpon odzivov in projekcij.

Tri ustanovne enote NSK so bile glasbena skupina Laibach[4], likovni umetniki Irwin in Gledališče sester Scipion Nasice, ki je raziskovalo religiozne in ritualne vidike NSK. Prednost njihovega kolektiva je bila v tem, da je vsaka od skupin zmeraj oglaševala dejavnosti drugih in v tem vzajemno krepilnem ciklu tudi dejavnost celote (Monroe 2003, 128). Tudi samo delovanje skupin se medsebojno močno prepleta. Tako so bile razstave Irwinov pogosto usklajene z Laibachovimi koncerti ali z gledališkimi predstavami in ravno ta sinergija jim je pomagala do slovesa, ki je zaslužen za živahen urnik njihovih mednarodnih razstav (Monroe 2003, 105-106).

3.2.1 IRWIN – TOTALITARNI LIKOVNI UMETNIKI

Monroe (2003, 102-103) opisuje Irwine (glej sliko 3.1) kot skupino petih slikarjev, ustanovljeno leta 1983, ki je ime prevzela od tovarne ur v Chichagu, s svojim delovanjem pa poskuša ponovno definirati status sodobne umetnosti. Njihovi primarni »izdelki« so slike, vendar zraven tega ustvarjajo tudi instalacije, objekte in lastna teoretska besedila. Vsi člani skupine izhajajo iz okolja likovne umetnosti in so že prej preko osebnih poznanstev in skupnih projektov delovali na ljubljanski alternativni sceni.

[4] Laibachi so tudi ideološka enota oz. temelj NSK.

Slika 3.1: *Irwin*

Vir: Serrano v K. 2008

Tea Štoka (1992, 7) meni, da so Irwini pri svojih delih zelo izvirni, saj ves čas vzpostavljajo nov sistem družbenega sporazumevanja in iščejo vedno znova nove kanale za pretok informacij med umetnikom in občinstvom. Namesto starih oblik se je tako z njimi uveljavilo razstavljanje po zasebnih stanovanjih oz. t.i. *Apt Art*.

3.2.2 LAIBACH – GLASBENA SKUPINA IN MISELNI STROJ

Skupina Laibach je na mednarodnem področju ena najbolj prepoznavnih slovenskih glasbenih skupin. Nastala je leta 1980 v Trbovljah. Znana je zaradi svoje avantgardnosti v vseh pogledih, predvsem pa zaradi simbolnega spominjanja na totalitarne režime. Zraven glasbe se namreč predvsem ukvarjajo z močjo simbolov/podob in z učinki plakatov. Zaradi tega so imeli v začetku nemalo težav.

Skupina je prevzela ime, pod katerim je znana prestolnica Ljubljana v času nacistične okupacije mesta, tj. med leti 1943 in 1945. Njihov simbol – križ (glej sliko 3.2) – je v času druge svetovne vojne označeval nemška vojna vozila in letalstvo.

Slika 3.2: *Slika iz ovitka Laibachovega albuma »Anthems«, 2004*

Vir: Laibach 2008a

Skupina je vedno sodelovala tudi z umetniki iz drugih področij, zraven tega pa tudi sama deluje kot multimedijska enota, ki se izraža skozi besedila, glasbo in vizualno umetnost. Laibach je bil ustanovljen z namenom, da bi v številnih medijih preučeval razmerje med umetnostjo in ideologijo. Za to si je izbral glasbo, saj je imela status najbolj razširjene sodobne oblike, vendar je vedno deloval tudi zunaj glasbene sfere. Skupaj z drugimi skupinami kolektiva NSK je tako zbral ogromno količino del in ustvaril mrežo govoric, mitov, obtožb in zmede, ki se še naprej širi. Režime raziskuje tako, da slišnemu ali vidnemu podeli vrsto povezav, npr. povezovanje rock glasbe s fašistično mobilizacijo (Monroe 2003, 10-13, 50-51). Nekateri njihovi simboli (npr. križ) že od samega začetka sprožajo določene moteče vizualno-zgodovinske asociacije, njihove plakatne akcije pa so znane po svoji abstraktnosti in specifičnosti, ki prikličejo (boleče) vojne spomine.

Skupina Laibach ohranja svojo relevantnost vse do danes. Sluga (v Ilič 2004, 10) trdi: »Po svoje so Laibachi večni.«

3.2.3 ODDELEK ZA ČISTO IN PRAKTIČNO FILOZOFIJO – FILOZOFI IN RETORIKI

Monroe (2003, 117-118) opisuje Oddelek za čisto in praktično filozofijo kot skupino, ki simbolizira intelektualne ambicije NSK, kljub temu da so tudi vse ostale skupine zelo spretne pri proizvajanju retoričnih in teoretskih besedil. Nekateri njihovi govori so postali tudi uvod v Laibachove koncerte.

3.2.4 GLEDALIŠKE FORMACIJE

Po Monroevem proučevanju (glej 2003, 111-112) so v NSK do sedaj delovale tri zaporedne gledališke skupine, ki so predstavljale uporabo retrogardističnih tehnik na odru, in sicer Gledališče sester Scipion Nasice, Rdeči pilot in Noordung. Gledališke operacije NSK gradijo na delu slovenskega povojnega eksperimentalnega gledališča ter na vrsti ikoničnih zgodovinskih figur. K njihovemu ustvarjanju so veliko prispevale tudi druge skupine kolektiva NSK, saj je ponavadi šlo za nekakšna zlitja retrogardističnega giba, zvoka (Laibach) in scenografije (Irwin).

3.2.5 NOVI KOLEKTIVIZEM – PROVOKATIVNI OBLIKOVALCI

Novi kolektivizem oz. NK je skupina kolektiva NSK, ki se ukvarja z grafičnim oblikovanjem. Monroe (2003, 119) njihovo delo opisuje s tremi besedami – *propaganda, komunikacija* in *provokacija*. Veliko njihovega dela je vidnega na NSK-jevih vizualijah, saj skrbijo za usklajenost celotne podobe NSK, od plakatov in tiskovnih konferenc do razstavnih katalogov, ovitkov za albume in izdelkov NSK, namenjenih prodaji. Zanimivo je predvsem to, da v njem delujejo po en član Laibacha in Noordunga ter dva člana skupine Irwin.

NK je oblikoval tudi več najbolj provokativnih naslovnic za Mladino, na katerih so se pojavljale kontroverzne podobe Laibacha in NSK.

Velik del dejavnosti NK sestavljajo zunanja naročila, pri katerih ni videti nobene očitne povezave z NSK. Dela, ki so ponatisnjena v povezavi z NSK, so zelo opazna v uporabi sredstev, kot je tiposkript, in vključujejo klasične ali totalitarne motive, vseskozi pa je seveda navzoča retro avra (Monroe 2003, 127). Več o tem v nadaljevanju diplomske naloge.

3.3 SIMBOL NSK

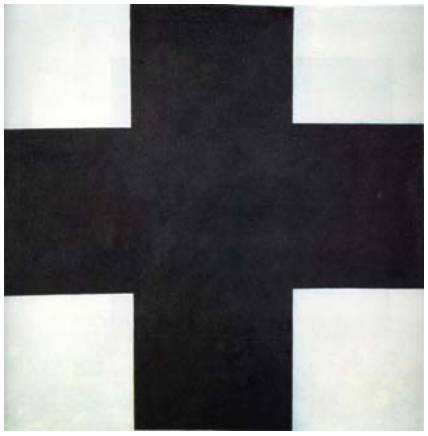
Simbol kolektiva NSK, ki se z drugimi besedami imenuje tudi *simbol retrogarde* (glej sliki 3.3 in 3.4), je kombinacija različnih prvin. V sredini je povsod navzoči Laibachov križ, oblikovan po vzoru ruskega supermatističnega avantgardnega umetnika Malevicha (glej sliko 3.5), na katerega so položene znamenite sekire – svastika nemškega protifašistično usmerjenega oblikovalca Johna Heartfielda (glej sliko 3.6). Zastava oz. prapor na dnu nosi imena treh ustanovnih skupin – Rdeči Pilot, Laibach in Irwin. Na dnu logotipa se vrti atom. Uporabljen je tudi ogenj, simbol najvišjih moči, s tem da njegova plemenica prikazuje znamenje slovenskega uporniškega gibanja s tremi vrhovi. Splošni vizualni učinek je tako arhaičen in hkrati industrijski. Monroe (2003, 71) navaja, da: »Logo ponazarja NSK-jevo rabo ponavljajočih se generičnih motivov, ki predstavljajo delo posameznih skupin in kolektiva kot celote.« Hkrati pa so to glavni simboli nacističnega propagandnega komuniciranja.

Slika 3.3: *Logotip NSK, 1983*

Slika 3.4: *Logotip NSK, 1992*

Vir: Arns 2002, 15

Slika 3.5: *Kasimir Malevich – Črn križ na beli podlagi*



Vir: Russian Avant-garde Gallery 2008

Slika 3.6: *Jonh Heartfield - Svastika*

Vir: The Sources of Laibach Kunst 2008

3.4 NACIONALNA IDENTITETA SLOVENCEV IN KULTURNI KONTEKST NSK

Po mnenju Gowa in Carmichela (v Monroe 2003, 26) je preživetje Slovencev kot posebne skupine z lastno državo pravi čudež. Slovenci so se zaradi asimilacijskih sil in kolonizacije morali zadovoljiti s tem, da si vsi večji narodi niso lastili zgolj ozemlja, temveč tudi njih same. Slovenska kultura se je namreč oblikovala znotraj okvira večjih državnih struktur – habsburške, italijanske in jugoslovanske. To je v slovenski identiteti ustvarilo kulturni paradoks, s katerim je NSK dosledno manipuliral preko svojega utelešenja slovanskih in germanskih arhetipov. Slovenci namreč veljajo za najbolj germanizirane med Slovani. Dela NSK so tako izražala ključno strukturno protislovje slovenske identitete.

Slovenska kultura se je šele z ustanovitvijo druge Jugoslavije po drugi svetovni vojni in s poznejšo federalizacijo države na pretežno samoupravne republike osvobodila tako zunanjih kot notranjih groženj okoliških asimilacijskih sil. In ravno na tem mestu je Laibach videl možnost kulturnega razvoja (Monroe 2003, 28).

Peter Rak (1999, 11) meni, da smo Slovenci z maloštevilnimi izjemami ves čas capljali za drugimi narodi, dokler se niso v začetku 80-ih razmere spremenile. Svoje mnenje utemeljuje takole:

Neue Slowenische Kunst s polvojaško natančno razdelano strukturo, agresivno samopromocijo in zakamufliran s specifično teoretično fasado je tedaj pri nas naletel na izjemno ugodne razmere. Ob postopni liberalizaciji režima je odpadel strah pred pretirano agresivnimi reakcijami političnega sistema in njegove garniture (takšne sreče denimo pred tridesetimi leti še ni imela skupina OHO). Kljub eroziji in rahljanju ideološkega normativizma pa je ta sistem še vedno ponujal idealno platformo za njegovo ironično demistifikacijo. Hkrati je postmoderna legitimizirala najrazličnejše umetniške prakse, kar je retroprincipom in eklekticizmu ter eksotiki (post)komunističnega pedigreja NSK omogočilo tudi naskok na umetnostne institucije v tujini.

Gržinićeva (1993, 5-6) meni, da je kolektiv NSK nastal v obdobju, ki je bilo za ustanovitev alternativnih skupin bil zelo primerno. V osemdesetih letih prejšnjega stoletja se je v Sloveniji pojavilo gibanje, ki mu danes pravimo alternativna kultura, v Ljubljani pa se je v tem času v obliki subkulturnega gibanja oblikoval kolektiv NSK. Alternativna scena v tem času ni le očrtala poti umetnosti, novim strategijam in taktikam za ustvarjanje in predstavitev umetniških del, ampak je tudi vzpodbujala in oblikovala niz socializacijskih procesov in neformalnih institucionalnih teles[5], ki so dokončno označila in definirala slovensko kulturno sceno. S tem je tudi spremenila način samega dojemanja umetnosti.

Slovenska alternativna kultura je medsebojno povezala različne umetniške oblike, medije, teorije, alternativne oblike družbenega vedenja in t.i. »nova družbena gibanja«. To ni bil le trend tistega časa, ampak nekaj, kar je preoblikovalo družbeno in umetniško prizorišče, ki je takrat v Ljubljani začelo dobivati svojo lastno radikalno in zelo specifično obliko (Gržinić 1993, 6).

Znotraj takega konteksta je bila dejavnost kolektiva NSK, dejavnost umetnikov s specifičnim karakterjem, izjemno pomembna. NSK, ki sam sebe pojmuje kot abstraktno družbeno telo, postavljeno v realni družbeno-politični prostor, hkrati predstavlja tako Zahodni kot Vzhodni fenomen. Laibach (kasneje pa tudi ostale skupine kolektiva NSK) so pri svojem delu uporabljali klasične metode avantgarde. Te so se kazale v manifestacijah, kolektivnih nastopih, javnem provociranju in v njihovih navskrižjih s politiko. S tem je bila Ljubljana prvič v zgodovini priča nečemu tako šokantnemu (Gržinić 1993, 7).

[5] Eden takih je bil ŠKUC.

Dela NSK so intimno povezana s slovensko, jugoslovansko in evropsko zgodovino. »Ko je delo NSK umeščeno v zgodovinski kontekst, ga je mogoče brati kot nekakšno spektralno zgodovino potlačenih paradoksov in ran, ki sestavljajo slovensko kulturo in identiteto.« (Monroe 2003, 26). Preko Laibacha in NSK se je slovenska identiteta prvič uspešno uveljavila na svetovnem kulturnem trgu in s tem je vidik slovenske kulture dobil povsem nov status (Monroe 2003, 28).

NSK-jeve strategije same reprezentacije in njihovega kolektivizma nasploh so pogosto primerjali s totalitarizmom. S to stigmo je posledično marsikdo dojemal njihovo umetnost kot grožnjo obstoječemu družbenemu redu (Gržinić 1993, 7). Kolektiv namreč izhaja iz majhne kulture, ki je bila v preteklosti zmeraj podvržena asimilaciji, vendar je pri tem naredil pravi preobrat. Izkoristili so germanske prvine slovenske identitete na način, da so preko prilaščanja njihovih simbolov začeli širiti lastne kulturne sheme.

3.4.1 GERMANSKE PRVINE SLOVENSKE IDENTITETE

Razmerje do Nemcev je ključno vplivalo na slovensko zgodovino. Iz tega razloga lahko NSK-jevo učinkovitost beremo kot dokaz nenehnega vpliva slovensko-nemške dinamike. Kolektiv NSK je namreč nacionalizem Slovencev analiziral skozi estetsko dimenzijo. Germanizacija je bila dejavna kulturna in politična sila med Slovenci do oblikovanja prve Jugoslavije in nato znova v času nemške okupacije med letoma 1941 in 1945. Na slovensko govorečih koroških območjih pod avstrijskim nadzorom je še danes viden proces (samo)germanizacije. Številni Slovenci so se germanizirali prostovoljno, in sicer ne toliko zaradi ideoloških motivov kot zaradi večjih možnosti za družbeno-ekonomski napredek (Monroe 2003, 164-167).

Monroe (2003, 167-169, 173) poroča, da kolektiv NSK skozi svoja dela dramatizirata popačenje, ki ga opazimo tako pri pronemškem kot pri protinemškem polu slovenske identitete. Skozi pretirano poudarjanje nekaterih prvin se namreč zrcalijo realni zgodovinski procesi pri zanikanju slovenske identitete. Vendar kolektiv ne uporablja nobene določene reference na nemško ideologijo. Militantno uveljavljanje slovenske kulture namreč ravno nasprotuje oblikam samoasimilacijske ideologije. NSK uprizarja arhetip germanstva in ga v tem procesu preobraža v nekaj protislovnega. Skozi svoje kreacije se posmehuje ideji o nemški večvrednosti. Tudi uporaba nemškega jezika in terminologije, ki se pojavlja v delih NSK, temelji na posebni evokativni lastnosti jezika, ki nenemškim govorcem zveni odločno,

jedrnato, oblastno in strašljivo. S tem pa aktivira travme, ki so globoko zakopane v nezavednem in v zgodovini.

Skozi uporabo klasičnih avantgardnih metod so bile strategije prezentacije in reprezentacije kolektiva NSK pogosto enačene s totalitarizmom, njihova umetnost pa je bila pogosto dojeta kot grožnja obstoječemu družbenemu redu. Vendar temu ni bilo tako, saj so v resnici le ponujali nek alternativni pogled na družbo in politiko samo.

Skupino so v Sloveniji obtoževali zagovarjanja germanizacije in germanizma, vendar so z uporabo prepovedanih elementov nemške kulture širili ravno nasprotno ideologijo.

3.5 VIDNO – SLIŠNO – UDARNO

NSK delujejo na način sistematične ideološke ofenzive in to proti vsem vrstam imperializma. Provokativni kulturni avantgardisti se z uporabo hiper-slovenskih germanskih podob borijo proti germanizaciji, vdoru zahodnjaške kulture v slovenski družbeni prostor, hkrati pa se upirajo tudi prodoru popularne glasbe skozi dimenzijo slišnega.

3.5.1 KONCERT KOT TOTALITARNI SPEKTAKEL

Simbolne implikacije slovenske skupine, ki predstavlja nacistične grozote kot del skrajno germanskega in gospodovalnega nastopa s številnimi totalitarnimi prvinami, so neizmerne. Laibachova koreografija na odru, tako kot tudi njihova celotna »embalaža«, od uniform, priponk, simbolov in drugih podob, uporabljenih na odru, občinstvu iz nekdanjih totalitarnih režimov ponuja domačnost. Tudi njihove skladbe se zdijo domače, saj ponujajo širok nabor glasbenih priredb, ki so publiki blizu –od Queenov, Rolling Stonesov, državnih himen itd.

Laibachovi koncerti temeljijo na principu vidnega in slišnega. V intervjuju za revijo Borec (2004, 207) so se izrazili takole:

> *Če vizualna predstavitvenost zvoka kot opcija ne bi bila pomembna, potem koncertni nastopi za publiko sploh ne bi obstajali. Koncerti se v prvi vrsti gledajo in šele nato poslušajo /.../ gre torej za avdio-vizualno predstavitev, in samo vprašanje odločitve je,*

kakšno bo razmerje in kje je težišče med enim in drugim. Sicer pa so nastopi prej socialne skulpture, kakor pa golo glasbeno koncertiranje.

Laibachovi koncerti so najbolj skrajne manifestacije NSK in vanje so vedno vpletene tudi ostale ključne skupine kolektiva NSK. Laibachovi koncerti so podobni političnim shodom. Alexei Monroe (2003, 224-225, 229) meni, da njihov razvoj lahko primerjamo z razvojem totalitarnih gibanj. Njihove najzgodnejše faze so bile namreč podobne uporniškim fazam nacizma ali boljševizma z nasilnim in kaotičnim prikazovanjem takrat še nesprejemljivega. S časom in z vedno večjimi sredstvi so se ti koncerti spremenili v bolj izdelane tehnične spektakle. Ker spominjajo na množične shode, spominjajo tudi na množične psihološke procese.

Z enim stavkom jih Monroe (2003, 226) opisuje takole: »Laibachove koncerte je mogoče povzeti kot nalaganje propagandnih tehnik in skrajno sofisticiranih praks konceptualne umetnosti na vrsto prikritih in odkritih 'režimov', ki se manifestirajo med dogodkom.«

Zraven tega, da so Laibachovi koncerti predstavljeni kot koncerti absolutistične militantnosti v totalitarnem slogu, je tudi Laibachovo občinstvo pogosto bolj statično od značilne rokovske množice in spominja na dvorano, ki je napolnjena s privrženci, ki poslušajo voditeljev govor. Laibachov pevec s tem pridobi vlogo diktatorja oz. nadčloveka. In ravno z ustvarjanjem vzdušja nedoločene grožnje, z izvajanjem kvazivojaške discipline, Laibach naredi pravi spektakel, ki mu daje nadzor nad množico. Njegovo občinstvo v grobem pripada dvema taboroma: ideološkemu in estetskemu. Estetski tabor je očaran nad zunanjo podobo in glasbo oz. nad njihovo provokativnostjo in brutalnostjo. Njegov diametralno nasprotni ideološki tabor kvazinacistov pa meni, da Laibach odobrava njihova prepričanja. Vsaka od skupin meni, da je ravno njihova povezava z Laibachom najbolj intenzivna in veljavna (Monroe 2003, 228-229, 234, 243-244). Te povezave podkrepijo tudi govori na koncertih, ki so povečini plod ustvarjanja Oddelka za čisto in praktično filozofijo in tako še dodatno utrjujejo vez med Laibachom in totalitarnimi shodi.

Monroe (2003, 237) meni, da je:

Kombinacija pretvarjanja, absurda in vojaške neobčutljivosti, ki sta jih kazala ta rok avtomata, združuje koreografirano totalitarno evforijo s hedonistično vročičnostjo rok občinstva; vsaka od njiju je »skrito nasprotje« druge. Na shodih nürnberškega tipa je histerijo kazal samo govorec, zlasti Hitler, medtem ko je bila evforija občinstva strogo

kaznovana. Na Laibachovem nastopu je takšno (omejeno) histerijo, kolikor je sploh je, opaziti med občinstvom, Laibachova ravnodušnost pa navdušenje odbije in ga vrne občinstvu. Tako simbolno disciplinira občinstvo ter ga sočasno obvladuje in vznemirja.

Laibach tudi pri izdelkih, ki se jih da kupiti na koncertih, uporablja eksplicitno totalitaren tip simbolike. Njihove majice so potiskane s podobami, ki so zelo podobne ali celo identične tistim iz plakatov, seveda neposredno nanašajoče se na motive iz dejanskih totalitarnih modelov (Monroe 2003, 232).

3.5.2 SKRAJNA TOČKA MISELNEGA USTROJA

Najpomembnejša dimenzija avantgard je njihovo delovanje in ustvarjanje v okviru kolektiva. Kolektivizem pomeni organizirano komunikacijo in sožitje različnih avtonomnih posameznikov v okviru neke skupnosti. Kolektiv NSK te težnje osmišlja v okviru avtonomne države kot umetniško dejanje v času, kjer preko analize preteklih vsebin, oblik in situacij, oblikuje nove pogoje za svoj razvoj. Razvoj individuuma v okviru kolektiva (Irwin in Čufer v Stilinović 1994, 22-23).

Monroe (2003, 224) razlaga, da so najambicioznejše stvaritve NSK nastale šele po oblikovanju NSK države v času. Z njo so si prilastili kulturni prostor, ki je bil do takrat še nezaseden. Zgradili so kulturo namesto države oz. bolje rečeno – kulturo kot državo. Njihov namen ni nikoli bil osvojitev geografskega območja, proti temu so se celo vedno borili. Na področju kulturnega osvajanja so želeli postati t.i. *kulturni imperialisti*.

- **PREHOD – OD ALTERNATIVNE DRUŽBE K DRŽAVI**

»Teritorialnih meja NSK države nikakor ni mogoče enačiti s teritorialnimi mejami dejanske države, iz katere izvira NSK.« (Monroe 2003, 309)

Termin *država* je najbolj eksplicitna materializacija in metafora za režime, s katerimi prihaja v stik NSK, pa najsi je to totalitarizem, narodna in umetnostna zgodovina, duhovna in politična avtoriteta ali glasbena industrija (Monroe 2003, 304). *Država v času*, ki so jo ustanovile skupine kolektiva NSK leta 1992, simbolizira institucionalno navzočnost državne simbolike in artefaktov v kulturnem kontekstu. Država ne temelji na fizičnem oz.

teritorialnem ozemlju, ampak na samem konceptu oz. na njeni kulturni konstrukciji. Člani NSK namreč z ustanovitvijo lastne države in državljanstva zavračajo omejitve slovenskega oz. kateregakoli drugega teritorialnega državljanstva (Monroe 2003, 304-310).

Monroe (2003, 306, 308) nadaljuje, da je slovenski temelj NSK države skrajno specifičen, a obenem skrajno univerzalen, saj je sestavljen tako iz lokalnih slovenskih kot tudi iz transnacionalnih označevalcev. K slednjim spadajo koncepti kot sta totalitarizem in avantgardna umetnost. Oblika propagandnih dejavnosti namreč že v splošnem spominja na totalitarno državo, NSK država pa se je oblikovala ravno iz celote NSK-jevega ukvarjanja s temi in drugimi oblikami.

- **AMBASADA NSK**

Kot se za državo (pa čeprav gre le za miselni koncept) spodobi, si je kolektiv NSK omislil lastne ambasade v tujini. Šlo je za specifične družbene instalacije, ki simbolično in umetniško simulirajo prenos fenomena NSK v nek drug kulturni, družbeni oz. politični kontekst (Gržinić 1993, 8).

Ambasade NSK so bile realizirane v več mestih, med drugim tudi v Moskvi[6], Gentu, Berlinu, Firencah in Umagu. Predstavljene so bile v zasebnih stanovanjih, kjer so bile razstavljene slike Irwinov, Laibachovi videi, plakati in ostale vizualne pripomočke. Ponekod so bile prisotne tudi druge skupine. V teh sobah so se odvijala tudi javna predavanja in skupinske diskusije (Gržinić 1993, 8).

- **OZNAČEVANJE PRIPADNOSTI – DRŽAVNO-KULTURNE LISTINE**

Čeprav država NSK ne temelji na teritoriju, je pridobila pooblastilo za izdajanje potnih listov in izdajanje potrdil o državljanstvu (Monroe 2003, 304). Potni listi (glej sliko 3.7), žigi in insignije združujejo estetiko in državne oblike v konkretnem pomenu ter predstavljajo prave nacionalne simbole Države NSK. Mera, v kateri so ti potni listi podobni pravim potnim listinam, služi kot spodbuda k njihovi uporabi, še zlasti pri ljudeh, ki se jim zdi njihovo državljanstvo problematično ali neprijetno. Potni listi imajo več simbolnih pomenov in v svojem bistvu predstavljajo končno kodifikacijo državne estetike NSK in njenega

[6] V Moskvi se je ambasadni projekt odvijal v skladu s konceptom velikega vzhodnoevropskega fenomena z imenom APT-ART, tj. Apartment-Art, fenomen, ki je za umetniške razstave uporabljal prostore zasebnih stanovanj. Pri APT-ARTU gre tudi za ironično parafrazo ameriškega gibanja POP ART (Gržinić 1993, 9-10).

umetniškega prilaščanja procesov, ki naj bi sicer bili v rokah državne oblasti (Monroe 2003, 312-313).

Slika 3.7: *Potne listine Države NSK*

Vir: Nskstate 2008a

Odgovornost za uporabo NSK potnih listov leži na njenih nosilcih. Nekateri jih sicer uporabljajo kot dejanske potne liste, večina jih pa hrani doma kot simbolne artefakte pripadnosti skupini. Njihovo državljanstvo je odprto za vse, ki se želijo pridružiti kolektivu NSK in ga s svojimi dejavnostmi ne bi spravili na slab glas.

- **VZROKI NASTANKA DRŽAVE NSK**

NSK država je nastala z namenom, da poveča varnost in sredstva vseh skupin NSK. Ena od Laibachovih tez, ko je govora o Državi NSK (v Monroe 2003, 317) govori:

> *Dokler bodo nacije in države v razpadu in prestrukturiranju, dokler bodo nadnacionalne korporacije krojile svetovno ekonomijo umetnosti, dokler bodo v etnično živčnih regijah izbijale nestabilnosti in vojne nevarnosti, se pred nas postavlja zahteva, da poiščemo popolnoma nove (politične in estetske) oblike organiziranja, da ustvarimo dinamični matrični sistem, pravzaprav »embalažo«, da bi uvedli navidezni red v svet – svet, v katerem je nacionalna država postala nevaren anarhonizem, ideja dominantnega globalizma pa je za regije z zatrto nacionalno identiteto neuporabna zaradi svoje ideologije nasilnega univerzalizma.*
>
> *Erupcija nove komunikacijske paradigme se ne more zgoditi brez razbijanja starih odnosov, razbijanja okostenelih sistemov in nihanj v finančnem svetu. Tisto, kar izgleda kot kaos, je pravzaprav veliko premeščanje centrov moči v skladu z zahtevami*

nove civilizacije. Zato NSK v tranzitu ustvarja lasten korpus (telo), svoj modus vivendi, svoj paviljon in svojo državo.

NSK država tako predstavlja estetski spektakel totalne institucije, ki ščiti svobodo svojih pripadnikov, pravico do politične in kulturne dvoumnosti ter pred neuvrščenostjo. Njihova svoboda je svoboda tistih, ki mislijo enako.

Monroe (2003, 318) ugotavlja, da so številni imetniki potnih listov NSK države – teh je danes že več tisoč – veliko zadovoljnejši s prostovoljnim statusom državljana »države v času«, kot z danim nacionalnim statusom. Ta namreč pogosto za seboj povleče nadvlado določene etnične skupine ali ideologije, za katere posamezniki menijo, da jih ogroža ali izključuje.

4. NAZAJ V PRIHODNOST – RETROAVANTGARDA IN APROPRIACIJA V DELIH NSK

4.1 NOVOST IN (ALI) ORIGINALNOST

Dela kolektiva NSK v semiotičnem smislu zaznamuje večkratno, kulturno in zgodovinsko pogojeno kodiranje. To se razkriva skozi kompleksne slikovne strukture – skozi montaže in brikolaž različnih elementov. Ti elementi so zapuščina preteklosti, ki jih NSK preko svojih apropriativnih tehnik prikazujejo v novi luči.

Postmoderni umetniki, ki se ukvarjajo z apropriacijsko umetnostjo, navajajo, da koncept *originalnosti* sploh ne obstaja. Že vizualni umetniki dvajsetega stoletja (med njimi tudi umetnine Andy-ja Warhola, Pabla Picassa in Marcela Duchampa) so v svojih delih uporabljali obstoječe elemente popularne kulture. Kljub temu pa so nedavni apropriacijski umetniki šli veliko dlje (Van Camp 2007, 247).

Barthes (Carlin v Van Camp 2007, 248) zanika tradicionalni pojem *originalnosti* v času tehnoloških inovacij in reprodukcije, vendar to zanikanje vsebuje le zavrnitev romantičnega ideala umetnika, ki ustvarja popolnoma neodvisno, tj. v izolaciji od kulturnega pritiska. Umetniki, ki se poslužujejo apropriacijske umetnosti, v njej ne želijo doseči statusa navadne kopije, ampak skušajo ustvariti delo, ki ima vsaj toliko avre kot original. S tem razlogom morajo biti njihova dela zanimiva, unikatna in vredna ogleda ter govora o njih.

Veliko filozofov razume koncept originalnosti v smislu posedovanja nekega dela. Frank Sibley (v Van Camp 2007, 248-249) celo enači originalnost z novostjo oz. z nečim, kar se razlikuje od česarkoli relevantnega, kar je obstajalo pred tem. Originalnost je po njegovem velikokrat uporabljena v smislu, da se nanaša na okoliščine ustvarjanja, ki niso kopija nečesa drugega. Originalnost je tako močnejši in večvreden atribut kot novost, saj je njena posebnost v tem, da je zgodovinsko gledano prva. Med novostjo in originalnostjo oz. izvirnostjo obstajajo očitne razlike. Izvirnost mora vsebovati pozitivne estetske vrednote, kar pa ni nujno tudi za novost. Catherine Moschous Abrams (v Van Camp 2007, 253-254) meni, da apropriirano delo postane pomembno le v njegovi primerjavi z izvirnim ciljnim virom in deluje kot kritični komentar samega vira.

Tako dela kolektiva NSK delujejo kot originalna oz. izvirna v smislu, da zapovedujejo kritično navzočnost. Čeprav nek umetniški proizvod zgodovinsko gledano ni novost, je originalen za umetnika, ki ga ustvari. Dela Laibacha in NSK so originalna ravno zato, ker so hkrati podobna, a vendarle v veliki meri različna od svojih predhodnikov, iz katerih črpajo snov – nacizem, boljševizem, sovjetizem nekdanje Jugoslavije. Sporočajo drugačne ideje. Tako lahko zlahka prepoznamo njihovo originalnost, hkrati pa priznamo vpliv njihovih predhodnikov in to na načine, v katerih jo podpira umetniški dialog.

4.2 TEHNIKE APROPRIACIJE V DELIH NSK

Kot je bilo poudarjeno že večkrat, člani kolektiva NSK za širjenje svoje lastne ideologije uporabljajo ideološke znake, simbole, ki jih jemljejo iz drugih kontekstov. Skozi parodijo, ironijo in satiro ne le presegajo moč teh znakov, ampak želijo tudi ozavestiti njihovo moč. Vsak simbol najprej podoživijo, ga rekonstruirajo, nato pa njegovo ideologijo analitično razstavijo v njene temelje. To je proces, ki se imenuje apropriacija. NSK ga udejanja skozi sebi lastno prakso: retrogardo.

Randy Kennedy (2007, 1) opisuje retrogardo kot značilno obliko apropriacije. Prakse apropriacije izhajajo iz poznih 70-ih let dvajsetega stoletja. Začetnik te tehnike oz. dejavnosti je bil Richard Prince, ki je fotografiral podobe oglasov v revijah, jih uredil, povečal in nato razstavljal v galerijah. Kolebajoča ugibanja, ki so že takrat zadevala mnoge kritike, so se nanašala na vprašanje: »Kaj ti umetniki menijo o svojih umetninah, ki jih zavestno jemljejo iz drugega konteksta ter jih nato spreobrnejo v neko novo umetnost ter si s tem na nek način prilaščajo tudi avtorske pravice prvotnih?«

Po mnenju Marka Princea (2007, 10-12) se preteklost, ne glede na dejstva, večinoma pojavlja v negotovi in dvomljivi obliki. Po njegovem je apropriacija način povezovanja osebnega gradiva preko neosebnega medija tradicije, ki se odreka svojemu bremenu kot biti vir poročil, saj jih namreč le najema za svoje delo.

Slovarski pomen besede *apropriacija* jo razlaga kot »prilastitev, prevzem česa v last.« (SSKJ 1994, 20). Pomeni torej vzeti nekaj za svoje brez privolitve drugega. Poudarek na vizualnem ponavljanju, torej apropriaciji in manipuliranju, je ena od ključnih potez del kolektiva NSK. Predstavljajo avantgardo, ki išče navdih v zgodovinskih avantgardah, še posebej v

socrealizmu in *nacistični umetnosti*. Ideologije NSK ni mogoče interpretirati kot nekakšno apologijo totalitarizma, ampak kot njeno kritiko. NSK raje kot da bi poskusil neposredno uveljavljati avantgardo, revolucionarne preobrazbe, kombinira avantgarde in pop prvine z nacistično umetnostjo, socialistični realizem s konceptualizmom, modernizem pa z ljudsko umetnostjo, s slovenskim impresionizmom in drugimi raznovrstnimi prvinami (Monroe 2003, 51, 55, 66).

4.3 RETRO(AVANT)GARDA – PREDELAVA KOLEKTIVNIH TRAVM

Delovna metoda retrogarde, ki se pojavlja v obliki znakov, simbolov, slik in retoričnih oblik, povezuje vse skupine kolektiva NSK. Za definiranje njihovega dela so v uporabi trije termini: *retroavantgarda* (Laibach), *retrogarda* (Gledališče Sester Scipion Nasice) in *retroprincip* (Irwin). Kot prvi so termin uporabili Laibach in ga opredelili z definicijo, da kopije nikoli niso obstajale (Irwin v Šutej Adamič 2000, 7).

NSK se ne hrani z aktualnim političnim sistemom, ampak s preteklim (Teržan v Peteršin 2000, 8). V enem izmed intervjujev (Borec 2004, 263) je Laibach dejal, da jih je dejansko vedno bolj zanimala statična, zgodovinska politika, nikoli pa niso dajali poudarkov tekočim političnim dogajanjem. Odzivi na aktualno politiko po njihovem mnenju namreč sploh ne morejo imeti tako močnega naboja.

NSK ne želi preko ironije, parodije ali satire presegati moči teh ideoloških znakov, ampak le opozarja na njihovo moč. Gre za njihovo podoživljanje, za rekonstrukcijo in iz tega analitično razstavljanje ideologije v njene estetske temelje, ki konstruirajo vladanje. Slovenski kolektiv je namreč prepričan, da teh ideoloških znakov ni mogoče nikoli premagati, temveč da lahko skozi tovrstno ozaveščenost vzamemo del moči ideologije (Arns 2002, 165).

4.3.1 RETROGARDIZEM

Brikolaž kolektiva NSK temelji na medsebojnem mešanju različnih delcev, iz katerih sestavijo novo celoto tako, da jih ponovno povežejo skupaj, vendar na drugačen način. Ali kot trdijo sami: »Ukrademo tukaj nekaj, tam nekaj, premestimo vse prisvojeno v nove relacije in

iz njihove prvotne vsebine, ki jo pretvorimo v postopku malverzacije, ustvarimo nepokvarljive zmesi.« (v Monroe 2003, 65).

Paradigma retrogarde nosi s seboj povezane koncepte retroprincipa in retrocitiranja ter poudarja njihovo t.i. usmeritev *nazaj v prihodnost*. Retrogardizem je koncept, ki ga je definiral Laibach, druge skupine Kolektiva pa so ga razširile. *Retrogarda* oz. *retroavantgarda*, kot jo poimenujejo sami, pomeni formulacijo, ki je bila razvita z namenom, da potrdi uporabo gradiva revolucionarnih avantgard, po drugi strani pa diferencira Laibach in ostale skupine NSK od avantgarde kot take (Monroe 2003, 65-67).

4.3.2 RETROPRINCIP

Retroprincip je za kolektiv NSK osrednjega pomena in je vgrajen v njihovo abstraktno strukturo. Izvajajo ga tako, da podobne retro metodologije in estetske prakse uporabljajo v likovni umetnosti, gledališču, oblikovanju, filozofiji, filmu in drugje. Ne poskušajo neposredno uveljavljati avantgarde, ampak kombinirajo avantgardo in pop prvine z nacistično umetnostjo, socialistični realizem s konceptualizmom, modernizem pa z ljudsko umetnostjo in z drugimi raznovrstnimi prvinami. Njihove apropriacijske prakse se tako ustvarjajo skozi kritično preiskovanje in predelavo že obstoječega gradiva (Monroe 2003, 66, 143).

Apropriacijske prakse, ki jih NSK (v Monroe 2003, 69) uporablja, opravičuje s povedanim: »Razglašamo, da kopije niso nikoli obstajale, in priporočamo slikanje iz slik, naslikanih pred našim časom. Trdimo, da umetnosti ni mogoče presojati s časovnega stališča. Mi priznavamo uporabnost vseh stilov za izraz naše umetnosti, tako preteklih kot sodobnih ...« V njihovih delih tako ni nobene podobnosti njihovih podob z zgodovinskimi, ki bi bile zgolj naključne. Čeprav so nekatere naključno ali namerno zavajajoče, vsaka vodi do kake zgodovinske, umetnostne ali politične reference, kar bo v nadaljevanju vidno v študiji primerov.

Retrogardizem za vir svojih inspiracij uporablja oboje – grozeče kolektivistične, množičnoindustrijske energije avantgarde in njene socrealistične negacije. Pri tem se sklicuje na zgodovino in kritično kulturno teorijo. Ali po besedah Monroeja (2003, 67):

> *In v NSK gre spet za sočasno (in značilno totalitarno) gibanje nazaj (naprej) k popolnemu utopizmu avantgarde ter naprej (nazaj) h klasičnim vrednotam socialističnega realizma in nacistične umetnosti. /.../ Retrogarda je po svoje »meta« utopična ali futuristična, saj*

uporablja podoben herojski in romantični jezik za proizvajanje posebnega učinka, obenem pa se v celoti zaveda protislovij avantgarde in jih tudi komentira.

4.4 PRIKAZOVANJE PRAKS APROPRIACIJE GERMANOFILSTVA V DELIH NSK OZ. PRILASTITEV NACISTIČNIH SIMBOLOV

Dejavnost NSK je zelo povezana z zgodovino preteklosti, sedanjosti in prihodnosti. Oblika ponavljanja ni le množična reprodukcija simbolov in konceptov, ampak njihovo ponovno ustvarjanje. Gre za čisto obliko prakse apropriacije. Ta se kaže na vseh področjih njihovega delovanja.

Po mnenju NSK (Irwin in Čufer 1993, 26) lahko travme, ki vplivajo na sedanjost in prihodnost, ozdravimo le z vrnitvijo k prvotnim konfliktom. To je tudi temelj retrotehnike. Kolektiv NSK tako v delih kot v izjavah vseskozi kaže zanimanje za ukvarjanje s celoto umetnostnozgodovinskih stilov, v diplomski nalogi pa je še posebej poudarjena t.i. *nacistična umetnost* oz. *Nazikunst*. Deloma je razlog v tem, ker je bilo težišče Laibachovega dela vseskozi osredotočeno na odnos do Nemčije (Monroe 2004, 288). To je bila teoretska in praktična osnova, na kateri so začeli graditi svojo ideologijo, ki obstaja še danes.

Kolektiv NSK si je prilastil ključne »nepotrošne« nacionalne simbole in jih reprocesiral. Na začetku osemdesetih let so se ti simboli že zdeli oddaljeni in starinski, zato je njihov ponovni pojav obdajala nezemeljska in skrivnostna avra. S tem so s pomočjo čustvene komponente nagovarjali svoje občinstvo (Monroe 2003, 161).

Laibach in NSK predstavljata trdi multikulturalizem, ki razkriva in ojača napetosti, protislovja in neenotnosti posameznih kultur in njihovih pogosto nasilnih interakcij (Monroe 2004, 288). Laibach se sam predstavlja množicam kot totalitarist (Žižek 1993, 4). Kolektiv NSK manipulira s totalitarizmi, ki so prikrito navzoči v vsakem družbenem ali ideološkem sistemu. S tem razkriva njihova protislovja. Njihova umetnost ne predstavlja poziva h kakršnikoli akciji, ampak k poskusu preseganja vrste ideoloških in kulturnih režimov, s katerimi se soočajo vzhodne in zahodne družbe ter posamezniki. Totalitarni označevalci tako postsocialističnemu občinstvu priskrbijo prvino domačnosti, zahodnemu pa prvino eksotične fascinacije s tabujem (Monroe 2003, 74, 75).

V enem izmed intervjujev (glej Borec 2004, 267) je Laibach sam izjavil, da jim je nacistična estetika všeč. S svojimi deli želijo nevtralizirati zgodovinsko krivdo. Pri njihovem delu gre namreč za popolnoma legitimno zgodovinsko prakso dvajsetega stoletja, ki ima po eni strani veliko skupnega z generično primitivno umetnostjo na eni in pop-artom na drugi strani, zato mora biti tudi temu primerno obravnavana.

Ostre in totalitarne podobe, ki jih uporablja NSK, so velikokrat etiketirale njihove skupine kot fašiste ali totalitariste, kot anarhistične in duhovne teroriste, čeprav taka samodefinicija nikoli ni bilo v njihovi domeni. Totalitarizma umetnosti namreč ni mogoče primerjati s totalitarizmi države in njenih ideoloških aparatov. NSK torej poskuša zajeti le mehaniko sistemov, ki jih raziskuje, obenem pa se izogiba temu, da bi se z njimi identificiral. Totalitarne podobe ostanejo v središču njihovega vpliva le v smislu širjenja umetnosti (Monroe 2003, 90-91).

V nadaljevanju bom prikazala nekaj primerov, ki so zelo zaznamovali kolektiv NSK. Gre za različne primere retroavantgarde, ki je iskala svoj navdih v nacistični umetnosti, vendar je z njimi sporočala svojo lastno ideologijo.

4.4.1 DAN MLADOSTI

Leta 1987 je NK sodeloval na natečaju za plakat v spomin Dnevu mladosti[7]. Strokovna žirija je za objavo izbrala njihove predloge (glej sliko 4.2). Plakat je bil objavljen v *Politiki*, ki je bila v tistem času najpomembnejši jugoslovanski časopis, hkrati pa je bila slika naslovnica *Mladine* 25. maja. Kmalu za tem je upokojeni inženir iz Beograda ugotovil, da je izdelek reprodukcija slike Richarda Kleina »Junaška alegorija Tretjega rajha« iz leta 1936 (glej sliko 4.1). Studio NK je s tem sprožil enega izmed največjih škandalov v obdobju razkroja Jugoslavije[8] (Monroe 2003, 121).

[7] 25. maj, praznik v mladosti v nekdanji Jugoslaviji, ki je bil sicer rojstni dan Josipa Broza Tita.

[8] V času afere je NK z razlogom, da bi upravičil svoje delo, oblikoval formulacijo retroprincipa. Njihov opis se nanaša tudi na delovne metode in temeljna načela vseh sekcij NSK: »Ustvarjalni postopki obratne perspektive, metaforičnosti, hiperboličnosti, zamenjav v času in prostoru združujejo in povezujejo vse, kar je človeštvo do zdaj iztisnilo iz svojih žil. Vsebina in forma sta samo orodji, ki spajata motive in simbole v dinamičnosti, napetosti, vznemirljivosti in dramatičnosti.« (NK v Monroe 2003, 123).

NK je v nastali stvaritvi iz izvirnika Richarda Kleina odstranil nacistični prapor in ga nadomestil z jugoslovanskim, orla z grlico, gorečo baklo v rokah nacistične postave pa s stožcem iz Plečnikovega neuresničenega načrta stavbe slovenskega parlamenta.

Posledica njihovega plakata je bila velika medijska afera, ki je polnila časopisne naslovnice po vsej Jugoslaviji (Monroe 2003, 121). Kljub mnogim polemikam so po dolgi preiskavi primer opustili, saj ni bilo dovolj dokazov, da bi NK poslali pred sodišče. Leto za tem je bil ukinjen ritual praznovanja Dneva mladosti (Nskstate 2008d). Sliko sta Laibach in Irwin uporabljala tudi kasneje kot plakatno naznanitev prihajajočih razstav (glej sliko 4.3).

Slika 4.1: *Richard Klein - Junaška alegorija Tretjega rajha, 1936*

Vir: Arns 2002, 77

Slika 4.2: *NK – Plakat ob Dnevu mladosti, 1987*

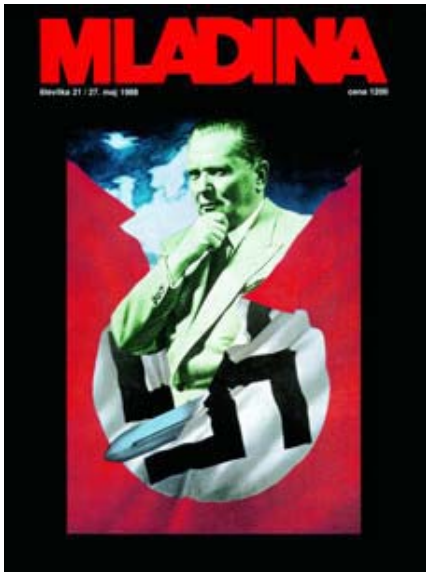
Vir: Monroe 2003, 120

Slika 4.3: *NK – Razstava Was ist Kunst – Irwin, 1987*

Vir: Nskstate 2008d

NK je leto kasneje ustvaril enako provokativno naslovnico za Mladino, in sicer 27. maja 1988 (glej sliko 4.4), s katero se je ironično skliceval na škandal iz prejšnjega leta.

Slika 4.4: *Naslovnica Mladine, 1988*



Monroe 2003, 122

4.4.2 DIE ERSTE BOMARDIERUNG!

Laibach so že svoje ime uporabili kot apropriacijski element lastne umetniške produkcije in analize, prav tako pa so si »prisvojili« tudi uporabo nemškega jezika.

Prva turneja po Nemčiji se je imenovala »Die Erste Bomardierung über dem Deutschland«, kar je slovnično nepravilen prevod fraze »Prvo bombardiranje Nemčije«. Na plakatu (glej sliko 4.6) so člani skupine oblečeni v uniforme Jugoslovanske ljudske armade. V ozadju je nebo, ki je polno težkih bombnikov in spominja na podobo iz druge svetovne vojne (glej sliko 4.5).

Predrzna slika petih članov zasedbe Laibach pred dramatičnim ozadjem predstavlja eno njihovih najbolj kontroverznih del, ki so ga mnogi dojeli kot pronacističnega, čeprav po njihovem pomeni le »sistematično ideološko ofenzivo«, s katero so se zoperstavljali režimu (Monroe 2004, 290).

Slika 4.5: *Plakat židovskega otroka v Tretjem rajhu*

Vir: Jung 2008

Slika 4.6: *Laibach – Die erste bomardierung, 1985*

Vir: Nskstate 2008b

4.4.3 SYMPATHY FOR THE DEVIL

Zelo izrazit primer germanofilstva v njihovem delu je tudi ovitek Laibachove skladbe »Sympathy For The Devil«[9] iz leta 1988 (glej sliki 4.7 in 4.8). Ta prikazuje nacistično podobo idealne arijske družine. Figura je vzeta iz nacističnega propagandnega plakata, ki spodbuja k povečevanju družin in naslavlja s stavkom: »Zdravi starši imajo zdrave otroke.«

V Laibachovi verziji se zraven reprodukcije družine v ozadju vidi tudi podoba orla. Ta nacistični motiv se ponovi kot ikona v zgornjem desnem robu ovitka, na levi zgoraj pa je hkrati eden njihovih glavnih označevalcev – križ.

Podoba je bila kljub provokativnosti sprejeta v javnosti, kar je še bolj utrdilo predvidevanja, da ljudje znajo razlikovati med politiko in umetnostjo. Tabuizirane podobe tako ostajajo privlačne in to ne le zaradi »prepovedanega« statusa, ampak same po sebi. Kljub temu da NSK-jeva umetnost mnoge vznemirja in odbija, kaže na nenehno fascinacijo, ki jo vzbuja totalitarni čar v množičnih čustvih (Monroe 2003, 90, 92).

[9] V izvorniku je to pesem Rolling Stonesov.

Slika 4.7: *Nacistični propagandni letak, ki spodbuja k povečevanju družin*

Vir: Ingram 2008

Slika 4.8: *Laibach – Sympathy for the Devil, 1990*

Vir: Monroe 2003, 89

4.4.4 INŽENIRJI LJUDSKIH DUŠ

V naslednjem primeru (glej sliko 4.9) gre spet za apropriacijo nacističnega propagandnega plakata. Ta je iz leta 1933 in nosi naslov: »Damals wie heute. Wir bleiben kameraden.« Plakat povezuje nemško delavsko fronto (DAF) s prvo svetovno vojno. Njegovo sporočilo je v tem, da naj se delavci nemške delavske fronte ne obremenjujejo s tem, ali delajo manualna ali nemanualna dela, saj je pomembno le to, da prispevajo k dobrobiti države. Ob nastopu nacistične oblasti sta namreč v državi vladali gospodarska kriza in visoka stopnja brezposelnosti, vendar se je s Hitlerjevo prepovedjo sindikatov, javnih protestov in zakonski prepovedi odpovedi v službi to kmalu spremenilo. Ti ukrepi so Nemčiji namreč omogočili, da je kmalu postala ena najrazvitejših držav. DAF je pa poskrbel za javna dela in posledično za to, da so vsi imeli službe.

Laibach je svojo verzijo plakata prvič upodobil leta 1985 s koncertnim plakatom *Inženirji ljudskih duš* (glej sliko 4.10). V njem je ohranil podobo delavcev, namesto svastike uporabil črn križ, ki je razpoznavni nacistični znak. Figura v ozadju nosi orlova krila, ki kažejo na močno emocionalno povezanost.

Slika 4.9: *Nacistični propagandni plakat, 1933*

Vir: Calvin 2008

Slika 4.10: *Laibach – Inženirji ljudskih duš, 1985*

Vir: Laibach 2008c

Laibach je podobo uporabil tudi kasneje pri svojem delu. Vanjo je vgradil sliko iz naslovnice lastnega albuma »Opus Dei« iz leta 1987, na katerem je tudi priredba skladbe »Life is Life« skupine Opus (glej sliki 4.11 in 4.12).

Slika 4.11: *Naslovnica albuma Opus Dei, 1987*

Vir: Laibach 2008d

Slika 4.12: *Laibach – Opus Dei*

Vir: Klokkarz 2008

4.4.5 KRVAVA GRUDA, PLODNA ZEMLJA

V naslednjem naboru primerov podobi oz. nemška rekrutacijska plakata, ki kažeta s prstom (glej sliki 4.13 in 4.14), izhajata iz začetka dvajsetega stoletja (glej Monroe 2003, 125). Leta 1991, med vojno v Sloveniji[10], je NK ustvaril tri plakate, kjer se pojavlja ista figura. Prvega (glej sliko 4.15) med njimi so nalepili 28. junija. Figura nosi znano Laibachovo opravo in nima telesa, torzo oblikuje črn križ, ki je tudi sicer njihov razpoznavni znak.

Naslov drugega plakata, ki so ga nalepili 4. julija, se glasi: »Krvava gruda, plodna zemlja.« Ta je vzet iz skladbe Laibachovega albuma *Nova Akropola* (glej sliko 4.16). Zraven same figure vključuje tudi druge nacistične simbole (npr. orla).

Ista figura, ki kaže s prstom, se je tretjič pojavila 29. novembra na plakatu s hrvaškim besedilom: »Ja hoću se boriti za novu Europu«, kar v slovenščini pomeni: »Hočem se boriti za novo Evropo!« Gre za zelo dvoumno podobo. Križ v ozadju nosi šahovnico, podobno tisti iz nove hrvaške zastave. Glavni motiv je podoba Nikole Tesle, vendar je njegov obraz zelo popačen. Celotni vizualni ton teh plakatov nedvoumno prikliče v spomin propagando iz tridesetih in štiridesetih let dvajsetega stoletja.

V skladu z NSK-jevo ponavljanje lastnih motivov se je ta podoba tudi kasneje še večkrat uporabljala, in sicer na Laibachovih plakatih Tesla (glej sliko 4.18) in na plakatih za NSK Državo (glej sliko 4.19).

[10] Slovenska osamosvojitvena vojna, znana tudi pod imenom desetdnevna vojna, je bila vojna, s katero je RS med 27. junijem in 7. julijem izvoljevala svojo neodvisnost od SFRJ.

Slika 4.13: *Nemški rekrutacijski plakat 1*

Vir: Klokkarz 2008

Slika 4.14: *Nemški rekrutacijski plakat 2, 1916*

Vir: Monroe 2003: 125

Slika 4.15: *NK - Buy Victory, 1991*

Vir: Nskstate 2008c

Slika 4.16: *NK – Krvava gruda, plodna zemlja, 1991*

Vir: Nskstate 2008c

Slika 4.17: *NK – Ja hoću se boriti za novu Evropu, 1991*

Vir: Jung 2008

Slika 4.18: *Laibach – Tesla, 1993*

Vir: Laibach 2008e

Slika 4.19: *Become a Citizen, 1994*

Vir: Monroe 2003: 302

Ti trije primeri obenem ponazarjajo kolektivni duh kolektiva NSK. NK vključuje motive in koncepte iz drugih del NSK, saj uporablja nacistične podobe na enak način kot Laibach in (ali) Irwin.

4.4.6 SVOBODA VODI LJUDSTVO

Irwinova zgodnja dela so podpisana z »Irwin-Laibach« in temeljijo na motivih, ki jih je prvi uporabil Laibach. Irwini so v okviru NSK predvsem proizvajalci slik, vendar je treba upoštevati, da je tudi Laibach Kunst ustvaril številne slike, od katerih so nekatere viri Irwinovih del. Prvotni funkciji skupine Irwin sta bili dokumentiranje ter ponavljanje motivov in dejavnosti Laibach Kunsta. Njihov material niso bile le določene slike in podobe, temveč tudi plakati in celo podobe članov skupine (Monroe 2003, 102-103).

Na sliki 4.23 je prikazana Irwinova metoda recikliranja Laibachovih motivov. Slika 4.22 združuje podobo simbola Francoske revolucije, *Marianne*, ki je sicer delo slikarja Declacroixa iz devetnajstega stoletja (glej sliko 4.20). Le-to je v svojem delu že apropriiral Heartfild leta 1936 (glej sliko 4.21). Laibachova in Irwinova verzija jo povezuje skupaj s prizorom nacističnega shoda pod njo in s sceno (Malevičevega) črnega križa v ospredju, ki označuje Laibachovo navzočnost (glej Monroe 2003, 103).

Slika 4.20: *Eugène Delacroix – Svoboda vodi ljudstvo, 1830*

Vir: Arns 2002: 28

Slika 4.21: *John Heartfield – Svoboda vodi ljudstvo, 1936*

Vir: Arns 2002: 28

Slika 4.22: *Laibach – Die Freiheit Führt das Volk (Svoboda vodi Ljudstvo), 1985*

Vir: Laibach 2008b

Slika 4.23: *Irwin – Svoboda vodi ljudstvo, 1987*

Vir: Arns 2002: 28

4.4.7 BOBNAR

Pri naslednjih primerih gre spet za nabor ponavljajočih se motivov drugih del skupin NSK in uporabo nacističnih podob iz druge svetovne vojne. Slika 4.24 prikazuje znan propagandni

plakat, na katerem je mlad nacistični bobnar. Naslov in slogan plakata se glasita: »Hinaus mit allen Störenfrieden! Einbeit der Jugend in der Hitlerjugend.«, s čimer poziva mlade naj se pridružijo Hitlerjevi mladini.

Laibachov plakat iz leta 1985 (glej sliko 4.25) je reprodukcija nacističnega propagandnega plakata. Figura ostaja enaka, s tem da je njegov boben porisan z značilnim križem. Dodano je ozadje (glej sliko 4.26), ki je vzeto iz dela ruskega avantgardnega umetnika iz začetka dvajsetega stoletja Lazarja Markovicha Lissitzkega, ki je pod mentorstvom Malevitcha razvijal umetnostno smer, imenovano *supermatizem*. Ustvaril je veliko propagandnega materiala nekdanje Sovjetske zveze. To je hkrati pomenilo tudi Laibachovo predstavitev umetnosti konstruktivizma in supermatizma, iz katerega so jemali določene koncepte za svoje delo (Lev 2007).

Isti motiv in figuro je uporabila tudi likovna skupina Irwin, ki je podobi Malega bobnarja predstavila javnosti v dveh različicah, in sicer kot del serije razstav »Was ist Kunst?« (glej sliki 4.27 in 4.28).

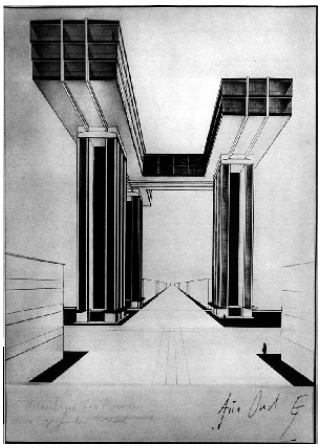
Slika 4.24: *Nacistični plakat – Bobnar*

Vir: Jung 2008

Slika 4.25: *Laibach - La Liberte Guidant Le Peuple, 1985*

Vir: Nskstate 2008b

Slika 4.26: *El Lissitzky – Wolkenbügel iz začetka 20. stoletja*



Vir: Lev 2007

Slika 4.27: *Irwin – Mali bobnar, 1984*

Vir: Arns 2002: 41

Slika 4.28: *Irwin – Mali bobnar, 1987*

Vir: Arns 2002: 41

4.4.8 RESURR EXIT

Propagandni plakat iz časa Weimarske republike (glej sliko 4.29) prikazuje fizičnega delavca, privezanega na svastiko z naslovom: »Der Arbeiter im Reich des Hakenkreuzes! - Darum wählt Liste 1 Sozialdemokraten!«, kar pomeni »Delavec v kraljestvu kljukastega križa – Zato volite listo 1 – Sociademokrate!«. Propagandni plakat predstavlja negativno propagando proti NSDAP v prid socialdemokratom. Reforme na področju javnih del, ki jih je Hitler kasneje uvedel, pa tudi niso pomenile kaj lepše prihodnosti delavcem od figure na plakatu.

John Hartfield, izrazit protinacist, je dve leti kasneje apropriiral figuro protinacističnega plakata z dodanim naslovom: »Wie im Mittelalter ... So im Dritten Reich«, torej: »Kot v srednjem veku ... tako v Tretjem rajhu.« (glej sliko 4.30). Njegovo delo vizualno primerja razmere v srednjem veku s Tretjim rajhom in predstavlja parodijo in kritiko hitlerjanske politike.

Slika 4.29: *Karl Geiss - Delavec v kraljestvu kljukastega križa, 1932*

Vir: Archiv der Sozialen Demokratie 2002

Slika 4.30: *Heartfield – kot v srednjem veku tudi v Tretjem rajhu, 1934*

Vir: Arns 2002: 27

Laibachova prva istoimenska plošča iz leta 1985 na svojem ovitku nosi enako figuro kot propagandni plakat in Heardfieldova stvaritev (glej sliko 4.31), s tem da je simbol svastike zamenjan z značilnim črnim križem. Podoba se je pojavila tudi kasneje, in sicer na plakatu Ressur Exit (glej sliko 4.32).

Slika 4.31: *Laibach – ovitek albuma Laibach, 1985*

Vir: Monroe 2003: 2002

Slika 4.32: *Laibach – Resurr Exit, 1986*

Vir: Laibach 2008b

4.4.9 KOFETARICA

Kljub vsemu niso bile le totalitarne podobe tiste, ki so NSK-ju dajale navdih za delo. Njihova retroavantgarda je črpala svojo snov tudi iz slovenske umetnosti. Tipičen primer tega je apropriacija slike Ivane Kobilce. Laibachi so sliko uporabili za plakat za promocijo svoje razstave v galeriji ŠKUC leta 1983. Slika jih je navdihnila predvsem zato, ker so iskali nek primeren material, ki bi jim dal podlago za prikaz močne slovenske identitete (glej sliki 4.33 in 4.34).

Slika 4.33: *Ivana Kobilca, Kofetarica*

Vir: Narodna galerija 2008

Slika 4.34: *Laibachova verzija Kofetarice*

Vir: Nskstate 2008b

Zaradi podob, ki so jih in jih še zmeraj prikazujejo skupine NSK, so v preteklosti bili deležni več obtoževanj zagovarjanja germanizacije in nacizma, vendar so ravno z uporabo nemške kulture dosegli pravi simbolni zgodovinski preobrat. Skozi uporabo nacističnih elementov so dosegali nasprotni učinek, z uporabo nemškega jezika pa aroganten ton.

5. SKLEP

V svoji diplomski nalogi sem prišla do ugotovitve, da umetniški kolektiv NSK, ki se ves čas giblje nekje med umetnostjo in ideologijo, brez preteklosti oz. brez vrednotenja te preteklosti ne bi obstajal. Jedro njihovega delovanja je posvečeno totalitarizmu in nacistični umetnosti. Nacizem sam se je praktično rodil v svetu simbolike in se v njem tudi ohranjal pri življenju. Objekte iz vsakdanjega življenja je sprevrgel in jih umestil v nov prostor, podaril jim je novo življenje. Množični mediji so bili ne le sredstvo, ampak tudi aktivni dejavnik in oblikovalec totalitarističnih propagand in so preko tega vplivali na čustva in politična stališča posameznikov. Fascinacija, ki so ji v času druge svetovne vojne vsi čredno sledili, je bila rezultat močnih, emocionalno nabitih podob, motivov in simbolov. Uspelo ji je, da je spremenila temeljna načela posameznikov, nekaj desetletij kasneje pa je omrežila tudi njih – kolektiv NSK, ki so ji omogočili tretje rojstvo, spet v popolnoma nov svet.

Kolektiv NSK, predvsem glasbena skupina Laibach, ki je tudi ideološka enota kolektiva, si s svojo retroavantgardno umetnostjo prilašča nepotrošne nacionalne simbole Tretjega rajha. Njihovi koncerti spominjajo na nacistične propagandne shode, njihove vojaške oprave, plakati, njihovi govori in vsi ostali elementi so blizu nacizmu. Vsi ti elementi dajejo občinstvu občutek nečesa poznanega, hkrati pa je to nekaj, kar je tabuizirano, a zato še toliko bolj fascinantno.

Dejavnost NSK je zelo povezana z zgodovino preteklosti, ki jo projicirajo v sedanjost in prihodnost. Simbolov iz nacizma ne le ponavljajo, ampak jih ponovno ustvarjajo iz že znanih materialov. Čeprav sami izgledajo kot totalitaristi, je to le zato, ker z uporabo teh podob in simbolov želijo poudariti pomene, ki ležijo za njimi. S tem, ko jih prikazujejo, jih dejansko zavračajo. Z uporabo hiper-slovenskih germanskih podob se borijo tako proti germanizaciji, proti vdoru zahodne kulture kot tudi proti prodoru popularne glasbe.

Na podlagi napisanega v diplomski nalogi je vidno, da sam kolektiv teži k temu, da bi neki estetski praksi (v tem primeru *Nazikunst*) s premeščanjem njihovih ključnih nacionalnih simbolov spremenili etično vsebino. V tem primeru se tudi moja predpostavka iz uvodnega dela naloge, da neki estetski praksi lahko spremenimo lastno etično vsebino s prilaščanjem njenih ključnih simbolov in z njihovo postavitvijo v drug kontekst, potrdi.

Kljub vsemu pa menim, da se totalitarizma v umetnosti ne da primerjati s totalitarizmi države in njenih ideoloških aparatov. NSK poskuša le zaobjeti mehaniko sistemov, ki jih raziskuje,

upira pa se temu, da bi se z njimi identificiral. Identificira se le s svojo lastno ideologijo. Kar sami, kot bralci podob, na nacističnih simbolih vidimo negativnega, niso simboli sami po sebi, ampak retorika, ki govori za njimi. Retorika za istimi simboli, ki so zraven tega še enako udarni in emocionalno nabiti, vendar prikazani v kontekstu, ki ga sporoča NSK, pa nam sporoča nekaj povsem drugega.

Kolektivu NSK je nacistična estetika všeč. S ponovno uporabo njenih elementov jo želijo oprati zgodovinske krivde. In čeprav marsikdo, ki si njihovo ideologijo interpretira drugače, meni, da delujejo pronacistično, so dejansko oni tisti, ki s pretiranim poudarjanjem tega težijo ravno k nasprotnemu – k sistematični ideološki ofenzivi. NSK skozi satiro, ironijo ali parodijo poudarja moč teh simbolov in s tem nacistični ideologijo odvzema moč.

6. LITERATURA

1. Anything anywhere. 2008. *German nazi medals, badges, insignia, & doodads.* Dostopno prek: http://www.anythinganywhere.com/commerce/military/nazmed.htm (17. marec 2008).

2. Archiv der Sozialen Demokratie. 2002. *Der Arbeiter im reich des Hakenkreuzes.* Dostopno prek: http://www.fes.de/archiv/_weimar/3416.htm (8. maj 2008).

3. Arendt, Hannah. 2003. *Izvori totalitarizma.* Ljubljana: Študentska založba.

4. Arns, Inke. 2002. *Laibach, Irwin, Gledališče sester Scipion Nasice, Kozmokinetični kabinet Noordung, Novi kolektivizem: eine Analyse ihrer künstlerischen Strategien im Kontext der 1980er Jahre in Jugoslawien*. Ljubljana: Studio Signum.

5. *Borec*. 2004. Pogovor s skupino Laibach 56 (612-616): 260-297.

6. Bytwerk, Randall L. 1999. The Failure of the Propaganda of the German Democratic Republic. *Quarterly Journal of Speech* 85: 400-416.

7. Calvin, Minds in the Making. 2008. *German propaganda archive*. Dostopno prek: http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/ (11. marec 2008).

8. Cerulo, Karen A. 1989. Sociopolitical Control and the Structure of National Symbols: An Empirical Analysis of National Anthems. *Social Forces* 68(1): 76-99.

9. Chandler, Daniel. 2005. *Semiotics for Beginners.* Dostopno prek: http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/ (3. marec 2008).

10. Chevalier, Jean in Alain Gheerbrant. 1993. *Slovar simbolov. Miti, sanje, liki, običaji, barve, števila.* Ljubljana: Mladinska knjiga.

11. Gentile, Emilio. 2004. Fascism, Totalitarianism and Political Religion: Definitions and Critical Reflections of an Interpretation. *Totalitarian Movements and Political Religions* 5(3): 326-375.

12. Gržinić, Marina. 1993. Neue Slowenische Kunst (NSK): The Art Groups Laibach, Irwin, and Noordung Cosmokinetical Theater Cabinet – New Strategies in the Nineties. *Slovene studies* 15 (1-2): 5-16.

13. Hall, Stuart. 1997. *Representation, Cultural representations and signifying practices.* Milton Keynes London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.

14. Heller, Steven. 2004. The Ministry of Fear. *Social research* 71(4): 849-862.

15. Herf, Jeffery. 2006. Narratives of Totalitarianism: Nazism's Anti-Semitic Propaganda During World War 2 and the Holocaust. *Telos* 135: 32-60.

16. Ilič, Milan. 2004. Laibach v fokusu. *Delo,* 272 (23. november).

17. Ingram, John. 2008. *Nazi propaganda. United States Holocaust Memorial Museum.* Dostopno prek: http://www.ushmm.org/wlc/media_ph.php?lang=en&ModuleId=10005202&MediaId=1071 (9. maj 2008).

18. Irwin in Eda Čufer. 1993. NSK State in Time. *M'ars* 5(3-4): 26-27.

19. Jowett, Garth S. in Victoria O'Donnell. 1992. *Propaganda and Persuasion.* Newbury Park, London: SAGE Publications.

20. Jung, Zoltan (2008): *The Sources of Laibach Kunst.* Dostopno prek: http://www.gla.ac.uk/~dc4w/laibach/sources3.html (3. maj 2008).

21. K., M. 2008. *Irwin z dobrim razlogom za svečano obleko, MMC na premieri dokumentarnega filma Ženini.* Dostopno prek: http://www.rtvslo.si/kultura/modload.php?&c_mod=rnews&op=sections&func=read&c_menu=1&c_id=42068 (16. april 2008).

22. Kallis, Aristotle. 2006. Nazi Propaganda and 'Coordination': The Haphazard Path to Totalitarianism. *European Review of History* 13(1): 115-139.

23. Kennedy, Randy. 2007. If the Copy Is an Artwork, Then What's the Original? *New York Times,* 6. december. Dostopno prek: http://www.nytimes.com/2007/12/06/arts/design/06prin.html?_r=1&oref=slogin (18. maj 2008).

24. Klokkarz, Andrez. 2008. *The Sources of laibach Kunst.* Dostopno prek: http://www.gla.ac.uk/~dc4w/laibach/sources.html (6. marec 2008).

25. Laibach. 2008a. *Anthems.* Dostopno prek: http://www.laibach.nsk.si/anthems.htm (17. marec 2008).

26. --- 2008b. *Die Freiheit Fuehrt das Volk in Resurr Exit.* Dostopno prek: http://www.laibach.nsk.si/l32.htm (8. marec 2008).

27. --- 2008c. *Inženirji ljudskih duš (Engineers of People's Souls).* Dostopno prek: http://www.laibach.nsk.si/p22.htm (1. marec 2008).

28. --- 2008d. *Opus Dei.* Dostopno prek: http://www.laibach.nsk.si/l27.htm (5. marec 2008).

29. --- 2008f. *Tesla.* Dostopno prek: http://www.laibach.nsk.si/p39.htm (16. april 2008).

30. Monroe, Alexei. 2003. *Pluralni monolit. Laibach in NSK.* Ljubljana: Maska.

31. --- 2004. Kako je bil osvojen zahod. NSK in osvajanje kulturnega prostora. *Borec* 56 (612-616): 287-297.

32. *L'encyclopédie En Ligne Universelle.* 2008. Dostopno prek: http://www.encyclopedie-enligne.com/ (13. marec 2008).

33. Lev, Nadya. 2007. *The constructor: The Legacy of EL Lissitzky.* Dostopno prek: http://coilhouse.net/2007/09/01/el-lissitzky/ (11. maj 2008).

34. Musek, Janek. 1990. *Simboli, kultura, ljudje*. Ljubljana: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.

35. Narodna galerija. 2008. *Umetnost na Slovenskem. Realizem.* Dostopno prek: http://www.ng-slo.si/default.asp?id=28&prikaz=umetnina&uid=284 (5. Maj 2008).

36. Nskstate. 2008a. *Irwin – State in Time.* Dostopno prek: http://www.nskstate.com/irwin/ (15. februar 2008).

37. --- 2008b. *Laibach posters.* Dostopno prek: http://www.nskstate.com/laibach/laibach-posters.php (18. februar 2008).

38. --- 2008c. *Poster Action During the War in Slovenia, 1991.* Dostopno prek: http://www.nskstate.com/nk/warposters.php (14. marec 2008).

39. --- 2008d. *Poster scandal – Youth day.* Dostopno prek: http://www.nskstate.com/nk/poster_scandal.php (15. februar 2008).

40. Pečjak, Vid. 1995. *Politična psihologija.* Ljubljana: Samozaložba.

41. Petrešin, Nataša. 2000. »Was ist Kunst?«: Mnenja o razstavi Irwinov. *Delo,* 89 (15. april).

42. Prince, Mark. 2007. Beyond Appropriation Art. *Art Monthly* 310 (1. oktober).

43. PzG – Your Third Reich HQ! 2007. *Propaganda posters.* Dostopno prek: http://www.pzg.biz/posters_nazi_propaganda.htm (27. februar 2008).

44. Rak, Peter. 1999. Kam danes z retro-, neo- ali psevdoavantgardo? *Delo,* 97 (29. april).

45. Russian Avant-garde Gallery. 2008. *Kazimir Severinovich Malevich.* Dostopno prek: http://www.russianavantgard.com/master_pages/Master%2001%20-%20Kazimir%20Malevich.html (18. marec 2008).

46. Sahm, Astrid. 1999. Political Culture and the National Symbols: Their Impact on the Belarusian Nation-Building Process. *Nationalities Papers* 27(4): 649-660.

47. Schmidt, Natasha. 2005. Reclaiming the Symbol. *Index of censorship* 34(2): 52-53.

48. *Slovar slovenskega knjižnega jezika.* 1994. Ljubljana: DZS.

49. Sonesson, Göran. 1999. *Pictorial Semiotics. The state of the art at the beginning of the nineties.* Dostopno prek: http://filserver.arthist.lu.se/kultsem/sonesson/pict_sem_1.html (6. februar 2008).

50. Stilinović, Mladen. 1994. *Retroavangarda: Mladen Stilinović, Kazimir Malevič, Irwin.* Ljubljana: Visconti Fine Art Kolizej.

51. Štoka, Tea. 1992. Neuradna predstavitev Ambasade NSK. *Slovenec,* 198 (28. avgust).

52. Sturken, Marita in Lisa Cartwright. 2001. *Practices of Looking. An Introduction to visual culture*. Oxford: Oxford University Press.

53. Šutej Adamič, Jelka. 2000. Ne potrebujemo ideologa. Pogovor s skupino Irwin. *Delo,* 78 (3. april).

54. *The Sources of Laibach Kunst – The John Heartfield Connection.* 2008. Dostopno prek: http://www.gla.ac.uk/~dc4w/laibach/heartfield.html (12. maj 2008).

55. Utah State University Libraries. Special Collections and Archives. Masaryk Collection. 2006. *Nazi Occupation 1939 – 1945.* Dostopno prek: http://library.usu.edu/Specol/digitalexhibits/masaryk/swastika.html (16. april 2008).

56. Van Camp, Julie C. 2007. Originality in Postmodern Appropriation Art. *Journal of Arts Management, Law & Society* 36(4): 247-258.

57. Verbinc, France. 1971. *Slovar tujk.* Ljubljana: Cankarjeva založba.

58. Yronwode, Catherine. 2000. *The 'Lucky W' Amulet Archive: The swastika*. Dostopno prek: http://www.luckymojo.com/swastika.html (13. marec 2008).

59. Žižek, Slavoj. 1993. Why are Laibach and NSK not Fascists? *M'ars*, 5(3-4): 3-4.