

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Kristjan Gašperlin**

**Mitološka funkcija ameriškega stripa**  
**Zlata doba superjunakov**

**Ljubljana, 2011**

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Kristjan Gašperlin**

**Mentor: Izr. prof. dr. Peter Stankovič**

# **Mitološka funkcija ameriškega stripa**

**Zlata doba superjunakov**

**Ljubljana, 2011**

Zahvaljujem se vsem, ki so mi omogočili nastanek tega dela.

Sami veste, kdo ste.

### Mitološka funkcija ameriškega stripa: zlata doba superjunakov

Mit v današnjem času dojemamo kot neresnično zgodbo, ki izvira iz prepričanj primitivnih ljudstev in jo je moderna racionalna misel pomedla na smetišče zgodovine. To dojemanje temelji na ugotovitvah zgodnjih antropologov, ki so še vedno veljavne za splošno dojemanje mita. Kasnejše teorije znanstvenikov, ki v temelju izhajajo iz idej Ferdinanda de Saussureja, so te ideje zavrnilo in mitu pripisale precej bolj osrednjo vlogo tudi v moderni družbi. Mit so začeli obravnavati kot prenašalca relevantnih kulturnih sporočil iz ene generacije v drugo, ki to isto družbo v temelju osmišljajo. Vsak mit je zato v svojem jedru političen, v smislu, da odslkava razporeditev moči znotraj družbe, tako da naturalizira kulturno in zgodovinsko pogojene kategorije v nekaj samoumevnega. V okviru teh teorij sem v drugem delu diplomske naloge obravnaval tudi stripe. Najprej sem z zgodovinski pregledom superjunaškega arhetipa, ki ima osrednjo vlogo v stripovskih zgodbah, ugotovil, da izhaja iz protestantske etike odrešenja in v sodobnih zgodbah predstavlja sekularizirano verzijo božjega odrešenika. Nato pa sem s tekstualno analizo stripov, nastalih med letoma 1938 in 1949, raziskoval, kako strip reprezentira kriminal in ugotovil, da podpira ohranjanje stausa quo s podpiranjem podmene, da je zakon vrednostno nevtralen branitelj interesov vseh ljudi.

Ključne besede: mit, ameriški monomit, strip, superjunak, kriminal.

### Mythological function of american comic book: golden age of superheroes

Myth is nowadays perceived as a false story that stems from beliefs of primitive peoples and was brushed away by modern rational thought. This perception is based on the findings of the early anthropologists and is still applicable to the general perception of the myth. Subsequent theories, which in essence derived from ideas of Ferdinand de Saussure, rejected these ideas and attached the myth much more central role in modern society. The myth began to be considered as a vector of relevant cultural messages from one generation to another, which consist the basis of beliefs for that same society. Every myth is at its core political in the sense that it reflects the distribution of power within society, so that naturalise cultural and historically contingent category in something that is self evident. In second part I discussed the comic books within the bounds of these theories. First I reviewed the history of superhero archetype that plays a central role in the comic books and noted that derives from the Protestant ethic of salvation and represents a secularized version of God Savior in modern stories. In subsequent textual analysis of comics created between 1938 and 1949 I explored how the comic books represents the crime and noted that support conservation of staus quo by supporting the hypothesis that the law is value neutral defender of interests of all people.

Keywords: myth, american monomyth, comic book, superhero, crime.

## KAZALO

1	UVOD .....	7
2	ZGODOVINA STRIPA.....	10
2.1	PROTOSTRIP (1300 pr. n. št. – 15 st. n. št.).....	10
2.2	PRASTRIP (15. – 20. st.).....	10
2.3	ZAČETKI MODERNEGA STRIPA (začetek 20. st. – 1938).....	11
2.3.1	ZLATA DOBA (1939 – 1950) .....	13
2.3.2	SREBRNA DOBA (1956 – 1967) .....	16
2.3.3	OBDOBJE PO SREBRNI DOBI (1970 – danes).....	18
3	OBČA TEORIJA O MITU .....	19
3.1	ZGODNJI ANTROPOLOGI O MITU .....	20
3.2	STRUKTURALIZEM.....	23
3.2.1	CLAUDE LEVI-STRAUSS .....	23
3.3	SEMILOGIJA .....	26
3.3.1	ROLAND BARTHES.....	26
3.4	REPREZENTACIJA .....	29
3.5	PLATON: DRŽAVOTVORNA FUNKCIJA MITA .....	31
3.6	PSIHOLOŠKI VPOGLED V VLOGO JUNAKA .....	34
3.6.1	OTTO RANK: DRUŽINSKA ROMANCA.....	36
3.6.2	JOSEPH CAMPBELL: OBREDI PREHODA .....	38
3.6.3	C. G. JUNG: MITI IN SANJE.....	40
4	STRIP KOT MIT .....	42
4.1	SERIALIZACIJA IN STRIPOVSKA KONTINUITETA .....	43

4.2	AMERIŠKI MONOMIT .....	47
4.3	REPREZENTACIJA ZLOČINA IN PRAVICE .....	57
5	ZAKLJUČEK .....	68
6	LITERATURA .....	72
	PRILOGA A ZGODOVINSKI PREGLED MARKETINŠKIH PRISTOPOV STRIPOVSKE INDUSTRIJE.....	74

# 1 UVOD

Superjunaški strip je tipična ameriška stripovska podzvrst, ki se je pojavila v poznih 30. letih 20. st. in v kratkem času dosegla izjemno popularnost in razširjenost. Čeprav se je večina kulturnih in tehnoloških pojavov, nastalih v ZDA, kmalu po nastanku razširila po vsem svetu, je produkcija te podzvrsti ostala omejena izključno na ameriške založnike, konzumacija pa na ameriško mladino (razen nekaterih neuspešnih kratkotrajnih poskusov v Kanadi in Veliki Britaniji).

V glavni vlogi teh stripov nastopajo v masko in kostum odeti junaki z nadčloveškimi sposobnostmi, ki človeško vrsto dobrohotno rešujejo iz različnih zagat in nevšečnosti. Vse zgodbe so zelo preproste in formulaične, kar je bil glaven razlog, da so superjunaški stripi med splošno populacijo veljali za manjvreden izdelek z majhno kulturno in estetsko vrednostjo. Ker so bila pričakovanja publike nizka (k temu pa lahko prištejemo še fordistični načina produkcije ter serializacijo, ki je zahtevala konstantno mesečno izdajanje), so si založniki lahko privoščili, da so te zgodbe stalno naivno preigravale splošne dominantne scenarije, ki so plavali na površju skupne ameriške zavesti. Najbolj značilen tak scenarij je boj med dobrim in zlom, ki ima v ameriški kulturi že dolgoletno tradicijo, in so ga preigravale že številne zgodbe pred pojavom superjunaškega stripa.

Strip kot predmet raziskovanja je zanimiv že zato, ker njegovi ustvarjalci (razen nekaterih redkih izjem, ki so ustvarjali v 80-ih letih), zaradi že zgoraj opisanih razlogov, nikoli niso imeli visokih umetniških teženj pri ustvarjanju, ampak so »na prvo žogo« opisovali bolj ali manj aktualne dogodke. Zato stripi na zelo preprost in odkrit način opisujejo duh časa in prostora, v katerem je nastala določena zgodba.

Namen tega diplomskega dela je s kulturološkega stališča preučiti temeljne predpostavke in značilnosti, na katerih temelji ameriški superjunaški strip. V prvem delu tega diplomskega dela bom na kratko predstavil kronološki razvoj stripovskega žanra ter družbeni in zgodovinski kontekst, v katerem je strip nastal in v katerem se je razvijal. V drugem delu bom poskušal razložiti pomen mitologije in mitološke funkcije na splošno, nato pa znotraj teh okvirov raziskati ameriški superjunaški strip in tako preučiti, kako svet razlagajo in osmišljajo stripovske zgodbe.

V tem kontekstu se bom v tretjem delu osredotočil predvsem na dve temi. V prvi temi bom sledil pojavu superherojstva v preteklost in tako skušal ugotoviti, od kje ta pojav izvira, v kakšnem družbeno-zgodovinskem kontekstu je nastal in se razvijal, ter kakšne so širše politične implikacije tega pojava. V drugi temi pa se bom s pomočjo tekstualne analize stripov, nastalih med letoma 1938 in 1949 (to obdobje ustreza osnemu obdobju nastanka stripa in mita o superjunaku) osredotočil predvsem na reprezentacijo zločina in pravice, ki je v superjunanškem mitosu ekvivalent boja med dobrim in zlom. Na podlagi te analize bom skušal izpeljati ugotovitve, kako stripovske zgodbe reprezentirajo in usmišljajo svet, v katerem so nastale. Še posebej pa bom pozoren na dominantne teme, ki jih obravnavajo stripi in kako stripovske zgodbe reprezentirajo dominantne vrednote. Pri tem namreč ni zanemarljivo dejstvo, da so bili v času pred pojavom množičnih medijev in razširitvijo pismenosti na celotno nacijo miti v domeni skupnosti. To pomeni, da je imel vsak posameznik pravico in moč sodelovanja pri ustvarjanju, razširjanju, reciklaži in prilagajanju mitov, danes pa to vlogo opravljajo (finančno in politično motivirani) množični mediji, ki predelave in prilagajanja tekstov ne dopuščajo, saj si lastijo izključne avtorske pravice za vse ustvarjene like in zgodbe.

V Dodatku A bom predstavil zgodovinski pregled marketinških pristopov, ki so neločljivo povezani s kulturno-zgodovinsko pogojenimi spremembami v stripovski industriji.

Pri raziskovanju se bom oprl na teorije različnih filozofov in družboslovcev, ki so na sodoben način reinterpreterali vlogo mita v družbi. Današnje splošno dojemanje mita kot lažne zgodbe temelji na predpostavkah zgodnjih antropologov, ki so se podali v tuje dežele, polne barbarov, in tam naleteli na množico nelogičnih, neresničnih in pogosto škandaloznih zgodb, ki so jih skrbno popisali in klasificirali, jih tako iztrgali iz celotnega konteksta in jih zato težka razložili na zahodnjakom logičen način. Pri tem so pozabili, da mit ni poseben literaren žanr s sebi lastnimi notranjimi zakonitostmi (mit so zreducirali na raven bajke, genealoške pripovedi ali zgodbe o bogovih), ampak te zgodbe opravljajo funkcijo – poimenujmo jo mitološka funkcija, ki z manipulacijo preprostih simbolov razlaga in osmišlja stvarnost, v kateri živijo ljudje, ki so ustvarili določen mit.

Približno v 17. st. sta se v zahodnem svetu mitološka in znanstvena misel začeli ločevati. Racionalna, znanstvena misel je ustvarila vrsto pravil in napotkov, kako opazovati in raziskovati svet na objektivni način, mitološka misel subjektivnega opisovanja sveta pa se je počasi začela



umikati v ozadje, dokler nismo postali popolnoma postmitična družba. Toda razmišljanja nekaterih avtorjev, delujočih v 20. st., so zavrgla dojemanje mita kot posebnega literarnega žanra, v ospredje pa postavila mitološko funkcijo osmišljanja in razlaganja sveta. Tako je postalo očitno, da mit ni stvar preteklosti (ali še obstoječih primitivnih ljudstev), ampak da še vedno tli pod površjem vsakega, tudi modernega teksta.

## 2 ZGODOVINA STRIPA

Scott McCloud v knjigi *Understanding Comics* strip definira kot: »namerno zaporedje (sekvenca) slikovnih in ostalih podob (npr. besed op.a.) postavljenih druga poleg druge, ki sporoča informacije in/ali ustvarja estetski odziv gledalca« (McCloud 1993, 9).

### 2.1 PROTOSTRIP (1300 pr. n. št. – 15 st. n. št.)

Moderni strip se prvič pojavi v Združenih državah Amerike in večina zgodovinarjev tega žanra pionirstvo stripovskih zgodb pripisuje ameriškim založnikom zgodnjega 20. st. Vendar McCloud z abstrahirano definicijo, iz katere je namerno izvzel omembo današnjih glavnih stripovskih junakov – superjunakov (čeprav vsi primeri, ki jih omenja, opisujejo dejanja glavnega junaka ali junakov), nakaže, da seže zgodovina te tradicije precej dlje v zgodovino človeštva, samo medij zapisa je bil nekoliko drugačen. Navaja naslednje primere:

- stenske slikarije Egipčanov iz leta 1300 pr. n. št., ki v grobnici pisarja Menne v bližini Luksorja prikazujejo, kako Menna nadzoruje žetev, cepitev, spravilo in obdavčenje žita;
- sedemdesetmeterska Tapiserija iz Bayeuxa v Franciji, ki prikazuje, kako so Normani leta 1066 osvojili Anglijo;
- enajst metrov dolgi zloženci iz 14. st., imenovani Kodeks Zouche-Nuttall, ki jo je Hernan Cortes leta 1519 odkril v Mehiki, in prikazuje zgodbo o vojaškem in političnem junaku z imenom Jaguarjevi kremplji (McCloud 1993).

### 2.2 PRASTRIP (15. – 20. st.)

V 15. st. so se z odkritjem tiska pojavila tudi dela, precej bolj podobna obliki, ki jo imajo moderni stripi. Tak primer je tiskovina *Mučenje svetega Erazma* iz leta 1460 ali pa 182-delni nadrealistični kolaž-roman *A week of Kindnes* Maxa Ernsta. Še bolj pa so se podobi modernega stripa približala dela Rodolpha Töfferja iz sredine 19. st. ki je satirične zgodbe upodabljal s kombinacijo slike in besede. Njegova dela so že vsebovala risane karakterje in značilne stripovske okvire (ang. frame), ki so kasneje postali stalnica modernega stripa. Vendar pa se je Töfffer s tem ukvarjal le v prostem času, zato dela niso dosegla širšega kroga bralcev (McCloud 1993).

## 2.3 ZAČETKI MODERNEGA STRIPA (začetek 20. st. – 1938)

Industrija ameriškega stripa je fenomen 20. st. s koreninami v poznem 19. st. Najbližji predhodniki stripa (ang. comic book) so bili krajši časopisni stripi (ang. comic strip, funnies)<sup>1</sup>, ki so se prvič pojavili okrog leta 1890. Časopisni stripi, kot so *The Yellow Kid*, *Katzenjammer Kids* in *Mutt and Jeff*, so satirično opisovali smešne navade družinskega življenja in družbenih odnosov (Wright 2003). Ti krajši stripi so kasneje poimenovali tudi “novo” umetniško vrsto, saj se je zaradi humorja prijelo ime “funnies” ali “comic strips” (comic v angleščini pomeni smešen, komičen, šaljiv; strip pa dolg in ozek trak). Tudi kasneje, ko stripi niso več opisovali samo smešnih dogodivščin, ampak tudi resnejše teme, se je izraz comic obdržal. Še nekoliko kasneje, ko so zgodbe postale daljše in so izhajale v obliki zvezka ali knjige, je besedo strip zamenjala beseda book (knjiga). Angleška okrajšava za stalno besedno zvezo comic book je postala beseda comic oz. comics, medtem ko smo Slovenci za poimenovanje te umetniške vrste uporabili drugi del zveze – strip.

Zgodnji stripi so sicer izhajali iz tradicije časopisnih stripov, vendar so bili v več ozirih bolj podobnim cenenim revijam (ang. pulp magazines), prav tako zelo popularnih na začetku 20. st. Te revije so bile namenjene lahkotnejšemu branju in so na pošasten, grozljiv, sadističen ali grotesken način opisovale akcijske, fantazijske in pustolovske zgodbe (Wright 2003).

Leta 1929 je prišlo do združitve obeh žanrov, ko sta se v cenemem časopisnem stripu prvič pojavila *Tarzan* in *Buck Rogers*. V kratkem so sledili še drugi pustolovski časopisni stripi, kot sta npr. *Dick Tracy* in *Flash Gordon* (Wright 2003).

Istega leta se je prvič pojavila tudi zbirka časopisnih stripov, ki je izšla v podobnem formatu, kot cenene revije. Založniška hiša Dell Publishing je na trg poslala periodično stripovsko revijo (ang. comic magazine) *The Funnies*, ki je poleg še neobjavljenih stripov, vsebovala tudi razne uganke in šale. Publikacija je po 36 izdajah propadla, vendar so poskusi drugih založnikov, ki so raziskovali komercialne možnosti stripovskih revij, ohranili tradicijo. Največ takih poskusov je

---

<sup>1</sup> Slovenski jezik ne loči med izrazoma comic book in comic strip, ampak za oba uporablja besedo strip. Zato bom, kadar se bo besedilo nanašalo na izraz comic book, uporabljal besedo strip, za comic strip pa besedno zvezo časopisni strip, čeprav izraz ni popolnoma točen, saj so se le-ti kasneje začeli pojavljati tudi v obliki raznih zbirk in revij. Prav tako slovenščina nima ustreznih ustaljenih izrazov za nekatere druge angleške izraze, povezane s stripi. V teh primerih bom izraz poslovenil, v oklepaj pa napisal ustrezen angleški izraz.

bilo v obliki zbirk, ki so že izšli v raznih časopisih in so jih pogostokrat sponzorirale različne korporacije (Wright 2003).

Leta 1935 se je prvič pojavila stripovska revija, ki je vsebovala različne originalne stripe, vendar ni opisovala smešnih dogodivščin, ampak pustolovske zgodbe, ki so temeljile na filmih ali cenenih romanih. Revijo je izdalo podjetje Detective Comics, ki je kasneje spremenilo svoje ime v DC Comics in postalo eno izmed vodilnih izdajateljev stripov na svetu. Revija je zastavila nov trend, saj so smešne prigode glavnih junakov počasi začele izpodrivati nekoliko resnejše teme, kot npr. boj proti kriminalu.

Založniki stripov takrat še niso posedovali sredstev za produkcijo stripov. To vlogo so opravljale stripovske delavnice (ang. comic shops), ki so stripe ustvarjale za različne založnike. Delavnice so zaposlovale različne anonimne ustvarjalce. Ti so stripe ustvarjali na podoben način, kot so fordovi delavci za tekočim trakom sestavljali avtomobile. Nekdo je zasnoval scenarij in osebe, drugi jih je narisal, tretji pobarval, četrti napisal dialog v oblačke ... Ta proces pojasnjuje, zakaj so bili (in še vedno so) stripi vizualno in scenaristično med seboj zelo podobni oz. formulaični. Delo v delavnici je bilo na začetku zelo slabo plačano, ustvarjalci so se dela sramovali, saj so imeli stripi takrat zelo slab ugled. Večina ustvarjalcev, ki so posedovali avtorske pravice, je zato delovala pod psevdonimom (Wright 2003).

### 2.3.1 ZLATA DOBA (1939 – 1950)

Leta 1938 se je na stojnicah pojavila zbirka stripov *Action Comics 1*, v katerih se je prvič pojavila trinajststranska zgodba o Supermanu, prvem in verjetno najbolj znanem maskiranem superjunaku. Leta 1939 je sledil prvi strip, v celoti posvečen samo enemu superjunaku s preprostim naslovom *Superman* (Wright 2003). Superman je postal arhetip stripovskega junaka, predelava klasičnega arhetipa mejnega zahodnjaškega junaka (ang. western frontier hero), popularno poimenovanega kavboj, ki je deloval na meji med civilizacijo in divjino ter posedoval najboljše lastnosti obeh svetov. Po razrešitvi problema se je ta vedno umaknil nazaj v divjino, brez žrtvovanja svobode in individualnosti, ki ju je omejeval civiliziran način življenja. Supermanu je kmalu sledila še plejada ostalih karakterjev kot so *Batman*, *Wonder Woman*, *Sub Mariner*, *Flash*, *The Spirit*, *Green Lantern* in drugi (Wright 2003).

Superjunaki so se prvič pojavili proti koncu obdobja velike ameriške depresije (ang. Great depression), ki je potolkla visokoletne sanje in prebivalce pahnila v stanje kolektivnega obupa. Toda prav superjunaki so se na imaginarnem nivoju zoperstavili obupu in ponovno poskušali obuditi vero v ameriški način življenja. Vera v boljši jutri je zajeta v Supermanovem sloganu »Resnica, pravica in ameriški način življenja« (ang. truth, justice and american way), ki na kratko povzame vse ideale, za katere se je boril Superman.

Stripovske zgodbe so bile preproste in formulaične. Konvencije so zahtevale, da vsak superjunak premaga vsaj enega zločinca ali superpodleža (ang. supervillain) v določeni številki. Scenarij boja je vedno potekal po ustaljenem zaporedju. Formulaičnost zgodb je omogočala »eskapizem in uživanje, ki izhajata iz izkustva izpolnitve pričakovanja znotraj strukturiranega imaginarnega sveta« (Wright 2003, xv).

Richard Reynolds v knjigi *Superheroes: A modern mythology* z analizo prve zgodbe o Supermanu predstavi sedem tem, ki postanejo stalnica stripovskih zgodb od Supermana dalje:

- izgubljeni starši: samo peščica superjunakov ima starše, ki redno nastopajo v njihovih zgodbah (Supermanovi starši so umrli na planetu Krypton, Batmanove so ubili pred njegovimi očmi, Spider-Man je sirota, ki živi pri teti, če naštejemo samo nekatere); superjunaki s svojimi neverjetnimi sposobnostmi in močmi ter odsotnostjo staršev

- utelešajo mladostniške sanje o moči, željo po premagovanju ovir, kar skozi prizmo psiholoških teorij superjunaka predstavlja željo po premagovanju Ojdipovega kompleksa;
- človek – bog: v zgodbah ni veliko direktnih referenc na boga, svet superjunakov predstavlja sekulariziran svet; toda prav ti isti superjunaki prevzamejo vlogo boga in na sekulariziran način izpolnjujejo verske obljube;
  - pravica: superjunaki se tradicionalno borijo proti zlobnim osebam in skozi ta boj med dobrim in zlom definirajo pomen pravice v ameriški družbi;
  - normalno in supermočno: kontrast med tema dvema poloma je (vsaj latentno) stalno poudarjen; normalno največkrat predstavlja nemočno in torej potrebno pomoči, supermočno pa predstavlja silo, ki nemočnemu ali grozi ali mu priskoči na pomoč;
  - skrivna identiteta: vsak superjunak je razklan na dvoje – na normalno osebo, katere identiteto ščiti pred javnostjo, in na alter ego v obliki superjunaka, ki predstavlja njegov javni del; ta dvojnost omogoča poistovetenje bralca s superjunaškim alter egom;
  - supermoči in politika: superjunaki so v svojem bistvu politični; so nosilci statusa quo in tako podporniki hegemoničnega diskurza;
  - znanost kot magija: znanost je pogosta tema stripov, toda znanost je samo površinsko verodostojna, precej bližje je magiji kot pravim znanstvenim konceptom.

Vse te teme (in še nekatere druge) bom v večjem ali manjšem obsegu predstavil v nadaljevanju.

Z vstopom Amerike v 2. svetovno vojno so dobili superjunaki povsem nov *modus operandi* in nove sovražnike, vse v skladu z ameriškimi vojaškimi in političnimi težnjami. Glavni nasprotniki superjunakov so postali zlobni nacisti, komunisti, Japonci, mladostniki, ki so se izogibali naboru, pacifisti ipd. Tako okolje je omogočalo uspeh povsem novih, skrajnih patriotskih superjunakov, kot je npr. *Captain America*.

Proti koncu 40-ih let je zanimanje za superjunake usahnilo in večina stripov namenjenih posameznim karakterjem je prenehala izhajati. Preživeli so samo Superman, Batman in Wonder Woman. S tem se je končala tudi t.i. zlata doba ameriškega stripa.

Toda zanimanje za stripe, predvsem med mladoletno populacijo, ni usahnilo. Le središče zanimanja se je premaknilo drugam – na stripe, ki so na »realističen« način opisovali kriminal (ang. crime comics), življenje na divjem zahodu (ang. western comics), grozljive zgodbe (ang. horror comics), vojaške zgodbe (ang. war comics), ljubezenske zgodbe (ang. romance comics),

hudomušne prizore iz življenja mladostnika (ang. teen humor) in prigode iz življenja »divjakov« na različnih eksotičnih lokacijah (ang. jungle comics) (Wright 2003).

Kriminalni in grozljivi stripi so bili polni krvavih in sadističnih prizorov, zato so različne skupine pritiska zahtevale prepovedi izdajanja le-teh. Ti stripi naj bi podpihovali moralno izprijenost mladine in porast mladostniškega kriminala, ki je postajal vse bolj pereč in viden problem. Najglasnejši kritik je bil dr. Frederic Wertham, ki je z objavo knjige *Seduction of the innocent (Zapeljevanje nedolžnih)* postal ikona boja proti stripom. Stvari so prišle tako daleč, da se je s problemom začel ukvarjati tudi senat. Založniki stripov so se leta 1954 odzvali s *Stripovskim kodeksom (Comics code)*, ki velja še danes in je de facto uvedel (samo)cenzuro (Wright 2003). Kodeks je uvedel prostovoljno prepoved prikazovanja brutalnega nasilja, nedvoumnih prizorov spolnosti in golote, nepotrebnih krvavih prizorov, povečevanja zla, antisocialnega vedenja in prikazovanja uradnih oseb v nespoštljivi luči (Placeholder1). Kodeks je neposredno povzročil zaton »realističnih« stripov, posredno pa renesanso superjunakov. Založniška hiša Marvel je z redefinicijo arhetipa Supermana ustvarila superjunaka nove dobe, imenovanega Spider-Man, in postavila temelje nove ere superjunakov, retrospektivno imenovana srebrna doba.

### 2.3.2 SREBRNA DOBA (1956 – 1967)

Stripovski kodeks je zožil polje možnega kreativnega izražanja avtorjev in tako onemogočil izhajanje krvavih kriminalnih in grozljivih stripov, ki so bili vedno med najbolj priljubljenimi prepredpubertetniki in mladoletnikih. Poleg tega so na upad zanimanja vplivali še televizija, ki je sredi 50-ih let postala vodilni medij zabave; Hollywood, ki je v tem času odkril neizkoriščene možnosti najstniškega trga in začel snemati filme, primarno namenjene mladostni populaciji (npr. *Upornik brez razloga* z Jamesom Deanom v glavni vlogi) ter pojav nove glasbene zvrsti, imenovane rock 'n roll, ki je v 50-ih letih obnorela mladostnike v Ameriki (Wright 2003).

Prva se je na nastalo situacijo odzvala založniška hiša Detective comics (DC), ki je leta 1953 začela snemati televizijsko serijo *Adventures of Superman* (Supermanove dogodivščine). Tako je zagotovila veliko izpostavljenost glavnega junaka, kar se je poznalo tudi pri prodaji stripov, saj je Superman ostal najbolj prodajan strip v Ameriki. Najpomembnejša je bila uredniška poteza, ki je vrnila DC k njenim koreninam. Ponovno so oživili stare superjunake in jih poskušali prilagoditi duhu časa. Tako so ponovno zaživel *The Flash*, *The Green Lantern*, *Hawkman in The Atom* (Wright 2003).

»Stripi so opisovali domišljajske zgodbe, osnovane na predpostavkah in zadevah resničnega sveta« (Wright 2003, 184). Glavni junaki so še vedno delovali znotraj okvirov, ki jih je načrtoval Stripovski kodeks. Zgledno so sodelovali z uradnimi osebami, živeli so v čistih in urejenih soseskah, glavni problem ameriške družbe je bil še vedno kriminal, odgovornost do skupnosti je bila vedno postavljena pred osebne potrebe in probleme. Stripovske zgodbe so še vedno podpirale uradno ameriško vizijo reševanja domačih in globalnih problemov (Wright 2003).

DC je nakazal trend razvoja, vendar je duh časa resnično uspelo ujeti šele založniški hiši Marvel na začetku 60-ih let, ko je glavni urednik in scenarist postal Stan Lee. Marvelovi stripi so predelali klasični arhetip mejnega zahodnjaškega junaka, ki ga je v stripih zlate dobe utelešal Superman, in ga prilagodili obdobju, ki sta ga zaznamovali 2. svetovna ter hladna vojna. V središče zgodb so postavili odtujene, osamljene in nevrotične posameznike, polne bojazni, ki jih je prinašala atomizirana družba velikih ameriških velemest. Glavni junaki, ki so v zlati dobi veljali za rešitelje človeštva, so velikokrat postali večja nadloga, kot zlobni nasprotniki, proti katerim so se borili. Alter ego glavnega junaka je postal vsaj tako pomemben kot junak sam.



*Spider-man* je postal prva stripovska soap opera, ki je opisovala boj najstnika Petra Parkerja s problemi, ki jih je prinašala (nehotena) vloga njegovega junaškega alter ega Spider-Mana. In tako so junaki v bistvu postali antijunaki (Wright 2003). Toda ta sprememba iz junaka v antijunaka je bila samo površinska. Naloge junaka so ostale popolnoma enake kot v zlati dobi, kar pomeni, da je ostal nosilec statusa quo, le dramatizacija nošnje tega bremena je bila postavljena v ospredje.

Znanost je v resničnem življenju postajala glavno gonilo razvoja in napredka. Založniki so se odzvali na pozive oblasti o ustvarjanju živahnega zanimanja za znanost med ameriško mladino. Če je bilo za zlato dobo značilno, da je bila zaznamovana z magičnimi in fantazijskimi elementi (npr. Wonder Woman je ustvarila ženska boginja, Captain Marvel je svoje moči dobil od maga Shazama), je srebrno dobo zaznamovala neutrudljiva vera v vse, kar je bilo znanstveno in radioaktivno (Spider-Man je svoje sposobnosti dobil, ker ga je ugriznil radioaktiven pajek, Fantastic Four pa zaradi kozmičnih žarkov) (Klock 2002, 38).

Marvelovi stripovski junaki so delovali navidezno protisistemsko, ne da bi izpadli pretirano politični. Zgodbe so med drugim napadale nestrpnost in fanatizem ter podpirale boj za pravice žensk. Še najbolj izrazito političen je bil *Iron Man*, ki je vedno brezpogojno podpiral kapitalistični način produkcije. Zaradi svoje latentne levičarske (anti)politične dimenzije so postavili zgornjo starostno mejo svojih bralcev precej višje kot pa stripi zlate dobe. *Spider-Man*, *Fantastic Four*, *The Incredible Hulk*, *X-Men* ter *Iron Man* so postali priljubljeno čtivo na študentskih kampusih (Wright 2003).

### 2.3.3 OBDOBJE PO SREBRNI DOBI (1970 – danes)

Glavne osebe stripov, ki so se na novo pojavili v 70-ih letih, so bile predvsem variacije Spider-Manovega, v manjši meri tudi Supermanovega, arhetipa. Ti novi stripi so bili namenjeni predvsem nižnim populacijam in manjšinam, saj so bili stripi zlate in srebrne dobe namenjeni predvsem belim mladoletnim moškim osebam (Wright 2003).

Svežino so prinesla šele 80. leta, ko so različni avtorji začeli revizijo podmene celotnega stripovskega žanra. Najbolj znana sta romana v stripu (ang. graphic novel) *Batman: The Dark knight returns* Franka Millerja in *Watchmen* Alana Moora. Oba stripa se ukvarjata z latentnimi težnjami fašizma, nasilja, homoseksualnosti ipd., ki so jih stripi že od zlate dobe naprej nakazovali samo med vrsticami (Klock 2002).

Po letu 1990 se je najprej razširila kultura zbirateljstva, ki je zaradi špekulacij zbirateljev napihnila cene stripov do neba. Ta kultura je sredi 90-ih let zamrla, s tem pa so se drastično zmanjšale tudi naklade stripov (Wright 2003). Industrija je rešitev našla v razširitvi franšiz na velika platna, računalniške igrice, muzikle, zabaviščne parke, akcijske figurice, oblačila in podobne, izdelke namenjene množičnemu trgu. Tako nove generacije mladostnikov, za razliko od prejšnjih generacij, stripovske junake spoznavajo predvsem na filmskih platnih, saj bolj in manj znani superjunaki kot po tekočem traku dobivajo vsak svojo filmsko franšizo.

### 3 OBČA TEORIJA O MITU

Že od antike dalje se je z mitom ukvarjala vrsta avtorjev, ki so iz različnih zornih kotov osvetljevali različne poglede na mit. Te teorije zaradi velikega časovnega razpona odsevajo različni duh časa, izhajajo iz različnih področji raziskovanja in iz različnih teoretskih podmen, kot so klasična filozofija, antropologija, strukturalizem, psihološke in druge teorije. Te teorije se osredotočajo na različne aspekte mita, vendar je vsem skupna podmena o mitu kot prenašalcu relevantnega sporočila iz ene generacije v drugo.

V drugem delu diplomske naloge bom predstavil nekatere koncepte in teorije, ki so nujne za širše razumevanje mita: kaj mit sploh je, kakšni sta njegova vloga in uporabnost v politične namene, nato pa podrobneje predstavil vlogo junaka, ki je centralna vsem mitom.

Vse teorije, predstavljene v tem delu, so obče in eksplicitno ne obravnavajo stripov, toda kljub temu so pomembne za razumevanje širšega konteksta, v katerem strip dandanes opravlja vlogo, ki jo je v preteklosti opravljal mitologija.

### 3.1 ZGODNJI ANTROPOLOGI O MITU

Konec 19. st. in v prvi polovici 20. st. se razmahne relativno nova disciplina v panteonu preučevanja človeka in človeških odnosov – antropologija. Njeno primarno področje raziskovanja so bila »primitivna«, »divjaška« ljudstva, ki jih še ni oplazil trend tehnološkega razvoja. In ker so sestavni del življenja teh plemen tudi miti, so ti postali predmet zanimanja antropologov.

Zgodnji antropologi so odšli na teren in v pozitivističnem duhu zbrali in zapisali ogromno količino mitov. Izvor vsega tega zbiranja je bila znanstvena radovednost zahodnih akademikov, ki so želeli »izvedeti, kako razmišljajo divjaki« (Mauss v Detienne 2008, 214). Kmalu se je izkazalo, da »kakor hitro se živi govor nekega ljudstva ali naroda izkaže v vsej popolnosti in se poenoti v mitološki besedi, se zdi, kot da ga vsak popis popači« (Detienne 2008, 252). Z zapisom so mite iztrgali iz kontekstata spremljajočih ritualov in ostalih pripovedi ter jim odvzeli možnost stalnega spreminjanja, ki je inherentna vsaki oralni pripovedi, ki se ohranja iz roda v rod. Tako je živa, mitološka govorica ljudstev brez pisave postala nespremenljiv tekst, ki je zamrznil določen mit v določenem trenutku in tako zanikal aktivno vlogo teh ljudstev pri ustvarjanju svojih mitov (pogosto se miti znotraj družb sčasoma spreminjajo, toda tega prilagajanja času in okoliščinam, zaradi oralnega prenosa mita, ta ljudstva niti ne zaznajo). »Pojav pisave je le en vidik širšega gibanja, ki je s filozofijo, raziskovanjem narave, prebujenim smislom za zgodovino začelo ovirati nastajanje mitov ali vsaj njihovo reprodukcijo v nizu tradicije« (Detienne 2008, 255). Zdi se, da je z razmahom pisave in tiska med civiliziranim svetom in svetom »divjakov« ali ljudstev brez pisave, kot jim pravi Levi-Strauss, zazijal prepad, ki ga Levy-Bruhl opiše z besedami: »Oni slišijo, mi beremo« (Leviy-Bruhl v Detienne 2008, 257). Domorodci pojejo, recitirajo in pripovedujejo, etnografi pa beležijo in arhivirajo. »Domorodcem gre poslušanje, močna čustva, popolnost spoznavanja, nam ostanejo knjige, konceptualizacija predlogičnega, pisanje o divji mitologiji« (Detienne 2008, 257). Prav pojav pisave naj bi bil ključen pri transformaciji mitične družbe v postmitično oziroma mitološko misel spremenil v znanstveno.

Velika količina zapisanih toda nerazumljivih, čudnih zgodb je zgodnje antropologe begala. Težavnost integracije vseh teh nelogičnih zgodb v smiselno in logično celoto najbolje opišejo

besede antropologa Andrewa Langa, ki s svojim vzvišenim besednjakom nakaže odnos, ki so ga zgodnji antropologi (in celoten »civiliziran« svet) imeli do »divjaških« ljudstev:

*Težava mitologije (kot »znanosti«) je, da mora razložiti naslednje točke in med njimi na videz neracionalne elemente, ki tičijo v mitih: divje in absurdne zgodbe o nastanku stvari, izvoru ljudi, sonca, zvezd, živali, smrti in sveta nasploh; umazane in smešne dogodivščine bogov; zakaj naj bi bila božja bitja krvoskrunci, prešuštniki, tatovi, okrutneži, ljudožerci; zakaj se pojavljajo v živalski obliki; miti o spreminjanju v rastline, živali in zvezde; odvratne zgodbe o kraljestvu mrtvih: sestopanje bogov v bivališča mrtvih in vračanje iz teh krajev (Lang v Detienne 2008, 17).*

Temeljna podmena, kaj mit sploh je, izhaja iz prepričanja Marcela Maussa, da je »mit zgodba o bogu« (Detienne 2008, 214), ki je tako zacementiral enačaj med konceptoma religije in mitologije. Na podlagi tega prepričanja mit za zgodnje antropologe postane posebna pripovedna oblika, polna fantastičnih elementov, ki brez očitne notranje logike tvorijo zgodbo o bogu, nastanku sveta in podobno. Mit tako zreducirajo na raven pravljice, basni ali bajke.

Če so želeli izvedeti, kako razmišljajo »divjaki«, ni bilo dovolj, da so mit samo opisali, ampak so »morali po Schellingovih filozofskih načelih izvedeti, katero bitje ponazarja« (Mauss v Detienne 2008, 215); z drugimi besedami – morali so znanstveno razložiti, kaj mit pomeni tem ljudstvom in kaj ponazarjajo te divjaške, škandalozne in nelogične zgodbe. Pri raziskovanju tega vprašanja so se opirali na dognanja filozofov kot na dognanja znanstvenikov v drugih sorodnih disciplinah, ki so, se ukvarjali s tem vprašanjem in tako počasi začeli postavljati teorije, ki so na zahodnjakom razumljiv način, pojasnile pomen mitologije za »divja« ljudstva.

Friedrich Schelling je mitološki proces dojemal kot »edino zavestno pot, po kateri se Bog postopoma izkaže kot resnični Bog« (Detienne 2008, 217). Odnos raziskovalcev do predmeta njihovega preučevanja najbolje povzame Ernst Cassirer, ki pravi, da je »od samega začetka mit religija v nastajanju in mitska misel v svoji najpreprostejši obliki vsebuje vse bogastvo, ki napoveduje najvišje ideale, tiste, ki se v naši zgodovini najpočasneje uveljavljaja« (Detienne 2008, 217). Cassirer je mitologiji, »zibelki vseh simbolnih oblik« (Detienne 2008, 218) ter spremljevalki govornice in religije, pripisal osrednjo vlogo v teoriji človekovega duha, v kateri se vse od »nastanka prepletata praktična in teoretična zavest s svetom znanja, govornice, umetnosti, prava, morale, vključno s temeljnimi vzorci skupnosti in Države« (Detienne 2008, 218) in tako

zavestno pristal na podmeno Emila Durkheima, da »mit izraža celoto naravne biti v govorici človekove in družbene biti« (Detienne 2008, 218). Te razlage so sicer že napravile premik k širšemu razumevanju mita, toda podmena o inherentni povezanosti religije in mitologije je bila še vedno prisotna.

Iz teh razumevanj mita, kot nam (tukaj mislim na povprečnega človeka, ki se s raziskovanjem mita ne ukvarja znanstveno) nerazumljivih, nelogičnih in absurdnih zgodb »divjaških« plemen, izhaja tudi današnje splošno dojetje mita kot neresnične, lažnive zgodbe, ki jo je znanost postavila na laž in pomedla na smetišče zgodovine. To dojetje priznava »zastarelo zvestobo kulturnemu modelu iz 18. st., ko so vse ideje o poganskih bogovih med Ovidijem in Apolodorom spravili v polje bajke, njenemu učenemu in znanstvenemu poznavanju pa so takrat rekli mitologija. Vendar ni niti enega dogodka v dolgi zgodovini, zaradi katerega bi mit lahko priznali kot literarni žanr ali posebno pripovedno obliko« (Detienne 2008, 266). Plodnejše teoretske ugotovitve, kaj mit je in kakšne so njegove konkretne implikacije, so podali šele strukturalisti in psihologi, ki so se osvobodili dojetja mita kot posebnega literarnega žanra.

## 3.2 STRUKTURALIZEM

Strukturalizem je oznaka za opis različnih teoretskih sklopov, katerim je skupno dojetje družbe kot entitete, ki je v celoti ujeta v njej lastne strukturne zakonitosti. »Posamezniki tako v luči strukturalističnih teorij nimajo velikega vpliva na to, kar se dogaja v svetu okoli nas, vse naše za nas sicer tako zelo enkratno in ustvarjalno delovanje se tu kaže zgolj kot preigravanje različnih strukturnih razmerij, v katere smo že naprej ujeti« (Stanković 2006, 53).

Za teorijo mita je najpomembnejša francoska veja strukturalizma, ki temelji na predpostavki, da je temeljna struktura, znotraj katere delujemo ljudje, človeški jezik, s pomočjo katerega človek organizira simbole v smiselne celote. Strukturalizem, predvsem pa semiologija sta podala prve uporabne teorije, ki so pojasnile pomen, vlogo in delovanje mita v (civilizirani) družbi, ter s tem ovrgla prepričanje, da je mit samo poseben literarni žanr zgodb o bogovih ali nastanku sveta. Obe teoriji sta eksplicitno nakazali, da mitološko funkcijo (lahko) nosi vsak, tudi sodoben tekst.

Začetnik francoskega strukturalizma je bil Ferdinand de Saussure, ki je postavil temeljno predpostavko, da je jezik »sistem znakov, katerih pomen leži v relacijah difference« (Stanković 2006, 55), kar poenostavljeno pomeni, da vsak znak dobi pomen šele v širši množici znakov, ki imajo različne pomene – torej pomeni izhajajo iz binarnih opozicij jezikovnega sistema kot celote. Te nastajajoče binarne opozicije (npr. dobro/zlo) so univerzalne, nadčasovne in nespremenljive.

### 3.2.1 CLAUDE LEVI-STRAUSS

Za francoskega antropologa Levi-Straussa kulturne in družbene resničnosti predstavljajo strukturne pravilnosti, kulturo kot celoto pa si predstavlja kot »nespremenljiv, stanoviten sistem, ki univerzalno in konstantno operira po načelu binarnosti (Hrženjak v Stanković 2006, 59), kar pomeni, da stvarnost, zaradi potrebe po razumevanju in usmišljanju sveta, ki nas obdaja, *ad infinitum* razstavlja v dva nasprotna pola. Glavna naloga strukturalne analize je po njegovem mnenju »rekonstrukcija nevidnega simbolnega reda, ki ga prekriva navidezni nered raznolikosti empiričnih pojavov« (Stanković 2006, 59). Za rekonstrukcijo tega reda se mu zdi najprimernejša analiza mitov, »saj lahko ravno tu odkrivamo delovanje simbolnega v najčistejši obliki« (Stanković 2006, 59).

Pri svojem delu z ljudmi v Severni Ameriki, Braziliji, Avstraliji in na različnih pacifiških otokih je ugotovil, da se ljudje definirajo s pomočjo mitov, ki »na najkrajši možen način skušajo doseči splošno razumevanje sveta – in ne samo splošno, ampak totalno razumevanje« (Levi-Straus 1995, 17); in nam, podobno kot zgodovina, »povedo, kaj se je zgodilo ljudem, ki si delijo isto kulturo« (Thury and Devinney 2005, 270). Toda v nasprotju z zgodovino, ki nam poroča o specifičnih dogodkih ter političnem in kulturnem razvoju, nam miti s pomočjo epskih herojev, bogov in pametnih sleparjev (ang. trickster) sporočajo »najbolj osnovne ideje in ideale neke skupine« (Thury and Devinney 2005, 270), ter s prenosom sporočil iz ene generacije v drugo omogočajo ohranjanje tradicije.

Mit definira kot »jezikovno obliko, v kateri jezik v naprej določa poskus razumevanja lastne biti in sveta okoli nas, z nalaganjem dialektike, dihotomij in dualističnih mrež na podatke, ki so drugače lahko popolnoma integrirani« (Doniger v Levi-Straus 1995, viii). Ta dialektičen poskus ustvarjanja kognitivnega smisla iz kaotičnih podatkov, ki jih določi narava neizogibno ujame človeško predstavo oz. domišljijo v mrežo dualizmov, ki ustvarjajo napetost. Razreši se s pomočjo posredovalnega termina, ki ponovno postane polovica novega dualizma. »Miti v bistvu rešujejo temeljni kulturni problem, ki je sestavljen iz niza paradoksov, izhajajočih iz radikalnega preloma med naravo in kulturo, pri čemer to počnejo tako, da te paradokse prevajajo v termine, ki so domači, nevznemirljivi, znani in podobno«. (Stanković 2006, 59).

Temeljni paradoksi, ki tvorijo binarne opozicije, s katerimi se ukvarja večino mitov širom sveta, so boj med dobrim in zlom (temeljna binarna opozicija, s katero se ukvarja ameriški superjunaški mit), odnos med prav in narobe, boj med življenjem in smrtjo, odnos med individuumom in skupnostjo, odnos med naravo in družbo ...

V tem kontekstu so bili za Levi-Straussa pomembne tudi vzporedne napetosti med mitom in znanostjo ter mitom in zgodovino. Pravi, da se je napetost med mitom in znanostjo začela v 17. in 18. st., ko je znanstvena misel zavrnila mitologijo kot nesmiseln rezultat vraževerja primitivne misli. Ta zavrnitev je bila nujna, saj je znanost morala »svetu čutov obrniti hrbet« (Levi-Straus 1995, 6), to pa pomeni, da se je morala »distancirati od mitske misli« (Levi-Straus 1995, 6). Ta distanca obstaja še danes (zaradi razmaha znanosti verjetno mislimo, da je večja kot kdajkoli pred tem), saj mit še vedno konotira nekaj neresničnega, kar je že zdavnaj pristalo na smetišču zgodovine.



Še bolj pa je zanimivo njegovo mišljenje o napetostih med mitom in zgodovino. Po njegovem mnenju preprosta nasprotja med njima niso ne izrazita in ne samoumevna, prav tako ni očitno, kje se konča mitologija in začne zgodovina, saj se pri ustvarjanju čiste »znanstvene« zgodovine naslanjamo na osebno mitologijo in tako »ni daleč od prepričanja, da je v današnji družbi zgodovina nadomestila mitologijo in opravlja isto funkcijo, kot jo za družbe brez pisave in arhivov opravlja mitologija – torej čim boljše zagotavljanje skladnosti prihodnosti s sedanostjo in preteklostjo« (Levi-Straus 1995, 43).

Teorija, ki temelji na binarnih opozicijah, ima dva večja problema. Prvi je omejenost na iskanje dualizmov, kar je sicer prineslo določene rezultate, toda ta razmišljanja niso odprla uporabnejših izhodišča za raziskovanje mita v sodobnem svetu.

Glavni problem koncepta univerzalnih binarnih opozicij je predpostavljane obstoja nespremenljivih in nadčasovnih struktur, ki predpostavljajo statičnost obstoječih družbenih struktur. S tem se ni mogel strinjati velik krog intelektualcev, ki je to predpostavko zavrnil in svoje teorije postavil na novi predpostavki, da »v družbi ni v resnici nič »naravnega«, »univerzalnega« ali »večnega« (navednice v originalu op. a.), oziroma da je naš morebitni vtis, da so določena družbena razmerja takšna, zgolj rezultat tega, da je določenim družbenim skupinam svoje partikularne interpretacije resničnosti uspelo predstaviti (vsiliti) kot edino možne« (Stanković 2006, 62). Na podlagi te predpostavke je svoje razmišljanja izpeljeval Roland Barthes, eden glavnih predstavnikov francoske semiološke misli.

### 3.3 SEMIOLOGIJA

Tudi semiologija izhaja iz de Saussurovih načel, toda za razliko od Levi-Straussa ta načela uporablja precej bolj dinamično. Temelji na eni izmed de Saussurovih domnev, da je kultura kot celota samo neka temeljna vrsta jezikovnega sistema, saj kulturni artefakti nosijo različne pomene (tako kot na primer besede v jeziku), ki svoj pomen (prav tako kot besede) dobijo šele v nizu diferenc.

#### 3.3.1 ROLAND BARTHES

Barthes nenehno problematizira temeljno Levi-Straussovo domnevno o »naravnosti« ali »univerzalnosti« obstoječih kulturnih kodov in konvencij. Njegova temeljna predpostavka je, da jezik kot niz povsem arbitrarnih razmerij med označevalci in označenci ne more odražati nekih resničnih struktur v resničnem svetu – te strukture so samo jezikovni konstrukti, ki nam resničnost šele konstruirajo. Sicer se ti konstrukti vedno predstavljajo kot naravni, toda edina naravna stvar po Barthesovem mnenju je, da človek ne živi v svetu narave, ampak v svetu kulturnih kodov. Tako resničnost ni samo »lingvistično (kulturno) konstruirana, temveč za nas tudi vedno razumljiva šele prek kulturno-specifičnih sistemov pomenov (Strinati v Stanković 2006, 64).

V smislu konstruiranja kulturne resničnosti obravnava tudi mitologijo, ki na abstraktni ravni naturalizira zgodovinske kategorije in tako odraža razmerja moči v družbi.

Za Barthesa je mit »vrsta govora« (Barthes 1984, 109); »oblika, način označevanja« (Barthes 1984, 109). Ker je torej mit vrsta govora, lahko predpostavimo, da je »vse lahko mit, če je le izraženo v obliki diskurza« (Barthes 1984, 109). Toda bolj kot z dobesednim pomenom je mit definiran z namenom, »čeprav je ta namen nekako zamrznjen, očiščen, več in odsoten zaradi tega dobesednega pomena« (Barthes 1984, 109). In prav na tej točki se Barthes bistveno loči od ostalih avtorjev, ki so se ukvarjali z mitom, saj je prvi moderni avtor, ki eksplicitno v ospredje postavi vlogo mita v širšem, politično motiviranem kontekstu. V tem kontekstu postane razumljivo, zakaj je prav vsak tekst lahko mit – ker prav vsak tekst lahko, če ne drugače pa vsaj latentno, opravlja funkcijo razlagalca kulturno in zgodovinsko pogojene stvarnosti.

»Mit je semiološki sistem drugega reda (oziroma ravni), saj je sestavljen iz semiološke verige, ki je obstajala že pred njim« (Barthes 1984, 114). Prvo raven predstavlja denotacija, ki je »opisna oziroma dobessedna raven pomena, o katerem se strinjajo tako rekoč vsi pripadniki neke kulture« (Stanković 2006, 70). Na tej ravni se na primer beseda »jeans« (označevalec) nanaša na posebno vrsto blaga (označenec), iz katerega izdelujejo različne vrste oblačil. Druga raven semiološkega sistema (torej raven, na kateri nastaja mitologija) je raven interpretacije, imenovana konotacija, ki predstavlja »področje, kjer se označevalec nanaša na širšo raven pomenov v določeni kulturi, na vrednote, verovanja, stališča, ideologije in podobno« (Stanković 2006, 70). Na tej ravni »jeans« ne označuje več vrsto blaga, ampak postane označevalec za koncept (označenec), kot sta na primer sproščenost ali delavstvo.

V nasprotju z de Saussurom, ki pravi, da je »znak arbitraren, v smislu da je nemotiviran« (Stanković 2006, 70), Barthes trdi, da je znak nemotiviran le na ravni denotacije, na konotativni ravni presežnega pomena pa »motivacija ni »naravna«, je pa vseeno motivirana, saj različni pomeni, ki nastajajo na abstraktnejši, konotativni ravni, niso poljubni, temveč praviloma odražajo razmerja gospostva v določenem zgodovinskem trenutku« (Stanković 2006, 70). Te različne neenakosti so naturalizirane v nekaj naravnega in samoumevnega; namreč »Temeljni princip, na katerem temelji mit, je sprememba zgodovinskih kategorij v naravne /.../ Vzroki za oblikovanje mitskega govora so popolnoma jasni, toda v trenutku ko je mit izgovorjen, zamrzne v nekaj naravnega, vzrok pa ni dojet kot motiv, ampak razlog« (Barthes 1984, 128), zato mit dojemamo kot »nedolžen govor: ne zato, ker so njegovi nameni skriti – če bi bili skriti, ne bi bili učinkoviti – ampak zato, ker so naturalizirani« (Barthes 1984, 128). Te konotacije torej ne skrivajo obstoječih razmerij moči, ampak jih poudarjajo, saj »mit ničesar ne skriva, njegova funkcija je popačenje in ne skrivanje« (Barthes 1984, 121). Mit je torej v svojem jedru vedno političen, le predstavlja se kot depolitiziran govor. »Mit ne zanika stvari, nasprotno, njegova funkcija je govorjenje o teh stvareh; preprosto jih očisti, jih naredi nedolžne, jim da naravno in večno opravičilo, jim da jasnost, ampak ne v obliki razlage, temveč v obliki trditve ali dejstva« (Barthes 1984, 143).

Naturalizacija nečesa, kar ni naravno, pomeni (npr. vse na tem svetu je zasebna lastnina), da smo že z našo povsem vsakdanjo rabo jezika vpeti v reprodukcijo obstoječih neenakosti v družbi, in to povsem neodvisno od tega, ali si to morda želimo ali ne.

Glavni doprinos Barthesa k razvoju kulturnih študij je konkreten teoretičen prikaz, kako mit kulturo spremeni v naturo; in tako pokaže, da sta jezik in kultura inherentno vpeta v reprodukcijo družbenega gospostva.

### 3.4 REPREZENTACIJA

Za človeka kot socialno simbolno bitje sama po sebi obstoječa objektivna resnica ne obstaja, vse obstaja samo znotraj jezika, ki prek različnih mehanizmov šele konstruira realnost. To pomeni, da je človeška realnost družbeno konstruirana in dosegljiva šele prek različnih interpretacij stvarnosti. Barthesov model politično motiviranih mitologij odlično dopolnjuje tudi model reprezentacije Stuarta Halla. Ker je v tem diplomskem delu reprezentacija eden izmed pomembnejših terminov, ga bom v nadaljevanju predstavil nekoliko podrobneje.

Reprezentacijo Slovar slovenskega knjižnega jezika definira kot:

- »imeti pravico, smeti opravljati kaj namesto koga ali v imenu koga; predstavljati, zastopati«, kar poenostavljeno pomeni, da reprezentacija lahko govori za oziroma v imenu nekoga (ga zastopa);
- »posredovati v najvišji meri lastnosti, značilnosti koga, česa«, kar pomeni, da reprezentacija govori o nekom (ga prikazuje, opisuje, ...).

Po Hallovem mnenju se proces reprezentacije dogaja z »uporabo jezika, znakov in podob, ki predstavljajo določene stvari« (Hall 1997, 35). Sam sistem reprezentacije sestoji iz dveh med seboj povezanih delov.

Prvi del sistema omogoča ustvarjanje pomena. V njem »predmeti, ljudje in dogodki korelirajo z vrsto konceptov oziroma duševnih reprezentacij, ki jih imamo v glavi« (Hall 1997, 37). Te koncepte najpogosteje na podlagi nasprotij, lahko pa tudi na podlagi zaporednosti, vzročnosti ali podobnosti organiziramo v različne klasifikacijske sisteme. Ta urejenost v klasifikacijske sisteme posledično omogoča mešanje in prilagajanje odnosov med koncepti, s čimer ustvarjamo zapletene predstave ali misli. Na ta način ustvarjamo konceptualne zemljevide, ki delujejo kot mentalne reprezentacije konceptov in korelirajo s predmeti, ljudmi in dogodki. Konceptualni zemljevidi se pri ljudeh med seboj zelo razlikujejo, kar pomeni, da vsak človek svet interpretira na nekoliko drugačen način (še večje razlike obstajajo med konceptualnimi zemljevidi ljudi različnih kultur). Komunikacija med ljudmi je torej mogoča, če si delijo podobne konceptualne zemljevide in tako svet interpretiramo na podoben način.

Drugi del sistema predstavlja jezik, ki »sestavlja urejen sistem znakov in sodeluje v splošnem procesu konstruiranja pomenov« (Hall 1997, 39). Jezik povezuje naše konceptualne zemljevide s sistemom znakov. Produkcija pomena v jeziku nastaja v povezavi med stvarmi v svetu, koncepti in znaki. Proces, ki povezuje te tri elemente, imenujemo reprezentacija, ki ustvarja pomene. Pomen ne leži ne v besedi in ne v predmetu, ampak ga ustvarjamo ljudje, ki ga sčasoma tako ponotranjimo, da se nam zdi naraven in neizbežen (in prav na tej točki lahko vključimo Barthesovo teorijo mitološke funkcije, ki naturalizira zgodovinsko pogojen pomen). Toda pomen se sčasoma spreminja, saj se spreminjajo lingvistične in družbene norme, ki ga oblikujejo.

Iz vsega naštetega lahko predvidevamo, da ima reprezentacija lahko močne ideološke posledice (tako kot Barthesova mitološka funkcija), saj s samim predstavljanjem (govorjenjem o določeni stvari) nekoga ali nečesa lahko ustvarjamo določene podobe, ki so parcialno motivirane, kar pa ima konkretne družbene posledice. To je še posebej problematično za množične medije (med katere štejem tudi stripe) zaradi njihove razširjenosti in njihove osnovne funkcije ustvarjanja podob o nečem, česar bralec ni osebno izkusil.

### 3.5 PLATON: DRŽAVOTVORNA FUNKCIJA MITA

Eden izmed glavnih Barthesovih doprinosov k teoriji mita je razlaga, kako jezik in mit na političnem nivoju omogočata razširjanje, sicer družbeno in zgodovinsko pogojene stvarnosti in naturalizirata reprodukcijo obstoječih neenakosti v družbi. Poleg Barthesa obstaja še en avtor – Platon, ki je že mnogo pred njim mitu pripisoval ključno vlogo pri reprodukciji ideologije, ki bi ustrezala skupinam, ki imajo moč in vpliv razširjanja lastnega pogleda na svet. Platonov model je sicer verjetno nastal s pozitivnimi nameni ohranjanja stabilne državne strukture, toda danes bi ta njegov model lahko šteli za enega izmed prvih teoretskih poskusov, kako razširjati nekaj, kar bi danes poimenovali državna propaganda (kar postane očitneje, če nekatere njegove ključne elemente zamenjamo s sodobnejšimi, npr. zbor pevcev z modernimi množičnimi mediji); kar pa dandanes vzbuja vse prej kot pa pozitivne konotacije. Platon je mite dojemal precej bolj v »klasičnem« smislu zgodb, pregovorov in rekel, funkcija, ki so jo opravljali ti miti, pa je popolnoma v skladu s funkcijo, ki jo je mitom pripisoval Barthes.

Platon torej že v antiki razvije teoretičen načrt za uporabo mita kot orodja, ki bi branil, ohranjal in razširjal kulturo ter politiko (mestne) države. V *Zakonih* in *Državi* nakaže na možnost uporabe mitologije kot prikrite propagande in tako postane daljni prednik francoskega filozofa Jacquesa Ellula, ki pravi, če parafraziram, da cilj moderne propagande ni več oblikovanje oz. spreminjanje mnenj, temveč zbujanje mitičnega mišljenja in aktivnega delovanja.

Za Platona so miti »zgodbe, ki so jih pripovedovali nekdanji in vedno znova, vsak jih je poslušal in jih ohranil v spominu, pripovedovali so jih nekoč in jih še bodo« (Platon v Detienne 2008, 178), pri čemer je za razumevanje ključnega pomena glagol *mytologoeuein*, ki pomeni ponavljanje, »vse od Starih do nas« (Detienne 2008, 178).

Pravilnik, ki je urejal vlogo čuvarjev v *Državi*, se začne z miti, »ki so jih do jilje in babice pripovedovale otrokom. Bile so pravzaprav nekakšne prve izdelovalke pripovedi – *mythopoiōi*« (Detienne 2008, 179), katerih naloga je bila brzdanje otrok z »odličnim virom razuma, ki sicer tiči v njem, a je še nediscipliniran. In prav zato, ker se bodo te zvite živalce preobrazile v prebivalce Države, je treba kar najbolj paziti na vse, kar do jilje in stare ženske šepetajo dojenčkom na ušesa« (Platon v Detienne 2008, 179).

Mit v obliki pesmi dovilj, spominske tradicije, pregovorov in rekel odvrača prebivalce polis od grozodejstev, kot so umori, plenjenje grobov in kršenja najhujših zločinov. »Vsako pravilo, vsak običaj in vsaka uzakonjena praksa nastopa v obliki uvoda ali preambule, pogosto imenovane paramythion«(Platon v Detienne 2008, 197), ki v obliki zapeljive zgodbe ali uroka razbremeni in na preprost način razjasni zapisano zakonodajo ali pravna določila. »Prepričati, očarati, uročiti: to je edina politika mita v mestni državi filozofov. Tako se mitologija, ki jo zakonodajalci opevajo, nenehne govornice pa razširjajo po vsej Državi, vedno bolj istoveti s povsem političnim projektom« (Detienne 2008, 197).

Platon razvije teorijo o nujni laži – *pharmakon khresimon*, ki naj bi upravljavce in zatem še prebivalce polis prepričala, da »so bili v resnici rojeni pod zemljo, in sicer oni, njihovo orožje in drugo orodje; in potem ko jih je mati zemlja izoblikovala, jih je spustila na svet, in zdaj morajo za deželo, v kateri živijo, skrbeti kot za mater in doviljo in jo braniti pred napadalci ter gledati na druge državljane kot na brate, ki so prav tako rojeni iz zemlje« (Platon v Detienne 2008, 198). Povedano na kratko: nujna laž naj bi v obliki mita v ljudeh zbudila patriotizem in bo ljudi prepričala, da »bodo brez prisile, prostovoljno, izpolnjevali, kar je pravično« (Platon v Detienne 2008, 199).

V *Državi* Platon razvije »tehnični in obrtniški model mita, ki legalizira vzpostavite dispozitiva nadzora, in sicer skupaj z nujno potrebnim aparatom za oblikovanje državne mitologije« (Detienne 2008, 200). V njej skuša iznajti način, kako odvzeti moč »množici nevidnih mitograditeljev« (Detienne 2008, 201), ki z lastoročnim izdelovanjem pripovedi in čenč ogrožajo uradno mitologijo. Filozofom podeli vlogo izdelovalcev tipov, ki

*bodo v skladu z zakonom, in potem bodo državnim umetnikom, uradnim pesnikom podelili poslanstvo izdelovanja mitov, ki naj bi se vtisnili v dušo bodočih prebivalcev polis. Da pa bi se te zgleadne zgodbe vtisnile v duše vseh zares neizbrisno in trajno, jih morajo starci in starke ponavljati otrokom in z njimi polniti ušesa dojenčkom. Vsi od najvišjega do najnižjega, od filozofa do dovilje morajo te mitologeme, ki so nujni za zdravje polis, pripovedovati vedno znova* (Detienne 2008, 201-202).

Ti umetniki bodo potem manjše zgodbe izdelovali po istem vzorcu, »saj morajo vse zgodbe proizvesti enak učinek« (Platon v Detienne 2008, 202).



Platon ugotovlja, da je v danem trenutku težko prepričati odrasle ljudi, da bodo verjeli državni mitologiji, veliko lažje pa je prepričati otroke, torej bodoče državljane polis. V ta namen izoblikuje idejo o ustanovitvi treh zborov, »ki naj uročijo dušo državljanov, ko so še mlade in nežne« (Detienne 2008, 206).

*En in isti glas, in v en glas trije zbori, ustrezujoč trem starostnim obdobjem: tako bo dobra govorica globoko prežela vse ude družbenega telesa. Muzam posvečeni otroci bodo slovesno in za celotno polis javno prepevali ključna življenjska vodila. Drugi zbor, mlajši od trideset let, bo klical Apolona Pajana za pričo o resničnosti velikih načel in na mladeniče priklical njegovo milost in prepričljivost. Tretji zbor bodo sestavljali možje med tridesetim in šestdesetim letom. Na tem skupnem koncertu imajo stari najbolj skrito, a najbolj temeljno nalogo: starejši od šestdeset let, ki nimajo več moči, da bi zmogli peti, morajo pripovedovati zgodbo o velikih načelih in lepem obnašanju; postali bodo »mitologi« polis, pripovedovalci zgodb, (ki nastajajo) po božanskem glasu. (Platon v Detienne 2008, 207)*

Mitologija po Platonu zavzame celotno področje političnega in postane ključni element za preživetje polisa. »Nove polis ne bo, če ne bodo iznašli doslej neznane ne-zaslišane politike mitologije, takšne, ki bo manj zahtevna do notranje urejenosti polis /.../ in bolj do razmišljujoče skupnosti, skupne vednosti, nujno potrebne za delovanje države v *Zakonih*« (Detienne 2008, 210). Platonov tehnično-obrtniški model je sicer idealno-tipski in, vsaj v današnjem času, neprimeren za dobesedno realizacijo, toda vseeno odličen za jasnejši oris, zakaj in kako lahko mitologija oziroma mitološka funkcija operira na politični ravni s podpiranjem hegemonije družbenega gospodarstva.

### 3.6PSIHOLOŠKI VPOGLED V VLOGO JUNAKA

Junak je oseba, ki preseže lastne omejitve in strahove, ter s svojimi velikimi dejanji in pustolovščinami služi kot vzor vsem ostalim, in nas tako navdihuje za junaška dejanja na različnih področjih človeškega delovanja. Junaške osebe presežejo omejitve časa in prostora, saj utelešajo univerzalne vrednote.

Zgodbe o junakih so stare toliko kot človeštvo samo, saj se je s pomočjo literature in pripovedništva ideja o junaku ohranila do danes. V času masovnega proizvodnje medijev zabave, pa naj bo to film, glasba, šport ali strip, je junak postal centralni arhetip, okrog katerega se vrti celoten sistem masovne potrošnje, zato se mi zdi smiselno, da v svoje diplomsko delo vključim tudi nekatere teorije, ki s psihološkega stališča razlagajo pomen junakov v življenju slehernika in tako osvetlijo, zakaj so bili junaški miti tako razširjeni in zakaj je arhetip junaka še vedno vseprisoten v današnji družbi.

Junaki na zelo subtilen in globok način oblikujejo naše individualne in skupne identitete. »Junaki, ki jih izberemo, usmerjajo naš zdrav razum o tem, kaj je najbolj pomembno v življenju, katere bitke je potrebno biti, in kako jih biti« (Thomson in drugi 2005, 100). Nemški filozof Martin Heidegger v svojem delu *Being and Time* pravi, da

*na začetku junake izberemo nevede; izbrani junaki v temelju oblikujejo naš občutek jaza, povrh vsega pa jih izbiramo iz iste predizbrane množice kot vsi ostali. Ko preprosto izberemo junaka, ki ga je družba predizbrala za nas, delamo to, kar je Heidegger imenoval izbiranje »anonimnega slehernika«. Naj bo izbrani junak Michael Jordan, Albert Einstein ali Marilyn Monroe, tako konformistično (ali neavtentično) heroiziranje pomaga ohranjati status quo občutka, kaj je pomembno v življenju (Heidegger v Thomson in drugi 2005, 115).*

Začetnik obravnavanja junakov s psihološkega vidika je bil Sigmund Freud, ki je bil ganjen zaradi izkušenj in patologij, ki jih je opazil pri svojih pacientih. Freud je bil prepričan, da »mati zelo privlači sina, zato je ta zaradi tekmovanja za pozornost matere sposoben močno sovražiti očeta« (Thury and Devinney 2005, 130). Ta pojav je poimenoval Ojdipov kompleks, saj je navdih zanj dobil med prebiranjem Kralja Ojdipa, tragične zgodbe o junaku, ki se je ohranila v

kulturni zavesti zahodne kulture vse od antike do danes. Tradicijo preučevanja junakov v povezavi s človeško psiho je nadaljeval Freudov učenec Otto Rank, ki ga je presenetila ogromna količina identičnih mitov o različnih junakih, zato je za ta pojav skušal najti razlago, ki bi vzela v obzir univerzalnost teh zgodb.

### 3.6.1 OTTO RANK: DRUŽINSKA ROMANCA

Otto Rank je bil v prvi polovici 20. st. ključen oseba v raziskovanju povezav med junakom, mitologijo in človekom. V svojih raziskavah je naletel na vrsto zgodb, ki so si bile med seboj povsem podobne. Zgodbe o rojstvu in življenju Mojzesa, Karne, Ojdipa, Parisa, Gilgameša, Tristana, Romula, Herkula, Jezusa in drugih so se, čeprav so izhajale iz različnih geografskih in časovnih lokacij, odvijale po univerzalnem vzorcu, ki ga Rank poimenuje standardna saga:

*Junak je otrok uglednih staršev, navadno sin kralja. Njegovo spočetje ali rojstvo spremljajo težave, kot sta vzdržnost ali neplodnost. Med ali pred nosečnostjo se v obliki sanj ali oraklja pojavi prerokba, ki svari pred njegovim rojstvom in očeta pred nevarnostjo. Po rojstvu je otrok položen v košaro, košara pa je položena v vodo. Otroka rešijo živali ali ljudje nizkega statusa (pastirji), dojijo ga živali ženskega spola ali skromne ženske. Ko odraste, na zelo različne načine poišče svoje ugledne starše in se maščuje svojemu očetu, ki ga prepozna in prizna, zato končno doseže čast in spoštovanje.*  
(Rank 1914, 66)

Zaradi univerzalnosti in razširjenosti teh zgodb je Rank začel predpostavljati »obstoj osnovnih idej, tako da je enotnost mitov nujna posledica enotne ureditve človeškega uma in načina manifestacije, ki je z določenimi omejitvami, vedno in povsod identična« (Rank 1914, 5). Tako je mit junaka uporabil za razlago izkušenj, ki jih v podzavesti doživljajo vsi ljudje in s tem pojasnil razširjenost enakih mitov širom zemeljske oble.

Rank se je strinjal s Freudom, da »vrsta kompleksne jeze leži pod površjem dinamike v družini /.../ ta kompleks občutkov pa motivira nastanek mitov o rojstvu« (Thury and Devinney 2005, 130). To dinamiko je poimenoval družinska romanca, v kateri »otrok najprej idealizira svoje starše, toda kasneje vedno sledi razočaranje. Opazi, da starši niso popolni in začne verjeti, da nimajo tako visokega socialnega statusa, kot bi si ga otrok želel, zato jih v svoji domišljiji zamenja z osebami višjega statusa, saj se želi vrniti v izginuli srečni čas svojega otroštva« (Thury and Devinney 2005, 130). Prav junaški miti predstavljajo dramatizacijo družinske romance. Verjel je, da otroci ustvarjajo junake zato, da nevtralizirajo občutek nemoči v družini. Otrok zameri staršem njihovo moč, zato je junakov smoter premagati starše. Toda v mitu je »sinov upor proti očetu postavljen na glavo, tako da je oče sovražen očetu in ne obratno« (Thury and

Devinney 2005, 131). Čeprav otroci ne ustvarjajo velikih mitov, kot odrasli prispevajo k izročilu s tem, da preoblikujejo zgodbe, ki odsevajo njihove izkušnje in občutke. Tako »skupinski miti postanejo ilustracije psiholoških situacij in utelešenje človeških strahov in bojazni« (Thury and Devinney 2005, 132). Rank je verjel, da so miti »sanje, ki jih sanja skupina ljudi« (Rank 1914, 10) in jih »ustvarjamo zato, ker je v zgodbah junakov podzavestno predstavljamo naša otroška prizadevanja in se idealiziramo prek koncepta junaka oziroma ega« (Thury and Devinney 2005, 132).

### 3.6.2 JOSEPH CAMPBELL: OBREDI PREHODA

Tudi Joseph Campbell v svojih delih preučje vrsto junaških mitov in ugotovlja, da večina, čeprav so nastali v različnih časovnih obdobjih in v različnih delih sveta, sledi enakemu univerzalnemu vzorcu. Toda njegove raziskave se ne osredotočajo na rojstvo junaka, ampak na junaška dejanja v kasnejšem življenju, zato so ugotovitve Campbella in Ranka vsaj v nekaterih pogledih lahko komplementarne. Zgodba oziroma mit o junaku, ki se odpravlja na junaško potovanje, je tako standardno uniformirana, da jo poimenuje kar monomit (kasneje dobi ta monomit pridevnik klasični). V knjigi *Junak tisočerih obrazov* ugotavlja:

*Običajna pot junakove mitološke dogodivščine je povečava obrazca, predstavljenega v obredih prehoda: ločitev – iniciacija – vrnitev, kar bi lahko imenovali osnovna enota monomita. Junak se odpravi iz vsakdanjega sveta na področje nadnaravnih čudes, kjer srečuje pravljичne sile in izbojuje odločilno zmago, nato pa se s te skrivnostne dogodivščine vrne obdarjen z močjo, da pomaga soljudem.» (Campbell 2007, 48)*

Junaško potovanje se torej v osnovi deli na tri, v naprej določene dele.

Prvi del se imenuje odhod in vsebuje drastično spremembo poudarka z zunanjega na notranji svet. Junak se mora »umakniti s sveta v polje nezavednega, kjer bo našel rešitve svojih nasprotovanj in strahov« (Thury and Devinney 2005, 137). Ta del vsebuje pet podstopenj.

Drugi del se imenuje iniciacija. V tem delu junak prestopi prag in pokaže svoje odlike, skuša ga zlo in se nauči skrivnosti bogov. Ta faza vsebuje šest podstopenj.

Tretji del junakovega popotovanja se imenuje vrnitev, v katerem se junak reintegrira v družbo. Po preizkušnji se junak vrne »preobražen in skuša tudi ostale naučiti, kar se je sam naučil na svojem popotovanju, in tako narediti razliko v tuzemskem svetu« (Thury and Devinney 2005, 137). Tretji del vsebuje šest podstopenj.

Vse junaške zgodbe se odvijajo po enakem vzorcu, toda ni potrebno, da vsebujejo čisto vse elemente, ki jih našteva Campbell, prav tako ni nujno, da se ti elementi odvijajo po točno takem zaporedju. Mnoge zgodbe se osredotočajo samo na eno ali dve prvini ali pa se posamezna prvina ponavlja v različnih preoblekah.

Campbell pravi, da je »funkcija obreda in mita omogočiti in nato olajšati skok – z analogijo« (Campbell 2007, 292), torej so miti neločljivo povezani z obredi prehoda, ki »zaznamujejo psihične, duševne in duhovne spremembe, ki jih mladi moški in ženske izkusijo pri odraščanju v različne družbene vloge« (Thury and Devinney 2005, 137). Pravi, da je »prvotna naloga mitologije in obreda priskrbeti simbole, ki ženejo človekovega duha naprej in delujejo ravno nasprotno od njegovih stalnih fantazij, ki ga vežejo na preteklost« (Campbell 2007, 29). Pomanjkanje mitologije in obredne simbolike v današnjem času, povzroča, da se mladi ljudje psihološko ne znajo ločiti od svoje matere, to pa povzroča vrsto nevroz. Zgodbe o junaških dejanjih, niso nastale samo zato, da bi jih imitirale izredne osebe s posebnimi talenti, ampak »predstavljajo duhovno pot, ki jo mora prehoditi vsak človek« (Thury and Devinney 2005, 134). »Prvo junakovo dejanje je, da se umakne s svetovnega prizorišča svetovnih učinkov na tista vzročna območja psihe, kjer težave zares bivajo, jih tam razjasni, izkorenini (to je, napade otroške demone krajevne kulture) ter prodre do neizrekljivega, neposrednega doživetja in vsrkanja »arhetipskih podob«, kot jih je imenoval C. G. Jung« (Campbell 2007, 35). Povedano drugače, namen uspešne junakove dogodivščine je »odkleniti in sprostiti tok življenja v telo sveta« (Campbell 2007, 58).

Rankove ugotovitve o otrokovi potrebi po idealiziranju oseb, ki niso njihovi starši, se v superjunaških stripih bolj ali manj zrcalijo samo latentno – namreč cela vrsta stripovskih junakov (Superman, Batman Spider-Man in drugi) nima staršev in so prepuščeni sami sebi, kar omogoča večje poistovetenje bralcev s stripovskimi junaki, ki so bili primarno namenjeni predvsem otroški in najstniški publiki. Campbellove ugotovitve o obredih prehoda so precej bolj integrirane v samo akcijsko dinamiko stripovskih zgodb, saj vsaka vsaj na simbolni ravni vsebuje zaplet (po navadi v obliki boja med dobrim in zlom – torej med junakom in podležem), ki zrcali pot ločitve – iniciacije – ločitve.

### 3.6.3 C. G. JUNG: MITI IN SANJE

V okviru psiholoških teorij bom predstavil še eno teorijo, ki sicer v svoje jedro ne postavlja vloge junakov, čeprav je arhetip junaka eden izmed integralnih delov te teorije, ampak s psihološkega stališča pojasnjuje pomen in univerzalnost mitov na splošno.

V svoji teoriji C. G. Jung integrira sanje, mit in nezavedno v celoto, ki jo najbolje opišemo z besedami Josepha Campbella, ki pravi, da so »sanje poosebljen mit, mit razosebljene sanje; tako miti kot sanje so simbolni« (Campbell 2007, 36), ter da se »vzorci in logika pravljice in mita ujemajo z vzorci in logiko sanj« (Campbell 2007, 287). Vendar miti »niso samodejni plodovi sanj. Nasprotno, njihovi vzorci so zavestno nadzirani in njihova dogovorjena naloga je, da služijo kot vpliven slikoven jezik na prenašanje tradicionalne modrosti« (Campbell 2007, 288).

Jungovo delo temelji na Freudovem konceptu nezavednega, iz katerega izhajajo nevrotična vedenja njegovih pacientov. Nevrotično vedenje namreč izhaja iz »čustev, ki so jih pacienti doživeli v otroštvu« (Thury and Devinney 2005, 484), ta čustva pa so »preživela v delu možganov, ki hrani spomine, ideje, občutke, strahove in želje, ki so potlačene oziroma ohranjene brez zavestnega védenja« (Thury and Devinney 2005, 484).

Za razliko od Freuda je Jung verjel, da »nezavedno ne vsebuje samo občutkov posameznika, ampak tudi rezultate skupnih izkušenj celotnega človeštva« (Thury and Devinney 2005, 484), kar je poimenoval kolektivno nezavedno. Verjel je, da ima človek poleg nekaterih vrojenih sposobnosti, kot so pokončna hoja, sposobnost logičnega razmišljanja in izražanja preko jezika, tudi »zmožnost oblikovanja arhetipskih podob, ki jih izraža v sanjah in mitih« (Thury and Devinney 2005, 485).

Jungovo zanimanje za mitologijo je izhajalo iz prepričanja, do »miti in sanje, ki predstavljajo primarno pot do nezavednega, izhajajo iz procesov, ki se konstantno dogajajo v podzavesti vsakega človeka« (Thury and Devinney 2005, 487) in nam omogočajo, da »razumemo in se povežemo s psiho, ki bi drugače ostala nedostopna« (Thury and Devinney 2005, 487). Nezavedno pa je »temelj naše osebnosti, ki sestoji iz različnih ločenih perspektiv ali arhetipov, ki se, odvisno od določenih okoliščin, pojavljajo bolj ali manj prisilno« (Thury and Devinney 2005, 487). Osebe in dogodki v sanjah morajo miti razumljeni simbolno, kot »manifestacija



nezavednih vidikov človeške osebnosti. Ljudje, ki se odzivajo na te dogodke, črpajo iz vidikov, ki jim omogočajo, da reagirajo na način, ki odraža njihove posamične vrednote« (Thury and Devinney 2005, 488).

Arhetip definira kot »prvobitne podobe« (Jung v Thury and Devinney 2005, 487) ali »arhaične ostanke« (Jung v Thury and Devinney 2005, 487), ki »težijo k oblikovanju mitoloških vzorcev in motivov« (Thury and Devinney 2005, 487), in se izoblikujejo v »tipičnih podobah psihične aktivnosti, ki so skupne vsem kulturam v zgodovini« (Thury and Devinney 2005, 488). Ker si vse kulture delijo iste arhetipe, nam omogočajo razumeti človeško osebnost in se povezati s širšim področjem transcendence. Najbolj primaren arhetip je jaz, ki je »najpopolnejši podaljšek posameznika, saj obsega tako osebno kot transcendentno in preskrbuje vrednote vsem vidikom človeške narave« (Thury and Devinney 2005, 488).

Miti so dramatične reprezentacije človeških dilem, ki »mitske pojave razlagajo v okviru dihotomij oziroma bojev med različnimi arhetipi« (Thury and Devinney 2005, 488), arhetipe pa »predstavlja široka množica mitskih figur« (Thury and Devinney 2005, 488), kot so junak, modri starec, velika mati, pomembna žival in drugi. S temi figurami, njihovimi problemi in uspehi se med branjem pravljice ali mita poistovetimo in nam tako pomagajo, da se uspešno soočamo s težavami, ki jih prinaša življenje. Ljudje smo rojeni s sposobnostjo kombiniranja arhetipov v skupen jezik, ki ga imenujemo kolektivno nezavedno in preko katerega sodelujemo v univerzalni, trajni skupnosti, ki je nujno potrebna za izpopolnjeno psihično življenje posameznika.

## 4 STRIP KOT MIT

V drugem delu diplomske naloge sem se primarno osredotočal na mit (kaj mit sploh je, kakšna je njegova uporabnost), v tretjem delu pa bo center mojega raziskovanja superjunaški strip. V tem delu bi rad natančneje predstavil nekatere teme, ki so nerazdružljivo povezane s stripom že od njegovega nastanka.

V prvem poglavju bom, na recimo temu (v pomanjkanju boljšega izraza) tehničen način, predstavil, kako nastaja stripovska mitologija in kako kontinuiteta vpliva na dožemanje časa ter kakšne so posledice tega.

V poglavju o ameriškem monomitu bom predstavil ameriško tradicijo, ki se vrti okrog centralnega junaka, ki opravlja vlogo odrešitelja skupnosti in tako na sekulariziran način izpolnjuje vlogo, ki je bila pred tem namenjena bogu. Predstavil bom tudi obdobje razvoja superjunaškega mita, ki se je dokončno izkristaliziral v obdobju nastanka superjunaškega stripa, ki zaključuje razvoj t.i. ameriškega monomita.

V tretjem poglavju pa bom s tekstualno analizo preučil stripe Supermana in Batmana, ki so nastali v t.i. zlati dobi (1938 – 1949) in preko analize reprezentacije zločina, kriminalcev in pravice poiskal ključne podmene, s katerimi so superjunaški stripi podpirali dominantne vrednote in vzdrževali status quo v družbi.

#### 4.1 SERIALIZACIJA IN STRIPOVSKA KONTINUITETA

Stripi že od vsega začetka izhajajo v obliki periodično izhajajočih zgodb, ki tvorijo stripovsko kontinuiteto. V tem poglavju bom predstavil vpliv kontinuitete na mitologijo in kakšne so inherentne posledice serializacije.

Kontinuiteta določenega stripa obsega »dogovorjen skupek tekstov, ki obstaja neodvisno od točno določenega teksta« (Reynolds 1992, 48), kar v praksi pomeni, da na primer Supemanovo (stripovsko) kontinuiteto obsegajo vsi stripi, v katerih se pojavi Superman in so izšli do današnjega časa. Ta stripovska intertekstualnost v končni fazi tvori dva univerzuma - Marvelovega in DC-jevega (po dveh največjih založnikih stripov), če na stvar gledamo nekoliko širše, pa samo en superjunaški univerzum. Obstajajo tri vrste intertekstualnosti, ki se pojavljajo v superjunaškem stripu:

- periodična kontinuiteta: predstavlja »vse objavljene tekste, z vso nedvoumno in naznačeno vsebino, ki mora z nadaljnjim razvojem zgodbe ostati skladna s prej objavljeno vsebino« (Reynolds 1992, 38). To je osnovna kontinuiteta, ki je znana tudi iz drugih žanrov, kot so na primer televizijske serije;
- hierarhična kontinuiteta: predstavlja hierarhijo moči superjunakov, kar pomeni, da če v določenem stripu »junak A premaga podleža B, ta podlež B pa v nekem drugem stripu premaga junaka C, potem je junak A sposoben premagati junaka C v neposrednem dvoboju« (Reynolds 1992, 40);
- strukturalna kontinuiteta: »periodična kontinuiteta, ki je diahrona (se s časom razvija), in hierarhična kontinuiteta, ki je sinhrona (stanje stvari v določenem trenutku), skupaj tvorita strukturalno kontinuiteto, kar pomeni, vso vsebino DC-jevega ali Marvelovega univerzuma. Strukturalna kontinuiteta vsebuje več kot samo vsoto vseh zgodb in kanoničnih interakcij med superjunaki, podleži in podpornimi osebami - vključuje tudi tiste elemente iz resničnega sveta, ki eksplicitno ne obstajajo znotraj fiktivnega sveta superjunakov, ampak po logiki resničnega sveta morajo obstajati (na primer obstoj Supermanovega dedka op.a.), ter dejanja, ki ne obstajajo v nobenem določenem tekstu, ampak so samo nakazana znotraj kontinuitete« (Reynolds 1992, 41). Vzemimo za primer Batmana. Batman kot superjunak brez superjunaških moči (kot so na primer sposobnost

letenja, nadčloveška moč in hitrost ipd.) za premagovanje svojih nasprotnikov uporablja samo lasten intelekt in pesti (ne uporablja orožja), kar v praksi pomeni, da nasprotnike premaguje z uporabo fizičnega nasilja. V stripih zlate dobe je uporaba nasilja skoraj vedno nakazana samo simbolno (en Batmanov udarec premaga vsakega človeškega nasprotnika), ostalo pa se zgodi med vrsticami – v stripovskem žargonu *between the gutters* ali po naše med stripovskimi okviri. Toda ko leta 1986 izide Millerjev grafični roman *Batman: The dark knight returns* postane jasno, da je bila uporaba (sadističnega?) nasilja vedno del Batmanove strategije, le skrita je bila očem. S tem delom Miller napravi revizijo Batmana (in stripovskega žanra nasploh) in tako spremeni strukturalno kontinuiteto Batmana, ki postane veliko bolj temačna, vendar verjetno tudi veliko bolj realna.

Superjunaške zgodbe v obliki stripa izhajajo že približno sedemdeset let in to jih uvršča med periodične zgodbe z najdaljšo tradicijo (na primer periodična kontinuiteta Supermana vsebuje že okoli 700 števil, k temu lahko dodamo še precejšnjo količino zgodb, ki so izšle izven osrednje linije). V tem času se je večkrat spremenil duh časa, kar pomeni, da so se temu duhu morale prilagoditi tudi zgodbe. Zato sta periodična in hierarhična kontinuiteta postali tako zapleteni, da so ju založniki morali večkrat počistiti oziroma začeti od začetka, če so hoteli ohraniti skladnost med fakti iz zgodb. Ker je zavedanje vseh faktov, ki so nastali skozi celotno obdobje nastajanja določenega stripa, v danem trenutku za povprečnega posameznika nemogoče, je potrebna določena mera abstrahiranja, ki omogoča razumevanje junaka znotraj njegovega univerzuma. Zato je prav kontinuiteta, predvsem pa strukturalna kontinuiteta, »bistven ključ, po katerem se mitologija superjunaških stripov oblikuje v glavah bralcev« (Reynolds 1992, 43). Strukturalna kontinuiteta namreč »zagotavlja interakcijo s publiko, le-ta pa ustvarja mitološki diskurz« (Reynolds 1992, 45), saj nujno potrebna abstrakcija oklesti celoto do te mere, da ostane samo še bistvo, ki prevzame mitološko funkcijo. Mitologija, ki nastane na ravni strukturalne kontinuitete je v tem diplomskem delu poimenovana (superjunaški) mitos.

Levi-Strauss pravi, da so miti, tako kot glasba, »stroji za zatiranje časa« (Levi-Strauss v Reynolds 1992, 45). »Intertekstualna in metatekstualna kontinuiteta ustvarjata pomožen svet, v katerem se lahko nadzira proces časa. Ta proces sicer zgodovine sicer ne izbriše, vseeno pa popolnoma loči življenja superjunakov od njihovega zgodovinskega konteksta« (Reynolds 1992,

45). Natančneje si oglejmo, kako čas razpade v periodičnih stripovskih zgodbah in kakšne so posledice tega razpada.

Umberto Eco v svojem eseju *The myth of Superman* pravi, da se stripovske zgodbe (čeprav on konkretno govori samo o Supermanu, ampak to lahko posplošimo na vse serializirane stripovske zgodbe) s pomočjo tehnike, ki je enaka Reynoldsovi strukturalni kontinuiteti, razvijajo nekakšno sanjsko atmosfero, ki se je bralci pravzaprav ne zavedajo, in v kateri »se zdi skrajno nejasno, kaj se je zgodilo prej in kaj se je zgodilo potem« (Eco 1972, 17). Zaradi sanjske atmosfere se »v Supermanu poruši koncept časa. Sama struktura časa razpade, a ne v časovni sferi, o kateri pripoveduje (poudarek v originalu), ampak v času, v katerem pripoveduje (poudarek v originalu). Čas, ki razpade v Supermanovih zgodbah, je čas v zgodbi (poudarek v originalu), se pravi dožemanje časa, ki povezuje eno epizodo z drugo« (Eco 1972, 17). V določeni zgodbi namreč Superman opravi določeno nalogo in na tem mestu se zgodba konča. V zgodbi, ki bo izšla naslednjič bo spet opravil določeno nalogo. Toda če bi se ta druga zgodba začela na točki, na kateri se je prva končala, potem bi bil na ta način Superman z vsako nadaljnjo zgodbo korak bližje smrti – »delovati, za Supermana in ostale karakterje (kakor tudi za nas), pomeni konzumirati samega sebe« (Eco 1972, 16). To zaradi tržnih zakonitosti kapitalizma ni mogoče, saj je bil (in še vedno je) Superman molzna krava DC-ja, zato ga je obvezno treba držati pri življenju v nespremenjeni obliki (Superman neprekinjeno izhaja že od leta 1938, vedno mladosten in na višku svojih moči).

Eco pravi, da

*Superman lahko deluje kot mit samo, če bralec izgubi nadzor nad časovnimi povezavami in se odreče potrebi po sklepanju na časovni osnovi; tako se bralec vda nenadzorovanemu toku dostopnih zgodb, istočasno pa vztraja na konceptu trajne sedanjosti /.../ Ko se bralec privadi ideji o dogajanju v večni sedanjosti, pozabi, da bi se zgodbe morale dogajati po zakonitostih časa in tako pozabi na probleme, ki so v njegovem bistvu: obstoj svobode, možnost načrtovanja, potreba po izpolnjevanju načrtov, skrbi in odgovornost, ki jih povzročajo ti načrti in nenazadnje obstoj celotnega človeštva, katerega razvoj temelji na izdelovanju načrtov. (Eco 1972, 19)*

In prav odsotnost dimenzije načrtovanja, tako v oglaševanju, propagandi in na področju medčloveških odnosov, je bistvena za vzpostavljanje pokroviteljske pedagogike, katere namen je

»uničenje časa« (Eco 1972, 19) in »zastaranje ideje o planiranju in osebni odgovornosti« (Eco 1972, 19). Ta pedagogika »zahteva skrito prepričevanje, da oseba ni odgovorna za svojo preteklost in ne gospodar svoje prihodnosti /.../ Vse to bi vsebovalo trpljenje in muko, če družba ne bi bila sposobna hetero usmerjenemu človeku ponuditi rezultatov že zaključenih načrtov. Tako so se odzivali na človeške želje, ki so jih sami sprožili v človeku, zato da bi človek spoznal, da je to, kar mu je ponujeno, točno to, kar bi sam načrtoval.« (Eco 1972, 19)

## 4.2 AMERIŠKI MONOMIT

Ena izmed glavnih značilnosti in najbolj prepoznavnih karakteristik ameriškega stripa je uniformiran (super)junak, ki se bori za pravice malih ljudi. Toda ideja o junaškemu zaščitniku, ki se je konec 30-ih let v obliki stripov pojavila na časopisnih stojnicah, ni bila nobena novost, ampak je bila reciklaža junaškega arhetipa, ki je bil v ameriškem kulturnem prostoru prisoten že precej dlje. Podrobneje bom predstavil, od kje ta tradicija izhaja, kakšne so njene značilnosti in kakšne so njene posledice.

Klasični mit kot ga poimenuje Joseph Campbell, v katerem junak odide iz znanega sveta v neznan svet, prestane najrazličnejše preizkušnje in osvoji znanja, s katerimi ob vrnitvi pomaga soljudem, temelji na obredih prehoda, v katerih ljudje iz ene psiholiške stopnje prestopijo v drugo. Toda ta tema je v ameriških zgodbah latentna, zavita v akcijsko dinamiko junaške zgodbe (tudi v ameriških zgodbah osnovni pripovedni lok zgodbe še vedno vsebuje junaka, ki se poda v boj z zlobnimi silami in jih v končnem spopadu triumfalno premaga). Precej bolj očitna in razdelana je v starih indo-evropskih mitih, kot so zgodbe o Prometeju, Odiseju, Janku in Metki in podobno.

V večini ameriških zgodb, od naseliteve severne Amerike pa do danes, klasični mit ni tako očiten, zato je med nekaterimi znastveniki, ki so se ukvarjali s tem vprašanjem, začelo prevladovati mnenje, da je ameriška družba postala postmitična. Nekateri psihoanalitiki, kot je na primer Rollo May, so celo zagovarjali tezo, da je prav »pomanjkanje mitičnega sistema krivo za nekatere kulturne nadloge« (Lawrence and Jewett 2002, 6), ki so pestile takratno ameriško družbo.

Toda analiza ameriških zgodb nam pokaže, da te zgodbe prav tako ustvarjajo ustaljene vzorce, ki bi jih v klasičnem smilu besede poimenovali mit. V knjigi *The myth of the American Superhero* jih analizirata J. S. Lawrence in R. Jowett in ugotovita, da te zgodbe, pa naj bodo to zgodbe iz 18. in 19. st. o kavbojih, obmejnih vigilantih<sup>2</sup> (kot sta na primer Buffalo Bill ali The Virginian) ter odločnih skrbnicah (na primer Heidi) ali pa moderne stripovske in filmske zgodbe, tvorijo

---

<sup>2</sup> Vigilante v angleškem jeziku predstavlja človeka, ki se ima za odgovornega za zagotavljanje spoštovanja zakonov v svoji okolici. Angleškega izraza vigilante ne bom prevajal, ker v slovenščini ni ustreznega izraza, ki bi zaobjel vse pomene angleškega izraza. Nekateri ga v slovenščino sicer prevajajo kot maščevalec ali odpadnik, toda ta prevod ni ustrezen.

vzorec, ki je tako tipično ameriško uniformiran, da ga avtorja poimenujeta kar ameriški monomit. Sicer obstaja vrsta manjših odstopanj, toda iz vseh zgodb vseeno lahko izluščimo arhetipično formulaično zasnovo:

*Skupnost v složnem raju začne ogrožati zlo; pristojne inštitucije se niso zmožne kosati s to grožnjo; pojavi se nesebičen superjunak, ki se upre skušnjavam in izvrši odrešilno nalogo; s pomočjo usode izbori odločilno zmago in tako vzpostavi prvotno rajsko stanje; po tem dejanju se superjunak umakne v pozabo.* (Lawrence and Jewett 2002, 6)

Če klasični miti temeljijo na obredih prehoda, potem za ameriški monomit velja, da izhaja iz ideje o odrešenju, ki je v protestantski tradiciji prisotna že vrsto let. Ameriške junaške zgodbe »sekularizirajo judovsko-krščanske sanje o odrešitvi skupnosti, ki so se pojavile na ameriškem ozemlju in kombinirajo elemente nesebičnega služabnika, ki se mirno žrtvuje za druge in gorečega križarja, ki uničuje zlo. Ti superodrešeniki v popularni kulturi nadomeščajo lik Jezusa, ki mu je kredibilnost vzel znanstveni racionalizem. Toda njihove nadčloveške zmožnosti odsevajo upanje o odrešilnih božanskih močeh, ki jih znanost ni nikoli izbrisala iz popularne zavesti« (Lawrence and Jewett 2002, 6-7).

Monomit izhaja iz tipičnih ameriških kulturno-zgodovinskih izkušenj, kot so protestantska etika, upor proti Angležem, zatiranje sužnjev, podjarmljanje nativnih Američanov, poseljevanje večno izmikajočih se novih obmejnih področij in ne nazadnje prizadevanja za imperialno moč ob koncu 19. st.

## **MIT O RAJU**

Monomitične zgodbe se navadno začnejo in končajo v situaciji, ki je podobna rajski, v kateri je »harmonično stanje izvor in hkrati tudi cilj dramatičnega dogajanja« (Lawrence and Jewett 2002, 22). Marljivi kmetje in/ali prebivalci malega mesta delajo in živijo v sožitju, nakar se pojavi razdor, ki pod vprašaj postavi učinkovitost pristojnih institucij. Institucije (in njihovi voditelji) očitno niso sposobni razrešiti problema, zato mitska vizija jasno predlaga rešitev v obliki superjunaka, ki bo obnovil rajsko stanje.

Mit o raju ima naslednje značilnosti:



- ni ne v stanju neokrnjene čiste narave (v smislu skupnosti majhnih kmetij), ne veliko urbano mesto;
- značilnost majhne, dobro organizirane skupnosti je neobstoj resnega konflikta, ki bi izhajal iz notranjih nesporazumov;
- prebivalci se ravnavajo po črki zakona in sodelujejo z institucijami; brez ekstremnih ekonomskih, političnih in seksualnih želja, ki bi izzivala soočenja;
- vedra atmosfera prežema homogeno prebivalstvo; ni nobenega namiga o nagnjenju večine k zlobnim dejanjem; če zlobni posamezniki obstajajo, so očitno ločeni (z načinom oblačenja, obnašanja in drugačno fizično postavo) od ostalih;
- edina pomanjkljivost večine je nezmožnost soočanja z zlobnim drugim (ang. *evil other*).

Model za ta rajski kraj izhaja iz majhnega agrarnega mesta ameriškega srednjega zahoda. Ko zgodovino majhnega mesta pogledamo poglobljeno, ugotovimo, da bi ga težko opisali s pridevnikom rajski. Stalni problemi s pridelki, suše, depresije, nihanja prebivalstva in nesporazumi glede šol, cerkva in administracije so bili stalnica majhnih mest, zato je malo verjetno, da bi mit o rajju nastal na podlagi praktičnih izkušenj.

Mit o rajju, »najmočnejša in najobsežnejša organizacijska sila v ameriški kulturi« (Sanford v Lawrence and Jewett 2002, 23), nastane z odkritjem Novega sveta, veliko pred naselitvijo kontinenta. Izhaja iz predelave biblijskega prepričanja o obstoju raja, ki ga najbolje povzamejo besede Krištofa Kolumba, ki pravi, da »zagotovo obstaja zemeljski raj« (Lawrence and Jewett 2002, 23), in za katerega je Kolumb verjel, da ga je odkril v Ameriki. Puritanci, ki so poselili na novo odkriti kontinent, so delili popularen nazor, da je bila »Amerika izolirana od ostalih nacij sveta zato, da bi se tam izvršil drugi prihod Jezusa; zlato dobo svetnikov, sicer v osnovi duhovne narave, pa bi, kot viden simbol notranjega duhovnega stanja spremljala rajska transformacija sveta« (Sanford v Lawrence and Jewett 2002, 23).

To puritansko dojemanje Amerike kot raja, v katerem se bo zgodil drugi prihod, je imelo največje posledice v moralni sferi. »Superiornost ameriških kvantitativnih dosežkov in političnih sposobnosti se je redno povečevalo v moralnih okvirih /.../ Vera v ameriško milenijsko usodo (drugi prihod Jezusa op.a.), optimizem glede človeškega napredka in porast upanja v zmožnost človeške izpopolnitve je prispevalo k ideji o Ameriki kot Vrta sveta« (Lawrence and Jewett 2002, 24). In prav to dojemanje je še danes temeljna podmena opravičevanja ameriške vloge

moralnega svetovnega policaja, ki je postala nosilec in hkrati opravičevalec ameriških imperialnih teženj. Te težnje so postala pogosta tema stripovskih zgodb, v katerih so skozi prizmo povelečevanja trpljenja in dosežkov posameznih vojakov, vzpodbujanja patriotizma (na primer kodeks stalnega Batemanovega pomočnika Robina, predstavljenega v prvi številki samostojne izdaje Batmana, sestavljajo »pripravljenost, poslušnost, bratstvo, marljivost in nacionalizem« (Kane 1940)), intervencij superjunakov v suverene države v imenu višjih idej demokracije (na primer v prvi samostojni izdaji Superman posreduje v (izmišljeni) južnoameriški republiki San Monte, kjer razreši spor med sprtima stranema) ali pa z eksplicitnim poimenovanjem in prikazovanjem poblaznelega, nečloveškaga sovražnika (npr. Japoncev ali Nemcev pred in med drugo svetovno vojno ter Rusov med hladno vojno), stripi aktivno podpirali ameriško vojaško imperialistično propagando.

## ZLOBNI DRUGI

Prvo akcijsko dejanje (kot bomo videli v nadaljevanju v bistvu reakcijsko) se začne, ko nastopi nevarnost, ki preti rajskemu miru. »Raju stalno grozi nevarnost, prebivalce ogrožajo zunanje sile, ki so premočne za demokratične institucije. S povečevanjem zla raj postane divjina, v kateri samo superjunak lahko odreši ujetnike« (Lawrence and Jewett 2002, 26). Izvor potrebe po superjunaškem odrešitelju izhaja iz »nesposobnosti zahodnega raja, da bi preprečil ekonomske in naravne katastrofe, ki so se nakopičile ob koncu 19. st« (Lawrence and Jewett 2002, 27).

Tema o izbranih ljudeh, ki jih ogroža nevarnost, se pojavi že v najzgodnejših ameriških literarnih delih, kot so zgodbe o Američanih v indijanskih ujetništvih in je kmalu postala »ena izmed centralnih tem ameriške literature« (Lawrence and Jewett 2002, 26). Večino značilnosti monomita vsebujejo že v 19. st. zelo priljubljeni kavbojski romani, ki so opisovali življenje ameriškega divjega zahoda - tipičen primer je roman *The Virginian* iz leta 1902, ki postane eden izmed prototipov klasičnega obmejnega vigilanta, saj vzame zakon v svoje roke. Ta tema je še danes pogosto prisotna v različnih delih popularne kulture – kot na primer v filmu *Žrelo* (Jaws), stripih zlate in srebrne dobe, kot sta na primer Superman ali Batman (ki sta se borila proti zločincem ali vohunom) ali televizijski seriji Star Trek.

Vsaj delen uspeh te paradigme lahko pripišemo »moralnemu opravičevanju vigilantskega nasilja z dramatično jukstapozicijo (postavljanje različnih »slik« ene poleg druge op. a.), strastnimi argumenti in nesebičnim (samo)omejevanjem junaka (Lawrence and Jewett 2002, 35).

## OSNA DEKADA

Leta 1929 stopimo v t.i. osno dekada monomita, ki jo odpre *The Virginian*, zvočni film posnet po istoimenskem romanu in se konča leta 1938 z izidom prve številke Supermana, ki dokončno izoblikuje arhetip superjunaka. V tem desetletju se izkristalizirajo vse značilnosti, ki jih vsebuje »klasični« ameriški monomit. »Neznani odrešenik na konju postane Maskirani Jezdec; popolnoma se odreče spolnosti; prevzame uniformo in moči angelskih maščevalcev; in tako se iz junaka prelevi v superjunaka« (Lawrence and Jewett 2002, 36). Odlike monomitskega superjunaka postanejo neznanu poreklo, čisti nameni, dolžnosti odrešitelja in nadčloveške sposobnosti, ki mu omogočajo, da ne povzroča pretiranih poškodb nasprotnikom. S pomočjo izdelanih konvencij samoomejevanja »je očiščena njegova želja po maščevanju« (Lawrence and Jewett 2002, 47).

Dokončno monomit izoblikuje Superman, ki je bil ustvarjen, da »okrepi potolčen duh države, ki je svojo nedolžnost izgubila v Veliki depresiji« (Lang and Trimble 1988, 161).

Odločilen faktor osne dobe je bil pojav serializacije v novih tehnomitskih medijih. »Stripi in radijski programi so potrebovali junake z apelom na pustolovščine in odrešitev, toda brez dokončne razrešitve s poroko. Spolna vzdržnost je morala postati stalnica; če bi junak namreč skupaj z ženo odjahal v sončni zahod, tako kot je to storil *The Virginian*, bi zaradi preokupacije z družino junak moral svoje žezlo odrešitve predati naslednjemu junaku in bi bilo za naslednjo epizodo potrebno ustvariti novega junaka« (Lawrence and Jewett 2002, 36-37). Z besedami Umberta Eca – junak bi na ta način še hitreje pokonzumiral samega sebe. Čeprav Clarka Kenta privlači njegova sodelavka Lois Lane, ve, da njegova romanca z njo ni mogoča, dokler si bo telo delil s Supermanom.

V 15. številki Supermana iz leta 1939 so njegove sposobnosti opisane z naslednjimi besedami:

*Skače čez nebotičnike, teče hitreje kot hitri vlak, preskakuje velikanske razdalje in višine, dviguje in razbija ogromna bremena, poseduje neprebojno kožo – to so osupljive*

*lastnosti, s katerimi si Superman, odrešenik brezmočnih in zatiranih, pomaga v boju proti silam zla in nepravice. (Siegel in Shuster, Action Comics no. 15 1939, 3)*

Kasnejše filmske verzije tem lastnostim dodajo še sposobnost letenja in nekatere druge sposobnosti, ki jih kmalu zatem začne posedovati tudi stripovski Superman. Te izredne moči omogočajo, da »izvaja vigilantsko nasilje brez odgovornosti za krvave posledice« (Lawrence and Jewett 2002, 42). Superman nikoli nikogar ne ubije, kar negira učinke brezmejne moči in postane očitno z izidom že omenjenega grafičnega romana *Batman: The dark knight returns* in *Watchmen* Alana Moora v 80-ih letih. Supermanove pesti so mehke kot žamet, njegovo neprebojno telo se je sposobno boriti s nasprotniki brez praske in tako izvajati popolno vigilantsko pravico. Superjunak prevzame vlogo, ki je analogna antičnemu pripovednemu sredstvu razrešitve *Deus ex machina*, saj vedno tik pred zdajci razreši zamotan primer, ki bi se brez njegovega posega končal tragično. Če vzamemo v ozir še Supermanovo dvojnost v paru z njegovim alter egom Clarkom Kentom, ugotovimo, da se je »odrešujoči bog z nadčloveškimi močmi zamaskiral kot povprečen Janez Novak, ki se je izvil iz primeža demokratične vsakdanjosti. Prvič v zgodovini moderne, sekularizirane Amerike, so nadčloveške moči, v fikciji, postale široko dostopne ljudem« (Lawrence and Jewett 2002, 42).

Velikanskemu uspehu Supermana je sledila množica superjunakov (na primer Batman, Flash, Green Lantern, Sandman, Wonder Women in drugi), ki so z nekoliko drugačnimi odtenki varirali arhetip, ki ga je zakoličil Superman. »Maske, uniforme, čudežne moči in skrivni alter egi v kombinaciji s spolno vzdržnostjo so dokončno izoblikovali monomitskega junaka« (Lawrence and Jewett 2002, 43). Šestdeseta leta so sicer prinesla nekoliko konkretnjšo predelavo tega arhetipa (na primer Spider-Man), tako da je junak postal antijunak, ki mu je vloga junaka v breme, območje delovanja pa je postalo izključno veliko ameriško velemesto, toda to so bile samo malenkosti, ki razen tega, da so stripovske zgodbe prilagodile duhu časa, v celotnem superjunaškem mitosu niso spremenile prav ničesar.

Povezava med superjunaki in ameriško versko zapuščino

*ilustrira premik v zgodbi o odrešitvi. Samo v kulturi, ki je bila stoletja preokupirana z vprašanjem odrešitve, je lahko razumljiva navidezna odrešitev s pomočjo superjunakov. Sekularizacijski proces v tem primeru, ni odstranil potrebe po odrešitvi, kar je bil namen razsvetljenstva, ampak jo je nadomestil z delovanjem superjunakov. Moči, ki jih je družba*

*v preteklosti rezervirala za boga in njegova angelska bitja, se prenesejo na vsakdanjega povprečneža, prikladno skritega za masko alter ega. (Lawrence and Jewett 2002, 44)*

Demokratična premisa v zgodbah o superjunakih je vidna v projekciji nadčloveških sposobnosti na povprečnega državljana, vendar jim ravno ta »transformacija v superjunaka onemogoči opravljanje vloge demokratičnega državljana. Še več, vseobsegajoča moč mora biti predstavljena kot nenevarna in na ta način se brezzakonski vigilantizem preobrazi v popolno utelešenje izvajalca zakona. Kredibilnost te fantazije v popularni kulturi je direktna zapuščina osne dekade« (Lawrence and Jewett 2002, 46).

Zakrita podmena vseh monomitskih zgodb je zanikanje možnosti, da je varnost mogoče zagotoviti z demokratičnimi sredstvi izvajanja zakona. Varnost je mogoče zagotavljati samo s pomočjo superjunaka, ki zakon vzame v svoje roke ter (samo)omeji svoje moči in količino uporabljenega nasilja. V resničnem svetu je tako početje v najboljšem primeru problematično, v najslabšem pa celo nezaželeno in prepovedano. Problematičnost takega ravnanja v demokratičnih družbah najbolje povzame John Locke, ko pravi, da je »pomemben element pri definiranju pogojev civilne družbe, da se vsak od nas odreče pravici do osebnega maščevanja in jo zaradi namena objektivne presoje in obsodbe zaupa zakonito izvoljeni vladi« (Locke v Skoble 2005, 30).

Idejo o odrešitvi skozi nasilje »sega v čase arhaičnih obredov pokore« (Lawrence and Jewett 2002, 322), ki ga najbolje povzame odlomek iz Biblije: »In po postavi se skoraj vse očiščuje s krvjo in brez prelivanja krvi ni odpuščanja« (Heb. 9:22) (Sveto pismo stare in nove zaveze 1994). Toda uporaba nasilja, v sodobnih tehnomitskih medijih je postala sprejemljiva le, če je bila na simbolni ravni zanikana (posledice uporabe nasilja niso vidne, smrtnih primerov ni, če pa že so, je zanje vedno odgovoren umrli), kar je bilo »zelo privlačno za ameriško ekspanzionistično kulturo« (Lawrence and Jewett 2002, 58). Skozi prizmo Richarda Slotkina, ki pravi, da mit (med drugim) »določa ali predpisuje scenarije za delovanje in omejuje možnosti človeškega odziva na dogodke iz sveta« (Slotkin v Lawrence and Jewett 2002, 112) in Victorja Turnerja, ki pravi, da »mit skupnost oskrbuje s »simolno obogatitvijo« v prilagajanju novim grozečim okoliščinam /.../ publika se ne zaveda ritualnih navodil, saj mit apelira na naše nezavedno« (Turner v Lawrence and Jewett 2002, 112) lažje razumemo, zakaj »ponavljajoča fantazija o odrešujočem nasilju lahko predstavlja ključ za razlago visoke stopnje nasilja med

virilnimi moškimi /.../ in pasivnost do tega pojava na strani splošne publike« (Lawrence and Jewett 2002, 113). »Količina nasilja, ki smo mu podvrženi, se poveča, kadar mitski sistem /.../ usmerja frustracije in agresivne impulze v destruktivne kanale. Mitsko nasilje publiki namiguje možnost negativne integracije s pomočjo gorečega maščevanja. Vabi lahko tudi k posnemanju obnašanja prikazanega v mitski naraciji« (Lawrence and Jewett 2002, 107).

Z razvojem monomita so avtorji vedno znova odkrivali nova področja, ki so potrebovala mitično čiščenje. »Začeli so z vasmi, kasnje dodali mesta (simbol odrešitelja pred mestnim nasiljem je postal Spider-Man op.a.), očiščevalni proces je za tem zajel ameriško nacijo in po tem še svet« (Lawrence and Jewett 2002, 152). Junaki so na začetku prepoznavali neuspehe skupnosti, toda del tega neuspeha niso predstavljale demokratične institucije, s katerimi so sicer zgledno sodelovali (na primer Superman svoje premagane nasprotnike vedno prepusti policiji). Toda 80. leta so prinesla veliko temnejšo različico monomita, v kateri »vlada postane zatiralen, nepopravljivo skorumpiran zlobni drugi« (Lawrence and Jewett 2002, 152). In ta ideja postane temelj terorističnih dejanj, ki sta jih, na primer Unabomber in Timothy McVeigh naperila proti vladi. In prav ta dva primera odlično prikažeta kako monomitsko nasilje prazapraz deluje v praksi.

*Kjer bi pričakovali, da popularni miti ohranjajo vodilne kulturne ideale in institucije, ameriški monomit dosledno spodkopava demokratični etos. Če upoštevamo elitizem, iracionalnost, goreče stereotipiziranje in apetit po totalnih rešitvah namesto kompromisa, potem je težko najti karšnekoli demokratične poudarke monomita, razen tega, da navadna oseba lahko razvije nadčloveške sposobnosti. Ko pa se skozi superjunaške okvire začne dojemati še narod, potem lahko vidimo, kako nagnjenost k totalnim, nasilnim rešitvam zlahka postane del javnega diskurza. (Lawrence and Jewett 2002, 338-339)*

Tak javni diskurz zlahka prepreči resnično javno debato o vzrokih in posledicah, kot smo na primer videli v primeru terorističnega napada 11. septembra 2001 v Ameriki, in na izredno trhljih dokazih, v imenu idealov ali povračilnih ukrepov opraviči napade na suverene države, kot so Irak, Afganistan, Pakistan, Vietnam ali Koreja.

Pomemben aspekt junaškega monomita je tudi »hrepenenje po osebah večjih od življenja, kar zrcali večno potrebo po voditeljih, ki bodo stali v ospredju in prevzeli osamljene in nepopularne naloge« (Lawrence and Jewett 2002, 358).

»Moderne zgodbe superjunaške odrešitve so nastale v kombinaciji z nastajajočimi tehnologijami prikazovanja, katerih namen je ohranjanje njihove sprejemljivosti in avre kredibilnosti« (Lawrence and Jewett 2002, 8). Izjemen razvoj tehnologije je povečal navidezni realizem mita ter omogočil aktualizacijo in prilaganje osnovnega arhetipa različnim, časovno in geografsko ločenim publikam. Lep primer adaptacije različnim medijem je Batman. Leta 1939 se prvič pojavi v stripu (kjer neprekinjeno izhaja vse do danes); leta 1943 posnamejo prvi film z Batmanom v glavni vlogi (do danes jih je izšlo že deset, k temu pa lahko prištejemo še deset filmov, ki so izšli samo na videokasetah); od 1943 do 1946 je izhajal tudi v obliki časopisnega stripa; leta 1945 je kot gost začel nastopati v radijski drami *The Adventures of Superman*; leta 1966 posnamejo prvo televizijsko serijo, ki postane velika uspešnica; istega leta posnamejo tudi avdio dramo, ki izide na vinilni plošči; od leta 1968 naprej je nastopil (v glavni vlogi ali pa kot gost) v številnih animiranih filmih ali risankah; od leta 1986 naprej je izšlo 23 računalniških igric z Batmanom v glavni vlogi; že od sredine 60-ih let je stalno dosegljiv v obliki akcijskih figuric; poleg tega pa si je v naketerih tematskih parkih moč ogledati njegov akcijski šov ali pa se popeljati z Batmanovim vlakom smrti.

Za razumevanje trenutnega stanja (v katerem je, pa naj bo to na filmskem platnu, stripu, televizijskem zaslonu ali knjigi, popolnoma kredibilna (in zelo pogostno prisotna) zgodba o junaku, ki lastoročno premaga na videz nepremagljivega nasprotnika in tako svet odreši vseh nadlog) je pomembno, da upoštevamo prostovoljne spremembe obnašanja, ki izhajajo iz kompleksnih mrež motivacije in mode, ki so zelo pogoste v popularni kulturi. Verska vsebina teh dejanj je bila redko resno upoštevana, delno zato, ker vsebine popularne kulture, ki so jih navdihnile niso eksplicitno religiozne« (Lawrence and Jewett 2002, 9). Če k temu prištejemo še, da »rituali, simboli in miti ustvarjajo konzervativne standarde, istočasno pa z določanjem in oblikovanjem idealov ter ciljev posameznikov in družbe ustvarjajo *modele za prihodnost* (poudarek v originalu)« (Lawrence and Jewett 2002, 9), v katerih »zgodbe o superjunaškem odrešenju postanejo razlogi za osebno transformacijo življenjskih pomenov« (Lawrence and Jewett 2002, 9), potem lahko vidimo, kako so množični mediji (večinoma v lasti ogromnih

globalnih korporacij), v modernem času in v konkretni obliki, prevzeli vlogo treh Platonovih zborov, »ki naj uročijo dušo državljanov, ko so še mlade in nežne« (Detienne 2008, 206).

Monomit v taki obliki, kot se je izoblikoval na koncu osne dobe, zanika realnost življenja. Kompleksno socialno realnost reducira na binarno opozicijo abstraktnega dobrega in zla. Ustvarja fikcijo, v kateri ni dvoumnosti v moralnih sodbah, med dobrimi in slabimi je jasna ločnica, zlo je mogoče premagati, preden vpliva na vpletene, fizične posledice nasilja, so nesorazmerne s količino uporabljenega nasilja, za dosego premnogih zahtevnih ciljev je potrebno precej več kot samo zamah z roko osebe z nadčloveškimi sposobnostmi. »Namesto človeškega dozorevanja skozi samorazumevanje, truda in trpljenja, namesto robustne svobode in odgovornosti, nam te zgodbe obljublajo, da nas bodo superjunaki osrečili tako, da bodo rešili vse naše probleme« (Lawrence and Jewett 2002, 83). Poleg tega nevarnost izrabe monomita (in v stripih je prav ta značilnost pogosto izrabljena v propagandne namene) preti v dejstvu, da monomit jasno »stereotipno indentificira, kdo je zloben, melodramatično napihuje zlobne lastnosti, površno verjame v selektivno kaznovanje in dodeljuje povračilno vlogo superjunakom« (Lawrence and Jewett 2002, 358).



### **4.3 REPREZENTACIJA ZLOČINA IN PRAVICE**

40. leta 20. st. so v orbito masovnih medijev zabave katapultirala vsemogočnega stripovskega superjunaka, ki je navduševal mladino širom Amerike. Superjunaški stripi so nadaljevali dolgoletno ameriško kulturno tradicijo, v kateri je centralno temo zavzemal boj med dobrim in zlom. Ta boj, ki tvori dihotomijo med prav in narobe, je v superjunaških zgodbah zapakiran v obliko boja proti kriminalu – dominantni temi stripov zlate dobe (1938 – 1949). Zato sem se odločil, da stripovske zgodbe analiziram v tem kontekstu in skušam ugotoviti, kakšne so podmene, na katerih bazira ta boj in kakšne so implikacije teh podmen.

#### **METODOLOGIJA IN VZOREC**

Za svojo analizo bom uporabil tekste, ki so nastali med letoma 1938 in 1949 (zlata doba), torej v obdobju od nastanka superjunaškega stripa do zatona njegove popularnosti. Področje raziskave bom osredotočil na dva osrednja karakterja, ki sta definirala arhetip superjunaka – Supermana in Batmana. Ta dva junaka sem izbral iz dveh razlogov: (1) Superman in Batman sta bila najbolj popularna junaka v zlati dobi; (2) kljub številnim podrobnostim med tema dvema junakoma (vsaj na videz) obstajajo tudi razlike; zato bi rad analiziral ali junaka tvorita pomembnejše binarne opozicije in prek teh opozicij (ali njihovih odsotnosti) predstavil celoto superjunaškega mitosa.

Podlaga za tekstualno analizo so teksti, ki so izšli od nastanka vsakega posameznega stripa do vključno leta 1949. Superman se je prvič pojavil leta 1938 v stripu Action Comics, ki je izhajal štirikrat na leto. Zaradi izjemne popularnosti je že naslednje leto, torej leta 1939, začel štirikrat letno izhajati tudi kot samostojen strip, ki je vseboval štiri ločene zgodbe s Supermanom v glavni vlogi (Action Comic je poleg ene Supermanove zgodbe na številko vseboval tudi zgodbe drugih junakov). Zaradi ogromne količine tekstov (ki so poleg tega med seboj še zelo podobni) sem se odločil, da analiziram samo vsako prvo številko stripov Action Comics in vsako prvo številko Supermana v posamičnem letu. Podobno količno zgodb vsebuje tudi Batman, ki je leta 1939 začel izhajati v stripu Detective Comics (poleg Batmanovih vseboval tudi druge zgodbe), leta 1940 pa zaradi izjemne popularnosti dobil lasten strip s preprostim naslovom Batman, ki je prav tako izhajal štirikrat na leto. Ker so mi vse Batmanove zgodbe, ki so izšle v okviru zbirke stripov

Detectiv Comics nedosegljive, sem analiziral samo tekste, ki so izšli kot samostojen strip. Tako kot pri Supermanu sem zaradi velike količine analiziral samo vsako prvo številko v vsakem posamičnem letu.

Vse prebrane tekste sem najprej analiziral v okviru treh sklopov. V prvem sklopu sem ugotavljal, v kakšnem družbenem kontekstu delujeta superjunaka; torej kakšna je družbena struktura sveta, v katerem delujeta. Drugi sklop vsebuje analizo kriminala in kriminalcev, ki nastopajo v zgodbah, tretji sklop pa kako se superjunaka odzivata na povzročene zločine. Vse ugotovitve, ki so nastale v teh treh sklopih, bom nato primerjal z nekaterimi dominantnimi perspektivami na področju kriminologije. Predstavil bom ugotovitve v povezavi z reprezentacijo in kršenjem zakona ter odzivom na kršenje le-tega. V zaključnem delu bom predstavil, kaj nam superjunaški mitos pove o kriminalu in pravici v ameriški družbi.

## **ZGODOVINSKI KONTEKST**

Najprej bom predstavil še zgodovinski kontekst, v katerem sta junaka nastala in njuno izvorno zgodbo, ki v osnovi definira vsakega posameznega junaka.

Oba junaka sta produkt poznih 30-ih let 20. stoletja, kar pomeni, da izhajata iz konteksta, ki je obdajal veliko ameriško depresijo. Radijski programi, časopini stripi ter šund romani so predstavljali izhod iz spominov in dejstev, ki jih je oblikovala depresija, zato so te oblike zabave kmalu postale izjemno priljubljene. Zaradi cenenosti in lahke dostopnosti, so superjunaški stripi postali privlačna oblika eskapistične fantazije za mlade. S končevanjem depresije je začela nastajati optimistična družbena klima, v kateri so nastali javni projekti, ki so premikali gore, predstavljali reke ter dvigovali nebotičnike, ki so se dotikali neba. V več pogledih se je zdelo, da je za Američane možno prav vse. Istočasno je depresija razblinila sanje o ameriški neranljivosti, zbudili pa so se v novi kulturni pokrajini, ki jo je zaznamovala realnost urbanega razpada, revščine in kriminala.

## **ZNAČILNOSTI OBEH JUNAKOV**

Superman s svojimi imigrantskimi koreninami (na Zemljo je prišel kot pribežnik z na propad obsojenega planeta Kripton), patriotskim rdeče-modrim kostumom, upodobljen s paleto svetlih

barv (prevladujeta svetlo rumena, rdeča in bela), (skoraj) neomejenimi močmi in zavestni predanosti resnici, pravici in ameriškemu načinu življenja (ali kot je zapisal Jerry Siegel v prvi številki Supermana: » Clark se je odločil, da mora svoje titanske moči uporabiti na način, ki bo koristil človeštvu – in tako je nastal Superman: fizično čudo, branitelj zatiranih, ki je prisegel, da bo svoj obstoj posvetil pomoči potrebnim.« (Siegel and Shuster, Superman no. 1 1939)) predstavlja upanje in idealizem Amerike po veliki depresiji.

Batmanov način pa je nekoliko drugačen. Sivo-črn kostum, upodobljen s paleto temnih barv (prevladujeta črna, temno modra in rjava), rojen iz nasilja (za svojo »poklicno« pot se odloči iz potrebe po maščevanju, saj mu je v rani mladosti ulični ropar pred očmi ubili oba starša), zanašanjem na tehnologijo in nagnjenostjo k uporabi nasilja, namiguje, da borba proti kriminalu v času po depresiji potrebuje drugačen pristop – povračilno pravico na ravni ulice. Oba pristopa, vsak na svoj način, ponujata interpretacijo ameriške kulture in narave kriminala v času velike depresije. Superman predstavlja idealizirano obliko pravice, Batman pa njen nasprotni pol – realizem urbanega kriminala, ki ga je mogoče preganjati samo z uporabo bolj umazanih sredstev, kot jih uporablja Superman.

## **DRUŽBENA STRUKTURA**

Predstavlja družbeno ureditev sveta, v katerem delujeta superjunaka. Družbena ureditev pove o junaškem mitu prav toliko kot podobe samih junakov. Oba sta, v več pogledih, omejena s svetovi, v katerih obstajata, saj so njuna dejanja večinoma samo odzivi na svet, ki ju obdaja. Zakonska ureditev ter red in pravica, ki iz nje izhajata, oblikujejo način reakcije na kriminal in krivico.

Oba večinoma delujeta v velikem, generičnem velemestu in spominjata na moderne ameriške metropole. Superman deluje v mestu, prikladno poimenovanim Metropolis, Batman pa v mestu Gotham City. Nekatere zgodbe se dogajajo tudi izven mest, pri čemer je področje delovanja pri Batmanu vedno omejeno na Združene države Amerike, medtem ko Superman včasih posreduje tudi zunaj ZDA, na področjih, ki sovpadajo z ameriškimi političnimi interesi – tako na primer že v svoji prvi številki Superman posreduje v vojaškem obračunu v majhni (namišljeni) južnoameriški državi, kjer s preprostim pogovorom zgladi nesporazume med dvema sprtima stranema.

Največji problem obeh mest predstavlja kriminal (velika večina analiziranih zgodb se ukvarja s to tematiko), obe mesti sta polni živopisanih kriminalcev. V obeh mestih poteka nenehen boj med nedolžnimi prebivalci in nasilnimi kriminalci, ki spodkopavajo mir in idilo mesta. Superjunaka sta branitelja zakonov spoštujočih množic, ki lastoročno skrbita za ohranjanje reda in miru. Brez njiju bi se družbeno ravnotežje porušilo, saj institucije, ki skrbijo za spoštovanje zakonov, niso sposobne zajezi vala kriminala. Prav vse analizirane zgodbe vsebujejo boj med junakom in osebami, ki kršijo uradne in neuradne norme ter pravila.

Toda na tej tečki se podobnosti končajo. Metropolis je predstavljen kot mesto urejenih prostornih sosesk, upodobljen v svetlih, toplih barvah. Je mesto upanja in optimizma, mesto živahnih skupnosti, relativno veselih prebivalcev, kjer obstaja jasna ločnica med dobrim in zlom. Zdi se, da to idilo le občasno zmotijo nevshečnosti v obliki kriminala, čeprav vse zgodbe obdelujejo to temo. Mesto Gotham pa predstavlja nekoliko temnejšo stran ameriških velemest, saj je vedno upodobljeno v temnih barvah, polno ozkih ulic, prebivalce pogosto terorizirajo ulične tolpe, mafija ali zlobni psihopati, ki mesto terorizirajo iz čiste zabave oziroma iz potrebe po totalni dominaciji mesta (in sveta). Zdi se, da kriminal predstavlja del vsakdana v tem mestu. Metropolis in Gotham city tako predstavljata dihotomno naravo velikih ameriških mest, ki istočasno ponujajo upanje, red in ameriške sanje na eni strani ter obup, nevarnost in anarhijo na drugi.

## **KRIMINAL IN KRIMINALCI**

V vseh analiziranih Batmanovih zgodbah natopajo enaki generični kriminalci – člani skupin organiziranega kriminala, ki predstavljajo napad na osebno lastnino. Od ostalih oseb v stripu so jasno vizualno ločeni z nekaterimi obraznimi in telesnimi značilnostmi (na primer velika ušesa, velik nos ali visoko čelo), poleg tega so pogosto (kadar situacija omogoča) upodobljeni v gizdalinski obleki, z obvezno cigareto v ustih in kozarcem viskija v roki. Poleg tega so del Batmanovega mitosa tudi spake (najbolj znan med njimi je Joker), superkriminalci, ki v navezi z lokalnimi mafijci skušajo povzročati nered in anarhijo. Predvsem spake so prikazane kot osebe, ki prihajajo iz drobovja samega mesta in so produkt krute družbe, ki jih je na tak ali drugačen način ogoljufala. Njihov motiv za delovanje je, tako kot pri Batmanu, pogosto posledica travmatičnega dogodka in obsedenost z maščevanjem.

Supermanov svet je nekoliko bolj svetel, kriminalci oz. slabi fantje pa precej bolj raznoliki. Roparji in podležji sicer nastopajo, toda njihova organiziranost v skupine ni tako jasno nakazana, prav tako nastopajo v zgodbah precej manj pogosto. Poleg teg oseb v nekaterih Supermanovih zgodbah nastopajo tudi osebe, ki bi jim težko rekli kriminalci, toda te osebe vseeno kršijo neformalne norme poštene igre (na primer v zgodbi iz leta 1946 Superman razkrinka tekmovalca, ki je z goljufijo skušal zmagati v nagradni igri). Osebe, ki povzročijo kazniva dejanja, so pogosto prikazana kot žrtve nesrečnih okoliščin (na primer fant, ki ga sodišče spozna krivega kraje, je bil v krajo prisiljen zaradi okolice, v kateri je odraščal – Superman problem reši tako, da poruši geto, namesto katerega vlada zgradi moderno blokovsko naselje). V nasprotju z Batmanom v Supermanovih zgodbah nastopajo tudi skorumpirane uradne figure, toda prikazane so kot izjeme, ki so jih na stranpota prisilili z izsiljevanjem (na primer župan mesta omogoča kriminalcu, da vodi ilegalno igralnico, ker je županovemu sinu s serumom izbrisal spomin in ga v šahu drži z obljubami o zdravlilu) ali pa podkupili z denarjem (na primer politik podkupi lobist nekega tujega industrialca, da bi podprl stavko delavcev, ki bi ohromila in sesula ameriško gospodarstvo – z denarjem podkupljen politik natopa samo v eni zgodbi). Osebe v Supermanovem svetu (v nasprotju z Batmanom), ki so krive težjih kršitev, so prikazane kot tujci, ki prihajajo od zunaj (niso prebivalci mesta) in grozijo miru in ameriškemu načinu življenja.

## **ODZIVI NA ZLOČIN**

Čeprav so med junakoma v prejšnjih dveh točkah obstajale manjše razlike, je njun odziv na zločin popolnoma enak. Oba delujeta znotraj zakonskih okvirov in sodelujeta s predstavniki policije (oba ujete osebe prepustita policiji in sodnemu sistemu). Borita se za pravico, kot jo definira zakonodajalec. Edine manjše kršitve zakona so možne, kadar te kršitve omogočajo odpravo večjih krivic ali preprečijo večje kršitve zakona (na primer Superman sredi noči vdre v hišo senatorja, da bi mu predložil dokaze o nedolžnosti osebe, ki jo je zjutraj čakala usmrtitev). Zaradi diskurza, ki ga ustvarjata oba superjunaška mitosa, so te kršitve že v naprej opravičljive, saj sta oba absolutno dobra in brezpogojno nezmotljiva v svojih dejanjih in predvidevanjih.

Predvsem Superman, zaradi stalnega poudarjanja in podrejanja višjim idealom, ki so nad človeškimi zakoni, poleg idealiziranega poosebljanja zakona, pooseblja tudi vrednote puritanske delovne etike v najčistejši obliki. Njegov ideal ni »kaznovanje zlobnežev, ampak ščitenje

nedolžnih« (Lang and Trimble 1988, 158), zato bi zanj lahko rekli, da predstavlja tudi »sekularizirano verzijo pravice iz Nove zaveze« (Lang and Trimble 1988, 158), ki nakazuje, da moč in ponižnost lahko vzajemno obstajata v eni osebi.

Osrednja tema prvega dela poglavja je bil opis superjunaškega mitosa in podob, ki jih ta mitos reprezentira. V drugem delu poglavja pa se bom posvetil interpretaciji teh podob v kontekstu kriminologije, saj superjunaški teksti odsevajo nekatere perspektive, ki obravnavajo kriminal in pravice v realnem svetu. Edwin Sutherland je predpostavljal, da »trije procesi sestavljajo predmet kriminologije: ustvarjanje zakona, kršitve zakona in odzivi na kršitve zakona« (Vollum and Adkinson 2003).

## **USTVARJANJE ZAKONA**

Ideal obeh junakov je družba, v kateri vsi spoštujejo zakone. Njun svet temelji na predpostavkah enakih Chamblissovi teoriji, ki vsebuje pet predlogov temelječih na konsenzu:

- »Zakon predstavlja konsenz vrednot v družbi;
- zakon predstavlja tiste vrednote in perspektive, ki so temeljne za družbeni red;
- zakon predstavlja tiste vrednote in perspektive, ki jih je potrebno ščititi v dobrobit družbe;
- stanje, ki ga predstavlja pravna ureditev, je vrednotno nevtralno;
- v pluralistični družbi zakon predstavlja interese celotne družbe in posreduje med različnimi interesi konkurenčnih skupin«. (Chambliss v Vollum and Adkinson 2003, 102).

Tako oba junaka utelešata »stanje skupne vesti kot racionalen, vrednotno nevtralen branitelj resnice, pravice in ameriškega načina življenja« (Vollum and Adkinson 2003, 102).

Oba junaka tudi sprejemata vlogo branilca zatiranih. Njun pristop k tej vlogi je podoben načinu, s katerim je k temu problemu na začetku 20. st. pristopilo gibanje za zaščito otrok. Zaščitniki otrok so predpostavljali, da obstaja absolutna morala ter poudarjali pomen odrešitve in odvritve od delikventnega obnašanja z zgodnjo indentifikacijo odklonov in intervencije v obliki vzgoje in izobraževanja. Oba junaka bi se strinjala z zaščitniki, da je »razred navadnih kriminalcev« možno rešiti z odpravo sil, ki so jih vodile v kriminalno ravnanje in ponovno utrditi vero v

tradicionalni ameriški sistem (na primer večina otrok in uradnih oseb, ki so bili obdolženi različnih zločinov, je bilo v to prisiljenih bodisi zaradi pritiskov nepopravljivo skorumpiranih oseb bodisi zaradi nesrečnih življenjskih okoliščin, v katerih so se znašli).

## **KRŠITVE ZAKONA**

V stripovskih zgodbah nastopajo živopisani generični kriminalci in stalni (super)podleži, kot so Lex Luthor, The Joker, The Penguin in drugi. Vsi predstavljajo grožnjo družbeni ureditvi, toda »navadni« kriminalci so motivirani z drugimi cilji kot superpodleži. Kriminalci so predstavljeni kot racionalne osebe z racionalnimi cilji in motivirani izključno z denarnjo koristjo, medtem ko so superpodleži prikazani kot iracionalne osebe, ki jih motivirajo moč (totalen nadzor ali uničenje sveta), maščevanje superjunaku (ker jih je ta v prejšnjih zgodbah spravil za zapahe) ali pa preposto uživajo v ustvarjanju kaosa in tekmovanju z nasprotnikom. Vse te upodobitve podpirajo ugotovitve Tunellovih raziskav o racionalnem obnašanju in motivaciji kriminalcev. Tunell v svoji raziskavi namreč ugotovi, da je »večina kriminalcev sicer motivirana z denarno koristjo, toda mnogi zakrivijo zločine zaradi občutka spretnosti, športa ali maščevanja« (Vollum and Adkinson 2003).

Večina razlogov, zakaj je oseba začela kršiti zakone, je determinističnih. Tako kot superjunaki, so tudi kriminalci in podleži predstavljeni kot bitja, ki so jih v svet kriminala potisnile sile onstran njihovega vpliva. Superpodleži so postali kriminalci v mitičnem procesu, ki je vzporeden procesu nastanka superjunakov, le problem, ali se postaviti na dobro ali slabo stran, so razrešili nekoliko drugače.

Reprezentacijo genetskih mutantov, deformiranih spak in celo popačenih obraznih potez povprečnih uličnih brutalnežev lahko razlagamo v kontekstu zgodnjih bioloških teorij, ki so preučevala vedenja kriminalcev. Večina stripovskih umetnikov je te osebe dosledno upodabljala po karakteristikah, ki jih je v začetku 20. st. načrtoval Lambroso, ki pravi, da so za rojene kriminalce značilne »asimetrija obraza in glave, velika opičja ušesa, velike ustnice, nazaj pomaknjena čeljust, zviti nos, povečane čeljustne kosti, dolge roke, prekomerna zgubanost kože in dodaten prst na roki ali nogi« (Akers v Vollum and Adkinson 2003, 103). Čeprav so bile biološke teorije diskreditirane, je upodabljanje kriminalcev z značilnostmi bioloških teorij še vedno prisotno v superjunaškemu mitosu.

V svetu superjunakov obstajajo dobri in slabi ljudje. Slabi ljudje tičijo skupaj, tvorijo zaveznitva, se učijo drug od drugega in tako medsebojno krepijo kriminalno obnašanje. Te reprezentacije odsevajo teorije o socialnem učenju, ki predpostavljajo, da »prekomerna količina definicij, ki opravičujejo kazniva dejanja in pomanjkanje definicij, ki zavračajo kršitve zakona« (Vollum and Adkinson 2003, 104), povzroča deviantno vedenje. To je najbolj očitno v zgodbi, v kateri Pingvin skuša izdati knjigo o svojih podvigih, s katero bo druge kriminalce podučil, kako se lotevati zahtevnih kriminalnih podvigov. Batman mu to seveda prepreči.

### **ODZIV NA KRŠITVE ZAKONA**

Oba superjunaška mitososa temeljita na predpostavki, da se morata zakon in red ohranjati za vsako ceno, določena škodljiva vedenja pa morajo biti nadzorovana. Posledica te predpostavke je domneva, da je »namen vlade varovanje zakonov, skrb za red in mir ter regulacija obnašanja« (Eagan v Vollum and Adkinson 2003, 104). Te predpostavke so bistvene za vlogi obeh supejunakov. Za dosego zastavljenih ciljev oba uporabljata prisilne ukrepe (pogosto pripeljane do skrajnosti), ki so »najpomembnejša sredsta zagotavljanja reda in miru« (Klockars v Vollum and Adkinson 2003, 104). Predvsem v obdobjih po zlati dobi postane jasno, da oba superjunaka koncept prostovoljnega neprofesionalnega zagotavljanja reda in miru, ki vključuje uporabo prisilnih ukrepov, pripeljeta do skrajnosti in to ju pogosto postavi na drugo stran zakona.

### **UGOTOVITVE: HEGEMONIČNA FUNKCIJA SUPERJUNAŠKEGA MITOSA**

Stripovska industrija je v 50-ih letih zaradi konzervativnih skupin pritiska, ki so ustvarjale moralno paniko, sprejela Stripovski kodeks. Ta je nastajal kot odziv stripovske industrije na pritiske različnih senatnih komisij, ki so se ukvarjale s porastom mladostniškega nasilja. Celotno debato glede nasilja je sprožil psihiater dr. Frideric Wertham, ki je preučeval mladostnike, in ugotovil da so za porast nasilja krivi predvsem stripi, ki nenehno prikazujejo nasilne vsebine. Stripovska industrija je ugotovila, da morajo nujno sprejeti nekatere ukrepe, ki bodo umirili situacijo in oprali že tako slab ugled stripov v javnosti. Zato so predstavniki industije ustvarili Stripovski kodeks, ki je določil smernice za nadaljni razvoj stripov. Kodeks je sprejel podmeno dr. Werthama, da prikaz nasilja v medijih direktno povzroča nasilno obnašanje med mladimi, zato so prepovedali upodabljanje kakršnihkoli situacij, ki so v takratni družbi veljale za



kontroverzne. Tako kodeks odraža konsenz dominantnih vrednot, ki so prevladovale v takratni družbi. Kodeks med drugim vsebuje naslednje paragrafe (navajam samo tiste, ki so relevantni v tem kontekstu):

- »Zločin nikoli ne sme biti predstavljen na način, ki bi ustvarjal simpatije do zločinca, promoviral nezaupanje do uradnih organov ali nagovarjal druge k posnemanju zločinov;
- zločinsko dejanje mora biti predstavljeno kot nizkotna in odvrtna aktivnost;
- kriminalci ne smejo biti prikazani v glamurozni luči ali zasedati položaja, ki bi ustvarjal željo po posnemanju;
- v vsakem primeru mora dobro prevladati nad zlom, zločinec pa mora biti kaznovan za svoj zločin;
- prizori, ki prikazujejo prekomerno nasilje, so prepovedani. Prizori brutalnega mučenja, odvečna in nepotrebna uporaba nožev in pištol, fizično trpljenje, krvavi in grozoviti zločini ne smejo biti prikazani;
- kakršnekoli grozljive, odvrtno ali strašne ilustracije ne smejo biti prikazane«. (Comics Code Authority v Wikisource 2010)

Kodeks je nastal leta 1954 in je učinkovito uvedel (samo)cenzuro ameriškega stripa. Nastal je kot reakcija na poplavo krvavih in grozljivih stripov, ki so s prestola popularnosti izrinili superjunaške stripe. Glede na to, da se je zlata doba superjunaških stripov končala približno leta 1949 (torej približno 5 let pred sprejetjem kodeksa), kodeks ni imel vpliva na stripe zlate dobe. Toda tudi če bi obstajal že pred tem, to ne bi v ničemer spremenilo mitosa Batmana in Supermana, saj sta prav vse točke, navedene v kodeksu spoštovala že pred sprejetjem le-tega (z izjemo nekaterih Supermanovih zgodb, ki zbujejo simpatije do zločinca – na primer že prej omenjeni primer fanta, ki je kradel zaradi vpliva slabega okolja).

Dominantne vrednote, ki odražajo razmerja moči v družbi, superjunaški mitos podpira tudi s pristajanjem na Chamblissovo tezo, da zakon ni vrednostno motiviran. To tezo Chambliss razdeli s petimi predlogi, ki temeljijo na konsenzu. Ker sem teh pet predlogov že predstavil, jih na tem mestu ne bom ponavljal. Pomembno je, da je teh pet predlogov Chambliss predstavil kot antitezo svoji konfliktno orientirani teoriji. Chambliss namreč trdi, da »konsenzualno orientirani predlogi temeljijo na napačni predpostavki, saj ne obstaja konsenz vrednot, ki bi bil relevanten za zakon« (Chambliss v Vollum and Adkinson 2003, 102). Chambliss je zakon dojemal kot rezultat

konkurenčnih interesov, saj imajo nekatere skupine zaradi nesorazmerne razdelitve bogastva več moči in vpliva na zakonodajni proces kot druge. To je danes, v času, ko je lobiranje, vsaj zakonsko, popolnoma sprejemljivo, verjetno očitnejše kot kdajkoli pred tem.

Čeprav med obema superjunakoma obstajajo manjše razlike v pristopu in vzdušju, ki preveva mesto, v katerem delujeta, v končni fazi oba zapovedujeta isto stvar: ne krši zakonov(!), oziroma z besedami, ki jih pogostno zasledimo v Batmanovih stripih: »Zločin se ne izplača!«

Poleg tega superjunaški mitos odpira tudi nekatere druga vprašanja. Tako Superman kot Batman sta obdarjena z nadčloveškimi močmi, s katerimi bi lahko vsak posamezni superjunak lastoročno z oblasti vrgel vlado, premagal celotno nasprotnikovo vojsko ali bistveno pripomogel k vzpostavljanju mednarodnega ravnotežja moči. Poleg tega sta oba v svojem bistvu dobra, moralno neomajno nepokvarjena, vedno pripravljena pomagati ljudem v stiski in uporabiti svoje moči v dobre namene. Če bi se zgodba na tem mestu končala, bi bila sporočila, v smislu Ecove pokroviteljske pedagogike, vsaj na ravni otroške literature, zelo sprejemljiva. Toda na tem mestu se pojavi vprašanje, kaj predstavlja dobro znotraj superjunaškega mitosa.

Vzemimo za primer Supermana. Njegove vsemogočne moči mu omogočajo doseg vseh ciljev, ki bi si jih zadal. Toda deluje samo na lokalni mikroravni lovljenja kriminalcev. Edino zlo proti kateremu se bojuje so predstavniki organiziranega kriminala, torej je edina vidna oblika zla v njegovem mitosu napad na zasebno lastnino (kar še precej bolj poudarja Batmanov mitos). Kot smo sicer videli v primeru zgodbe o skorumpiranemu politiku, ki ga podkupi lobist, v njegovem mitosu obstaja tudi zlo v obliki skorumpiranih politikov, toda ti so vedno lokalne, »male ribe«, ki predstavljajo izjemo in ne pravilo. Superjunaški mitos se dosledno drži pravila, da sicer lahko treseš čoln, toda nikar ne poskušaj zatresti oceana. Superman tako predstavlja tipičen primer »državljske zavednosti, ki je ločena od politične zavednosti. Njegov državljski odnos je odličen, toda izvaja ga v okviru majhne, zaprte skupnosti« (Eco 1972, 22).

Ena izmed lastnosti Supermana in Batmana je tudi delovanje v dobrodelne namene: pomoč pri zbiranju denarja za otroke, sirote in podobno. Zato se poraja vprašanje, zakaj svoje moči in čas zapravljata za malenkosti, če pa bi svoje moči lahko uporabila za odpravljanje revščine na globalni - politični ravni, pri njenem izvoru. Če torej edino zlo predstavlja napad na zasebno lastnino, potem dobroto predstavlja samo delovanje v dobrodelne namene. Ta enačaj je zadosten, da označi Supermanov moralni svet.

Poleg tega je predvsem v Supermanovih zgodbah (na primer v zgodbi o posredovanju v samostojno republiko San Monte) nakazan še en problematičen vidik (ki je precej bolj dominanten v nekaterih drugih stripih, kot sta naprimer Captain Amerika ali Captain Marvel) – to je totalna neproblematizacija, oziroma bolje rečeno, totalna samoumevnost pravice, da lahko Američani, v imenu abstraktnih načel demokracije, upravičeno posredujejo (pa naj bo to vojaško ali politično) v notranjih zadevah katerokoli samostojne države. V tej samoumevnosti se skriva vsa t.i. mitologija svetovnega policaja, ki je Američanom omogočila ustvariti in ohraniti imperij.

Če k vsemu opisanemu v tem poglavju, prištejemo še dejstvo, da superjunak (pa naj bo to Superman, Batman ali pa kdo drug) vedno samo reagira na dejanja stalnih podležev ali priložnostnih kriminalcev (superpodleži so edini agenti v superjunaškem mitosu, ki zahtevajo spremembe, toda vsakokrat so nevtralizirani in spravljani za rešetke), postane jasno, da superjunak nikoli ne nastopa v vlogi protagonista (ne predstavlja gonila razvoja) ampak opravlja funkcijo vzdrževalca obstoječega družbenega reda – torej vzdržuje status quo. In prav ta funkcija, v konkretnem primeru, odraža razmerja gospostva – je torej glavni nosilec hegemonije, ki jo Roland Barthes pripisuje mitskemu diskurzu.

## 5 ZAKLJUČEK

V drugem delu te diplomske naloge je bil moj namen ugotoviti, kaj mit sploh je, kakšno vlogo je opravljal v tradicionalnih družbah (oz. družbah brez pisave) in poiskati odgovor na vprašanje, če v moderni družbi, ki temelji na pisavi, obstajajo teksti, ki bi opravljali isto funkcijo, kot jo je v tradicionalnih družbah opravljal mit.

Ugotovil sem, da današnje splošno dojemanje mita kot neresnične zgodbe, temelji na predpostavkah, ki so jih o mitu podali njegovi prvi znanstveni raziskovalci – antropologi. Mit so dojemali kot poseben literaren žanr zgodb, ki govorijo o bogu in na »tehnični« ravni vsebujejo polno iracionalnih, magičnih in neresničnih elementov. Dognanja antropologov niso prinesla rezultatov, ki bi omogočala širše razumevanje mita, saj so se večinoma osredotočali na popisovanje mitov na terenu, čemur so sledile prve okorne definicije mita.

Prve uporabnejše definicije mita so nastale šele v 20. st., ko so francoski strukturalisti, s Claudom Levi-Straussom na čelu, začeli mit obravnavati skozi prizmo človeškega jezika, kot primarnega organizatorja simbolov v smiselne celote. Levi-Strauss je predpostavil, da miti, nastali v tradicionalnih družbah, na »najkrajši možen način skušajo doseči splošno razumevanje sveta« (Levi-Straus 1995, 17) in komunicirajo in ohranjajo »najbolj osnovne ideje in ideale neke skupine« (Thury and Devinney 2005, 270). Tako je postalo jasno, da so miti eden izmed primarnih družbenih institucij, ki ohranjajo in osmišljajo človeško družbo.

Poleg ugotovitev o pomenu mita v tradicionalnih družbah je za raziskovanje mitov pomemben še en Levi-Straussov doprinos. Na podlagi teorije binarnih opozicij, ki tvorijo celoto in pomen, je mit definiral kot »jezikovno obliko, v kateri jezik v naprej določa poskus razumevanja lastne biti in sveta okrog nas, z nalaganjem dalektike, dihotomij in dualističnih mrež na podatke, ki so drugače lahko popolnoma integrirani (Doniger v Levi-Straus 1995, viii). Povedano drugače, mit osmišlja človeški svet, v katerem je zaradi potrebe po razumevanju in komuniciranju vse razdeljeno na binarne opozicije, zato mit paradokse, ki so nastali zaradi razkola med naravo in družbo, prevaja v razumljive termine. Najpogostejša binarna opozicija, ki jo vsebujejo vsi miti, prav tako je ena izmed značilnosti superjunaškega stripa, je delitev sveta na dobro in zlo.

Še uporabnejše definicije mita pa je podal francoski semiolog Roland Barthes, ki je predpostavil, da mit nosi politično funkcijo, ki je lahko izrabljena v propagandne namene. Ugotovil je, da je mit vrsta govora, ki kategorije, ki so drugače zgodovinsko in družbeno pogojene, naturalizira in jih predstavi kot nekaj samoumevnega in naravnega (to lahko počnejo prav vsi teksti in ne samo »zgodbe o bogu«). Naturalizacija nečesa, kar ni naravno pomeni, da smo že z vsakodnevno rabo jezika vpeti v reprodukcijo obstoječih neenakosti, to dimenzijo pa še okrepi dejstvo, da mitska naturalizacija v modernem svetu poteka prek množičnih medijev, ki jih obvladuje kapital.

O pomenu in uporabi mita v propagandne namene je govoril že Platon v antiki, zato sem v nadaljevanju predstavil tudi njegovo teorijo, ki mitu pripisuje osrednjo vlogo pri ohranjanju mestne države. V njej ugotovi, da z nadziranjem in ponavljanjem mitov, ki bodo podpirali ideologijo države, lahko uročimo duše državljanov, da »bodo brez prisile, prostovoljno, izpolnjevali, kar je pravično« (Platon v Detienne 2008, 199). V njegovi teoriji sicer osrednjo vlogo razširjevalca mitologije opravlja pevski zbor, toda če njegovo teorijo nekoliko posodobimo in besedo pevski zbor nadomestimo z množičnimi mediji (med katere štejem tudi stripe), dobimo sliko, ki je na moč podobna današnji realnosti.

Drugi del diplomske naloge sem zaključil z psihološkim vpogledom v vlogo junaka, okrog katerega se vrtilo celotno doganje v vsakem mitu in vsakem stripu. Ugotovil sem, da junaki na zelo subtilen in globok način oblikujejo naše individualne in skupne identitete, saj »junaki, ki jih izberemo, usmerjajo naš zdrav razum o tem, kaj je pomembno v življenju, katere bitke je potrebno biti in kako jih biti« (Thomson in drugi 2005, 100). V svetu, kjer množični mediji nemesto nas predizbirajo in upodabljajo junake, so torej junaki samo del diskurza, ki ohranja status quo.

V družbi, ki je preobremenjena z junaki (naj bodo to športniki, politiki, filmski igralci, glasbeni zvezdniki ali preprosti posamezniki, ki z izrednim dejanjem doživijo svojih pet minut slave), se poraja vprašanje, zakaj je do te preobremenjenosti sploh prišlo. Na podlagi psiholoških teorij ugotavljam, da se s poistovetenjem z junakom in njegovo zgodbo, ki se v mitih, prav tako tudi v stripih, vedno odvija po ustaljenem vzorcu, poistovetimo s svojo psihološko realnostjo v obredih prehoda, saj miti na simbolni ravni, ki vsebuje ločitev – iniciacijo – vrnitev, opisujejo psihološko realnost posameznika, ko iz enega življenjskega obdobja prehaja v drugega (na primer prehod iz mladostništva v polnoletnost).

Najpomembnejše ugotovitve drugega dela diplomske naloge je spoznanje, da mit z naturalizacijo zgodovinsko pogojenih realnosti razlaga in osmišlja svet in komunicira ter ohranja temeljno filozofijo, ki oblikuje družbo, naturalizacija določenih idej pa pomeni, da je mitološki funkciji inherentna reprodukcija obstoječih neenakosti. Predvsem na podlagi teh ugotovitev sem se v drugem delu diplomske naloge lotil raziskovanja kulturne tradicije, ki je podlaga superjunaškemu mitosu, kasneje pa analiziral tekste, nastale v zlati dobi ameriškega stripa, in ugotavljal, katere so primarne teme, s katerimi se ukvarja ameriški superjunaški strip, ter kakšne so temeljne predpostavke, ki jih reprezentira.

Ugotovil sem, da ima junaški mit v ameriški tradiciji že dolgoletno tradicijo in so ga vsebovale že mnoge zgodbe pred pojavom superjunaškega stripa. V tipično ameriškem mitu junak pred napadom eksternega zlobnega drugega rešuje družbo, ki je bila pred pojavom zla v stanju, ki ustreza predstavam biblijskega raja. Ta mitska shema je bila v ZDA tako pogosta, da jo nekateri avtorji poimenujejo kar ameriški monomit. Monomit temelji na protestantski filozofiji odrešenja in »sekularizira judovsko-krščanske sanje o odrešitvi skupnosti« (Lawrence and Jewett 2002, 6). Monomit svojo dokončno podobo dobi ob koncu 30-ih let 20. st., s pojavom stripovskih superjunakov.

Z analizo stripov, nastalih v zlati dobi, sem ugotovil, da je primarna tema ameriških stripov boj proti kriminalu. Ta boj s prikazovanjem poenostavljenega črno-belega sveta, v katerem je edino zlo kriminal, uteleša tipične mitološke binarne opozicije boja med abstraktnim dobrim in abstraktnim zlom, ki ustvarjajo dihotomijo med prav in narobe.

Tipična akcijska dinamika stripa poteka po ustaljenem zaporedju, v katerem se superjunak odzove na situacijo, ki jo v tek požene superzlobnež. Tako postane očitno, da je superjunak nosilec in vzdrževalec statusa quo, saj agente sprememb po tekočem traku pošilja za rešetke. S pristajanjem na podmeno, da zakoni temeljijo na konsenzu, ki predstavljajo interese celotne družbe, strip podpira vrsto parcialnih interesov, ki postanejo dominantni zaradi določenih skupin, ki imajo moč zakon nagniti v svojo korist.

Ameriški monomit in superjunaški strip sta v svojem jedru antidemokratska. Zanikata možnost, da je varnost mogoče zagotoviti z demokratičnimi sredstvi. Edino zlo predstavlja napad na zasebno lastnino, to pa je mogoče preprečiti le s prisilnimi sredstvi. Ta so v rokah junakov, ki zaradi svojih brezmejnih moči in absolutne nezmotljivosti nadomeščajo lik boga, ki mu je

znanstveni racionalizem vzela kredibilnost in na njegovo mesto postavil vrsto sekulariziranih junakov, ki opravljajo delo namesto njega.

## 6 LITERATURA

Barthes, Roland. 1984. *Mythologies*. New York: Hill and Wang.

Campbell, Joseph. 2007. *Junak tisočeri obrazov*. Nova Gorica: Založba Eno.

Detienne, Marcel. 2008. *Iznajdba mitologije*. Ljubljana: Studia humanitatis.

Eco, Umberto. 1972. "The myth of Superman." *Diacritics* vol.2: 14-22.

Hall, Stuart. 1997. *Representation : cultural representations and signifying practice*. London ; Thousand Oaks ; New Delhi : Sage ; Milton Keynes: Sage Publications & Open University.

Inglis-Arkell, Esther. *Market Research Report Claims One in Four Comic Book Readers is 65 or Older*. Dostopno prek: <http://www.comicsalliance.com/2010/09/29/aging-comic-book-audience/> (10. september 2011).

Kane, Bob. 1940. *Bateman no. 1*. New York: Detective Comics, Inc.

Klock, Geoff. 2002. *How to read superhero comics and why*. New York, London: The Continuum International Publishing Group.

Lang, Jeffrey S., and Patrick Trimble. 1988. Whatever happened to the man of tomorrow? An examination of the american monomyth and the comic book superhero. *Journal of popular culture* 22 (3): 157-173.

Lawrence, John Shelton, and Robert Jewett. 2002. *The myth of the American superhero*. Grand Rapids: Wm. B. Eerdmans Publishing Co.

Levi-Straus, Claude. 1995. *Myth and meaning: Cracking the code of culture*. New York: Schocken Books.

McCloud, Scott. 1993. *Understanding comics: The invisible art*. New York: HarperCollins Publishers. Rank, Otto. 1914. *The myth of the birth of the hero*. New York: The journal of nervous and mental disease publishing company.

Reynolds, Richard. 1992. *Super heroes: A modern mythology*. London: B.T. Batsford Ltd.

Siegel, Jerry, and Joe Shuster. 1938. *Action comics no. 1*. New York: Detective comics, Inc.



—. 1939. *Superman no. 1*. New York: Detective Comics, Inc.

Siegel, Jerry, in Joe Shuster. 1939. *Action Comics no. 15*. Zv. 15. New York: Detective Comics, Inc.

Skoble, Aeon J. 2005. Superhero revisionism in Watchmen and The dark knight returns. *Superheroes and philosophy*, ur. Tom Morris in Matt Morris, 30-41. Chichago: Carus publishing company.

Stanković, Peter. 2006. *Politike popa: uvod v kulturne študije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

*Sveto pismo stare in nove zaveze*. 1994. Ljubljana: Svetopisemska družba Slovenije.

Thomson in drugi, Iain. 2005. *Comics as philosophy*. Jackson: University Press of Mississippi.

Thury, Eva M., and Margaret K. Devinney. 2005. *Introduction to mythology: contemporary approaches to classical and world myths*. New York, Oxford: Oxford university press.

Vollum, Scott, and Cary D. Adkinson. 2003. The portrayal of crime and justice in the comic book superhero mythos. *Journal of criminal justice and populrar culture* 10 (3): 96-108.

*Wikisource*. Dostopno prek: [http://en.wikisource.org/wiki/Comic\\_book\\_code\\_of\\_1954](http://en.wikisource.org/wiki/Comic_book_code_of_1954) (21. junij 2011).

Wright, Bradford W. 2003. *Comic book nation: The Transformation of youth culture in America*. Baltimore: The Johns Hopkins university press.

## **PRILOGA A**

### **ZGODOVINSKI PREGLED MARKETINŠKIH PRISTOPOV STRIPOVSKE INDUSTRIJE**

V tem dodatku želim v kronološkem zaporedju predstaviti nekatere značilnosti marketinških pristopov stripovske industrije, ki so neločljivo povezani s spremembami, ki so v kulturno-zgodovinskem smislu narekovale smernice v industriji, marketinški pristop pa jim je moral nujno slediti, če je industrija hotela preživeti. Industrija je nastala v poznih 30-ih letih, zato prelom marketinga skozi zgodovino odseva spremembe centralnih marketinških pristopov. Ti so prek osredotočanja na produkcijo, produkt in prodajo prešli v današnjo fazo, ki se osredotoča predvsem na zadovoljitve potreb, ki so v interesu stranke.

Zavedam se, da je ta pregled nekoliko okrnjen, toda razlog za to tiči v preprostem dejstvu, da je bilo raziskovanje stripov v preteklosti zanemarjeno, sploh v smislu marketinga (iskanje knjig in člankov na to temo ni obrodilo sadov). V zadnjih letih so sicer začele nastajati nekatere širši publiki dostopne raziskave stripovskega trga, toda s ceno 1200 ameriških dolarjev za vsako posamezno leto so mi nedostopne. Edine konkretnije podatke sem dobil iz nekaterih zgodovinsko-kulturoloških študij, kjer so avtorji marketing dojemali kot neločljiv del stripovske celote. Vse meni dosegljive podatke sem skušal urediti v čim bolj smiselno celoto.

V prvi tretjini 20. st. so bile v ZDA med najbolj brani in najpopularnejšimi oblikami zabave šund revije, ki so s ceneni akcijskimi, fantazijskimi in pustolovskimi zgodbami apelirale na grozljiva, sadistična in groteskna občutja. Uspeh ceneni revij je nakazal, da je obstajal donosen in večinoma mladoleten trg, z okusom, precej drugačnim od prevladujočega. Na ta trg so leta 1938 vstopili superjunaški stripi, prvi produkti zabavne industrije, katerih ciljna publika so bili otroci in mladostniki. Založniki so z marketinškim pristopom »obšli starše in merili direktno na okus otrok in adolescentov« (Wright 2003, 27). Temu pristopu je bilo primerno tudi cenovno pozicioniranje, saj so bili zelo poceni (stali so 10 centov), tako da so jih otroci lahko plačali iz svoje žepnine.

V skladu z duhom časa je bil marketinški pristop orientiran na produkcijo, z izkoriščanjem ogromnega ameriškega trga, ki je govoril isti jezik. Prvi junaki so z ustvarjanjem avre o zaščitniku povprečnega Američana apelirali na otroke nižjega in srednjega socialnega statusa. Uspeh je temeljil na čim večjem številu prodanih enot, kar ni bilo tako težko, saj je ogromno prodajo generirala novost superjunaških stripov. Ustvarjalci so predpostavljali, da je »superjunaški apel na mladostno publiko preprosto odvisen od tega, kako zanimiv je njegov kostum in kakšne so njegove nadnaravne moči« (Wright 2003, 22).

Produkcijsko orientiranemu pristopu je sledila tudi distribucija, katere cilj je bil čim večja pokritost prodajnih mest. Stripe je bilo mogoče kupiti v časopisnih kioskih, manjših zasebnih trgovinah, kakor tudi v ogromnih supermarketih, ki so se takrat že začeli pojavljati v nekoliko večjem številu. Distribucijski kanali so ostali nespremenjeni do konca 80-ih let, ko so spremembe na trgu zahtevale spremembo dostopa da ciljne publike.

Leta 1941 je Amerika vstopila v vojno, kar je povzročilo ogromen razcvet stripovske industrije. Vstop Amerike v vojno je spremljal porast patriotizma, zato so razcvet doživeli junaki s pridihom le-tega. Temu trendu so sledili vsi večji založniki, ki so na novo ustvarili vrsto superjunakov, katerih glavni smoter je bil poudarjanje patriotizma in podpora ameriških vojaških agend ali pa že obstoječe junake poslati na patriotske naloge v tujini. Najbolj znana na novo ustvarjena junaka, z očitno patriotsko noto, sta bila Captain America in Captain Marvel. Domačemu trgu mladostnikov se je pridružil tudi trg ameriških vojakov v tujini, tako da so stripi postali del takratne vojaške kulture. New York Times je poročal, da so kar eno četrtno vseh revij, poslanih vojakom v tujino, predstavljali stripi (Wright 2003, 31).

Vojno so založniki izkoristili tudi za izboljšanje javne podobe stripov. Stripi so imeli takrat namreč zelo slab ugled v javnosti in so veljali za čtivo brez literarne vrednosti. Povezovanje superjunakov s patriotskimi vojnimi naporji je bil samo eden od pristopov. Poleg tega je DC Comics (takrat največji založnik stripov) na lastno pobudo ustvaril tudi Editorial Advisory Board (nekakšen organ, ki bo svetoval urednikom). V sporočilu, ki je apeliral predvsem na starše, so zapisali, da »globoko spoštujejo in se zavedajo svojih obveznosti do mladostnikov v Ameriki in njihovih staršev, prav tako pa se zavedajo odgovornosti, ki jih imajo starši do svojih otrok« (Wright 2003, 33). V ta namen so ustanovili odbor, ki je bil sestavljen iz »profesionalnih moških in žensk, ki se že celo življenje ukvarjajo z otroško psihologijo, izobraževanjem in blaginjo«

(Wright 2003, 33). Odbor je bil, med drugim, sestavljen iz učiteljev angleščine, ekspertov, ki so preučevali otroke, voditeljev skavtov, znanih športnikov in podobno. Zaradi nepodpore ostalih akterjev v industriji organ ni zaživel, zato tudi ni imel večjega vpliva na izboljšanje podobe v javnosti.

Leta 1945 je bila branost superjunaških stripov ogromna. Kar 95 % moških starih 6 – 11 let je bralo stripe, prav tako 84 % moških, starih 12 – 17 let, 41 % moških, starih 18 – 30 let in 16 % moških, starejših od 30 let (Wright 2003, 57). Branost med ženskami v istih starostnih skupinah je bila sicer nekoliko manjša, čeprav ni veliko zaostajala. To je na področju oglaševanja omogočalo, da so stripi vsebovali oglase, namenjene zelo različnim ciljnim publikam. Stripi so tako vsebovali različne oglase za otroške superge, zračne puške, kolesa, oglase za povečevanje moči Charlesa Atlasa, izdelke za nego las in izgubo teže, namenjenih ženskam, oglase za zdravstvena zavarovanja in tečaje za radioamaterje. Poleg tega je bil pogost oglaševalski pristop promocijsko prikazovanje izdelkov (ang. product placement) v samem stripu (na primer Batman v eni od zgodb uporablja napravo za prisluškovanje, ki jo poleg tega oglašujejo tudi na straneh, ki so namenjene oglasom), kar je bila praksa vse od nastanka stripov dalje.

Vsak od založnikov je izdajal večje število stripov z različnimi junaki v glavnih vlogah. Zato je nastal problem, kako zvestim bralcem Batmana ali Supermana predstaviti tudi npr. Aquamana. Problem so rešili z navzkrižnim oglaševanjem. V Supermanovih zgodbah se je začel pojavljati tudi Aquaman (in obratno), poleg tega pa so začeli izdajati tudi stripe, v katerih so stalno skupaj nastopali različni junaki iz založnikovega nabora naslovov. Najbolj znan tak primer je strip *Justice League of America*, v katerem so skupaj nastopali Superman, Batman, Aquaman, Flash, Green Lantern, Martian Manhunter in Wonder Woman. Tako so bralcem izjemno popularnega Supermana predstavili tudi druge, manj popularne junake.

Okrog leta 1945 je superjunaški trg postal prenasičen, zanimanje je plahnelo, temu je sledil tudi upad prodaje. Superjunaki, nastali v situaciji po veliki ameriški depresiji, ki so jih nekoliko preobrazili za potrebe trga med drugo svetovno vojno, so izgubili svoj apel. Captainu Marvelu, najbolj prodajanemu junaku med drugo svetovno vojno, je prodaja v letu 1949 v primerjavi z letom 1945, padla za polovico (Wright 2003, 57). Poleg tega po letu 1944 ni bil predstavljen noben nov junak, ki bi se prodajal v zadostnih številkah. Slaba prodaja je založnike prisilila, da

so ukinili izdajanje večine svojih superjunaških stripov. Preživeli so samo nekateri največji (na primer Superman in Batman).

Založniki so rešitev za izhod iz rdečih števil poiskali v večji diverzifikaciji izdelkov. Nastala je cela vrsta novih stripovskih žanrov, ki so pokrivali različne segmente trga. Med novonastalimi žanri so bili mladostniški humor; stripi, ki so apelirali na seks in sado-mazohistične impulze; stripi, ki so se dogajali v džungli; kriminalni stripi; romantični stripi, ki so apelirali na zapostavljen ženski trg (doživeli so ogromen uspeh; leta 1949 so v prodaji presegli vse ostale žanre); z začetkom korejske vojne je sovpadal tudi nastanek vojnih stripov, ki so opisovali življenje povprečnega ameriškega vojaka; izobraževalni stripi; znanstveno-fantastični stripi; grozljivi stripi; stripi o živalih; stripi, ki so predelovali klasične romane ... Večina novih žanrov je nastala znotraj določene založniške hiše, in če je žanr doživel prodajni uspeh, so temu trendu začeli slediti tudi ostali založniki.

Poleg diverzifikacije je bilo potrebnih še nekaj drugih prilagoditev, saj so se značilnosti ciljne publike spremenile. Okusi adolescentov so postali precej bolj podobni okusom odraslih kot okusom otrok, zato so zavračali vse produkte, ki so jih obravnavali kot otroke. Rešitev tega problema je bila v »bolj odraslih zgodbah«, ki so dogodke opisovale na inteligentnejši način, ki je odseval dokumentarni ton.

Značilnost superjunaških stripov do konca druge svetovne vojne je bilo pripovedovanje »resnih« zgodb v zelo »resnem« tonu (na primer zgodbe o posledicah kriminala in podobno). Po koncu druge svetovne vojne se je klima sprostila, zato so se tudi v nekaterih žanrih, kjer so prej prevladovali »resne« zgodbe, začele pojavljati bolj smešne in nekoliko bolj fantazijske zgodbe, ki so dogodke obravnavale na bolj sproščen način.

V obdobju, ko so superjunaške stripe začeli dopolnjevati z ostalimi žanri, je bila stripovska industrija na svojem višku (1950 – 1954). Povprečna mesečna cirkulacija stripov je iz 17 milijonov v letu 1940 narasla na 70 – 100 milijonov v letu 1953. Leta 1950 je izhajalo 300 različnih stripov s skupnim mesečnim dohodkom 41 milijonov dolarjev, leta 1953 pa je izhajalo 650 stripov s skupnim mesečnim prihodkom 90 milijonov dolarjev.ocene za leto 1953 kažejo, da je bilo za stripe potrošenih približno en bilijon dolarjev (Wright 2003). Toda na stripovsko industrijo so se začele kopičiti težave.

Stripi v javnosti že tako nikoli niso imeli veliko ugleda, vrsta stripov, ki je upodabljala sadistične, kriminalne, nasilne in podobne prizore, pa je tej težavi še izdatneje dolila olje na ogenj. Skupine pritiska, z dr. Friedrichom Werthamom na čelu, ki so se borile proti mladostniškemu kriminalu, so za glavnega grešnega kozla določila prav stripe. Stvar je prišla tako daleč, da so se s tem problemom začele ukvarjati tudi različne senatne komisije, kar je pomenilo, da obstaja resna možnost zakonske regulacije stripovske industrije. Do leta 1954 so je stripovska industrija branila s sklicevanjem na svobodo govora, toda leta 1954 so te skupine zbrale toliko moči, da je postalo jasno, da mora industrija problem začeti reševati drugače, saj so ti napadi začeli resno škodovati njenemu ugledu.

Problem so začeli reševati tako, da je celotna stripovska industrija sprejela smernice, zbrane v Stripovskem kodeksu (nastal je na podlagi podobnega kodeksa, ki ga je že pred tem sprejela filmska industrija), ki so veljale za celotno stripovsko industrijo. Kodeks je de facto uvedel samocenzuro. Poleg paragrafov, ki obravnavajo samo vsebino, je vseboval tudi paragraf, ki prepoveduje oglaševanje izdelkov, kot so noži, pištole in ostalo orožje (poleg alkohola, tobaka in spolnih pripomočkov, ki pa tako ali tako v stripih niso bili nikoli oglaševani), ki niso primerni za otroke. Javno je bil kodeks predstavljen v luči »moralnih dolžnosti do otrok« (Wright 2003, 173), toda resničen interes se je skrival v dejstvu, da bi zunanja zakonska regulacija pomenila precej strožje omejitve, kot so bile vsebovane v kodeksu. Za izvrševanje določil je bil zadolžen odbor s stripovskim carjem na čelu. Ta je stripom, ki so ustrezali vsem zahtevam, podelil značko »CMAA approved« (slo. CMAA – interesno združenje založnikov stripov – odobrava ta strip) in je bila natisnjena na naslovnici.

Novi, strožji pogoji izdaje stripov so v dveh letih prepolovili število izdanih naslovov (leta 1954 je izhajalo 650 različnih stripov, dve leti kasneje pa samo še 300), prav tako je iz panoge izstopilo ali pa propadlo 18 založnikov (Wright 2003). Odzivi industrije na spremembe z diverzifikacijo in sprejetjem Stripovskega kodeksa v grobem predstavljajo tudi ločnico, ko se je marketinški fokus iz produkcije prestavil na izdelek in prodajne metode, primarna skrb pa je postala kvaliteta izdelka. Toda to ni bila edina težava, ki so je zgrnila nad industrijo.

Do sredine 50-ih let je bil strip glavni medij zabave, namenjen mladostnikom. V tem času so na trg začeli vstopati tudi drugi mediji, ki so odkrili do takrat še neodkrit mladostniški trg. Leta 1955 je namreč večina domov že imela televizor (radio je bil že pred tem stalnica v vseh

gospodinjstvih), kar pomeni, da je televizija postala resen konkurent stripu. Televiziji pa sta se sredi 50-ih let pridružila še film, ki je v tem času odkril potenciale mladostniškega trga (nastala je vrsta filmov, namenjenih mladostnikom – na primer *Upornik brez razloga* z Jamesom Deanom v glavni vlogi) in glasbena zvrst rock and roll, ki je obsedla mladino širom Amerike. Na nastalo težavo se je morala odzvati tudi stripovska industrija.

Rešitev težave je bila ustanovitev vrste franšiz na filmskem platnu in televiziji, ki je stripovske junake mladostnikom servirala tudi prek ostalih medijev. Resnici na ljubo je franšizing v stripovski industriji obstajal že pred tem, le njegovi vplivi so bili manjši. Radio, je bil pokrit že od začetka 40-ih let, ko so vsi večji junaki začeli nastopati v različnih radijskih oddajah. Poleg tega je bilo moč nekatere stripovske junake že v 40-ih letih v obliki kratkih zgodb zaslediti v različnih dnevnikih časopisih.

Toda radio je bil sredi 50-ih let bolj ali manj stvar preteklosti, televizija in film pa stvar prihodnosti. Večji junaki so sredi 50-ih in v začetku 60-ih let dobili svojo televizijsko nanizanko in svojo filmsko franšizo. Najuspešnejši televizijski seriji sta bili *Adventures of Superman* (1952 – 1958) in serija *Batman*, ki je leta 1966 dosegla izjemen uspeh, in pripomogla k temu, da je Batman spet postal eden izmed najbolj prodajanih stripovskih naslovov.

Poleg tega je so v 50-ih in 60-ih letih nastali tudi nekateri kratki in celovečerni filmi s superjunaki v glavni vlogi, toda film je šele precej kasneje postal izjemno pomemben kanal za doseg ciljne publike.

To je bilo obdobje, ko so se prvič pojavile tudi akcijske figurice, ki so upodabljale stripovske junake in so takoj postale eden izmed pomembnejših pristopov, katerega cilj je bil opominjati potrošnika na osrednji proizvod (ki je bil takrat, kljub različnim franšizam, še vedno strip) s čim večjim naborom različnih licenciranih produktov. Poleg akcijskih figuric je bilo mogoče na primer Supermanovo podobo zaslediti na tako različnih produktih, kot so pištole, razrezan kruh ali pa arašidovo maslo (Wright 2003).

Toda franšizing, ki je stripovske junake pripeljal na male zaslone, so si lahko privoščili samo največji založniki, manjši so se še vedno ukvarjali s padcem prodaje. Najbolj prilagodljivi so našli nišne stripovske trge, ki so jim omogočili preživetje. Eden izmed takih je bil trg otrok oziroma prednajstnikov, toda ta trg je bil majhen, zato je na njem lahko preživelo samo omejeno število manjših založnikov. Drugi nišni trg je pokrival en sam založnik – Dell Publications, ki je

izdajal licencirane stripovske adaptacije junakov Walta Disneya, Warner Brothersa in televizijskih junakov, kot so Tarzan, Davey Crockett in Lone Ranger. Ciljna publika tega trga so bili starejši otroci in mlajši najstniki. Poleg tega trga je obstajal še trg za stripe z vietnamsko vojno tematiko; tudi tega je obvladoval samo en manjši založnik, ki je ciljalo predvsem na starejše najstnike in mlajše odrasle osebe.

Zanimanje za stripe je v Ameriki še vedno obstajalo, le najti se je moral nekdo, ki je bil sposoben zblížati zahteve Stripovskega kodeksa z zahtevami adolescentov. In to je uspelo založniku z imenom Marvel.

Konec 50-ih let je bila Marvelova poslovna strategija imitacija trendov s poudarkom na kvantiteti pred kvaliteto, z najmanj dvema naslovoma v vsakem žanru (Wright 2003). Toda upad prodaje v celotni panogi je prisilil vodstvo Marvela v spremembe. Na položaj odgovornega urednika so postavili mladega Stana Leeja (poleg tega je postal tudi glavni tekstopisec), kar se je izkazalo za odlično potezo, saj je lastoročno preobrazil stripovsko industrijo.

Slutil je (to je bilo še pred obdobjem marketinških raziskav trga), da njegov stil pisanja, kakor tudi stil grafičnega upodabljanja Steva Ditka in ostalih Marvelovih risarjev, precej bolj ustreza nekoliko starejši publiko, zato je za ciljno publiko »postaral« na starejše najstnike in mlade odrasle. V ta namen je spremenil nekatere že obstoječe produkte, na primer naslov stripa *Amazing Fantasy* (slo. Osupljiva domišljija) je spremenil v *Amazing Adult Fantasy* (slo. Osupljiva odrasla domišljija) in ga podnaslovil *The magazine that respects your intelligence* (slo. Revija, ki spoštuje tvojo inteligenco).

Iz neuspešnih poskusov tekmecev, ki so sredi 50-ih let poskušali obuditi superjunake, ki so uspevali v 40-ih letih, se je naučil, da stare bipolarne upodobitve junakov v boju z nasprotniki veljajo za naivne, zato je shemo zgodb zastavil na drugačen način: v svojih zgodbah je apeliral na moralna protislovja, ki so jih mladi ljudje prepoznali in se nanje odzvali. V teh zgodbah je opisoval junake, ki so imeli nadčloveške moči, toda te moči niso bile darilo (tako kot v zgodbah iz 40-ih let) ampak so bile prej prekletstvo, ki je junake oddaljilo od družbe, saj se jih je taista družba zaradi njihovih moči bala in jih zato posledično zavračala. Fokus zgodb je iz nadčloveškega alter ega prestavil na življenje osebe, ki mora živeti z svojim alter egom, obsojenim za pomoč drugim. Na ta način mu je uspelo ujeti duh časa, saj so njegove zgodbe



precej bolj odsevale realnost življenja urbanih mladostnikov, ki so v mestih občutili atomiziranost posameznika.

Na tej podlagi je ustvaril vrsto novih stripov, kot so The Fantastic Four, The Hulk, The X-Men in predvsem Spider-Man, ki je postal najbolje prodajan Marvelov strip in najbolj imitiran stripovski arhetip po Supermanu. Spider-Man je postal prva stripovska žajfnica (ang. soap opera), saj so zgodbe z melodramatičnim pristopom opisovale prigode Petra Parkerja, ki je postal vsaj tako prepoznaven in zanimiv kot njegov alter ego Spider-Man.

Lee je celoten proces izdajanja stripov obravnaval kot ogromno marketinško kampanijo (Wright 2003, 218), ki je s preračunanim pristopom ustvarjala celoto Marvelove izkušnje in tako v grobem postavil ločnico med produktno/prodajno usmerjenim marketinškim pristopom in pristopom, v katerem osrednje mesto zavzemajo zahteve in potrebe konzumentov.

Prvi del pristopa je vseboval tehnike, s katerimi je Marvel svoje stripe distanciral od konkurence in se dvignil nadnje. Z ustvarjanjem podobe, ki je poudarjala popularnost in modnost Marvelovih stripov, so založniško hišo in njene stripe prikazovali kot zvezde, ki v superjunaškem vesolju nimajo para. Tak primer so na primer namerno pretiranimi opisi stripa na naslovnici (kot na primer »One of the most eagerly-awaited action dreams of all time« ali po slovensko »Najbolj željno pričakovane akcijske sanje vseh časov«) ali pa že prej omenjene obljube o reviji, ki spoštuje inteligenco.

Z uredniškimi uvodniki, odgovori na vprašanja in pisma bralcev, različnimi tekmovanji za najboljši amaterski scenarij in upoštevanjem predlogov bralcev so ustvarjali pristen dvosmeren odnos s publiko. Z obljubami in vpogledi v naslednjo epizodo (Na primer: »V naslednji številki: Več očarljivih podrobnosti o življenju in prigodah najbolj osupljivega najstnika – Spider-Mana – superjunaka, ki bi lahko bil – ti«), so ustvarjali okolje, v katerem so stalno podaljševali zanimanje za strip. Lojalnost stripu so povečevali oziroma ohranjali z ustanovitvijo uradnega Spider-manovega fan kluba, ki je za pristopno ceno enega dolarja (cena, ki je bila enaka približno osmim številkam stripa) omogočal različne ugodnosti in ekskluzivnosti, ki jih nečlani niso imeli (mednje štejejo predvsem nakup različnih produktov, ki nečlanom niso bili dosegljivi).

Centralni del pristopa je bil koncept enotnega »Marvelovega univerzuma«, v katerem so vsi njihovi stripi delovali kot narativna celota. Navzkrižne reference znotraj različnih stripov; ponavljajoče interne šale; samorogajoč humor v vseh stripih; kratka pojavljanja bolj znanih

junakov v drugih (manj znanih) stripih, tako da so redni bralci v končni fazi spoznali vse Marvelove junake; promocija bojev med različnimi superjunaki, s katerim so ustvarjali zanimanje bralcev in razreševali žgoče in pogosto dolgotrajne debate fanov, kdo bi zmagal v medsebojnem dvoboju dveh različnih Marvelovih junakov.

Končen rezultat vseh zgoraj opisanih pristopov je bila celota, ki bi jo lahko opisali kot tipičen Marvelov stil, katerega cilj je bil preplet vseh karakterjev, zgodb in referenc v zgodbah v povezano moderno mitologijo, ki je vsebovala visoko stopnjo vpletenosti bralcev.

Prilagoditev produkta zahtevam časa (predvsem obljube o inteligentnejših zgodbah) je razširila ciljno publiko na največjo ameriško demografsko skupino – skupino povojnih »baby boomerjev« v njihovih poznih najstniških in zgodnjih dvajsetih letih. Najzvestejši bralci so postali mladi študentje na univerzitetnih kampusih, med katerimi so Marvelovi stripi dosegli kulturni status, o čemer pričajo dnevne gore pisem, ki jih je založba prejela iz različnih kampusov širom Amerike. Uspeh tega pristopa se je poznal v prodajnih številkah, saj so se leta 1967, v primerjavi z letom 1962 podvojile, medtem ko so prodajne številke konkurentov ostale nespremenjene, oziroma so se celo zmanjšale.

Uspeh tega pristopa je ostale konkurente presenetil, zato niso imeli produktov, ki bi lahko parirali z Marvelovimi. Edini, ki je lahko pariral, je bil DC Comics, pa še ta z drugačnim pristopom. Ponovno oživljeno ameriško fascinacijo s superjunaki so sredi 60-ih let izkoristili tako, da so začeli predvajati že prej omenjeno televizijsko serijo Batman, ki je bila izjemno uspešna in je prikovala mladino pred televizorje, posredno pa povečala tudi prodajne številke Batmanovih stripov. Serija je po dveh sezonah izzvenela, saj so gledalci zavrnil komične upodobitve Batmana, ki so postale njen zaščitni znak, zato so zaradi distanciranja od serije stripovske zgodbe ponovno vrnil k formulaičnim narativnim vzorcem iz začetka 40-ih let.

Leta 1969 se je fascinacija z Marvelovimi junaki, prav tako norija okrog Batmanove televizijske serije, končala in prodajne številke so začele upadati, prodajo pa je še dodatno okrnilo zvišanje cene stripa (kar je veljalo za celotno industrijo), ki so jo zaradi inflacijskih pritiskov iz 12 centov zvišali na 15 centov. Založniki so se proti padcu borili s povečanimi vložki za oglaševanje v drugih medijih (na primer leta 1971 Spider-Man upodobi naslovnico prestižne revije Rolling Stone, pesem o njem napiše takrat priljubljeni pevec Jerry Jeff Walker), vendar brez večjih uspehov.

V 70-ih letih je industrija stagnirala. Glavni fokus založnikov so bili še vedno superjunaški stripi, temelječi na Supermanovem ali Spider-Manovem arhetipu. Edine inovacije so nastale na področju nišnih trgov, saj so začelo izdajati vrsto novih stripov, namenjenih ameriškim manjšinam (na primer stripi z afro-ameriški ali latinskimi superjunaki v glavnih vlogah) in ženskam (ženske superjunakinje), ki pa so se prodajali izredno slabo.

Poleg teh problemov se je industrija ukvarjala še z enim problemom, ki jo je spremljal že od njenega nastanka – s slabim ugledom v očeh splošne javnosti, ki je stripe dojemala kot ceneno otroško smetje. Problem so enkrat za vselej poskušali rešiti z ustanovitvijo Akademije za stripovske umetnosti, ki bi v stilu filmske industrije vsakoletno podeljevala nekakšne stripovske oskarje, prirejala stripovske razstave in na splošno promovirala dvig vrednotenja stripov v očeh javnosti. Poskus je propadel, saj ni doživel vsesplošne podpore znotraj stripovske industrije.

Slab ugled v javnosti in nizka cena stripov sta začela škoditi industriji tudi na drugih področjih. Manjše družinske prodajalne in časopisne stojnice so bile dolgo časa glavni distribucijski kanal za doseg ciljne publike, toda v 70-ih letih so jih začeli izpodrivati nakupovalni centri in ogromne verige veleblagovnic, ki so zaradi slabega ugleda stripov in prenizkega dobička stripe bolj ali manj ignorirali (v najboljšem primeru so prodajali manjše število najpopularnejših naslovov). Industrija se je odzvala z višanjem cene stripov (cena je iz 15 centov v letu 1969 narasla na 40 centov v letu 1979), kar je sicer ustrezalo velikim prodajalcem, ki so zato povečali nabor prodajanih naslovov, toda istočasno je od nakupa odvrčalo kupce, ki so bili omejeni s tedensko žepnino v vrednosti nekaj dolarjev.

Upad prodaje se je zelo poznal manjšim založnikom, toda na DC Comics in Marvel to ni imelo velikega vpliva, saj sta sredi 60-ih let postala del večjih globalnih konglomeratov, ki so ju preoblikovali v multimedijske korporacije zabavne industrije. Oba največja založnika sta tudi v 70-ih letih ostala dobičkonosna, predvsem na račun tujih trgov, na katere sta lansirala filmske franšize (na primer v 70-ih letih je Warner Brothers na trg poslal izredno uspešen film Superman), televizijskih serij (Wonder Woman in The incredible Hulk dobita svojo televizijsko franšizo) in prodaje licenc za upodabljanje junakov na/v drugih produktih. V 70-ih letih je namreč eksplodiral trg akcijskih figur in ostalih spremljajočih proizvodov (ang. merchandise), tako da se je prvič v zgodovini stripovske industrije zgodilo, da so franšize in prodaja licenc prinesle večji del zaslužka kot njihov osrednji produkt.

V času, ko je industrija izgubila velik del svoje ciljne publike, je postajala vedno pomembnejša skupina entuziastov - fenov, ki so jim stripi predstavljali precej več kot obliko zabave. Srečevali so se na vsakoletnih stripovskih sejmih, imenovanih Comic cons, se združevali v različne klube in ustvarjali različne, stripom posvečene revije. Sicer je bila ta skupina številčno majhna, toda zaradi svoje lojalnosti so postajali vse pomembnejši trg, sčasoma (v 80-ih letih) pa so postali celo glavna ciljna publika stripovske industrije.

Organizacijska struktura stripovske industrije je ostala nespremenjena vse od njenega nastanka, čemur so bili prilagojeni tudi distribucijski kanali in cenovno pozicioniranje, celoten pristop pa je temeljil na masovni prodaji izdelkov. Toda spremembe na trgu so industrijo prisilile, da se je konec 80-ih let bistveno prestrukturirala. Ciljna publika v 80-ih letih postala izredno številčno omejena, toda lojalna skupina fenov, zato so svoj marketinški pristop ponovno redefinirali okrog te ciljne skupine.

Prva organizacijska sprememba je bila menjava distribucijskih kanalov. Distribucijo, ki je preko različnih posrednikov razpečevala stripe do končnih prodajnih mest, kot so bile manjše splošne trgovine, veleblagovnice in nakupovalni centri, je zamenjala direktna distribucija stripov do majhnih prodajalnih, ki so se specializirale na prodajo stripov. Lastniki teh prodajalnih so bili stripovski feni, ki so zelo dobro poznali trg in proizvod, ki so ga prodajali. Ti mali trgovci so si izpogajali velike popuste, v zameno pa so se odrekli pravici do vračila neprodanih proizvodov. Neprodane izvide so trgovci zavili v plastične ovitke, jih pospravili v škatle (kjer so jih shranili za nedoločen čas), kasneje so jih preprodali (pogosto za precej višjo ceno) kot zbirateljske edicije preteklih izdaj. Ta sistem je koristil vsem vpletenim, saj so izdajatelji v prejšnjem sistemu distribucije natisnili tri neprodane izvide stripa na vsak prodan izvod (Wright 2003, 261), kar jim je prinašalo velike izgube. Na ta način je tudi prodaja manjšega števila stripov prinašala velike dobičke, ki so letno rasli po 10 – 20 % stopnji (Wright 2003, 280). Tipičen stripovski ljubitelj je mesečno v stripovskih prodajalnah konec 80-ih let zapravil 20 dolarjev, letni promet celotne industrije pa se je iz 350 milijonov v letu 1991 zvišal na eno milijardo v letu 1993 (Wright 2003, 280).

Konec 80-ih in v začetku 90-ih let je eksplodiral trg zbirateljstva, kar je bila direktna posledica distribucije preko specializiranih prodajalnih. Preprodavanje preteklih zbirateljskih edicij je nekaterim posameznikom prinesla velike zaslužke, zato je trg začel kupovati stripe z namenom

špekulacije. To je povzročilo velik skok prodaje, saj so posamezniki začeli kupovali stripe z namenom investicije v prihodnost. Na začetku 90-ih let je bil stripovski trg tretji največji zbirateljski trg v Ameriki (Wright 2003).

Kultura fenovstva je omogočila tudi razvoj zvezdniškega sistema znotraj stripovske industrije, saj je dobro poznavanje pisateljev in risarjev s strani bralcev omogočilo, da se je ustvarila nekakšna hierarhična lestvica ustvarjalcev, kar je začela izkoriščati tudi industrija.

Tem pojavom je sledil tudi oglaševalski pristop založnikov, ki so s promocijo dogodkov kot so superjunakova smrt, menjava kostuma in oglaševanjem del zvezdniških ustvarjalcev, dvigovali pričakovanja bralcev in dvignili špekulacijsko ceno stripov, kar je še povečalo prodajne številke. Še dodatno so prodajo povečevali z navzkrižnimi serijami, v katerih so se visoko promovirani »dogodki« dogajali v različnih številkah in v različnih serijah, kar je kupce oz. bralce prisililo, da so kupili ogromno število izvodov. Situacija je prišla tako daleč, da so stripe v plastično embalažo začeli ovijati že kar založniki, saj je bila velika večina stripov kupljenih z namenom špekulacije.

Osredotočanje na prodajo čim večjega števila stripov s čim nižjo ceno je pomenilo, da so bili stripi v preteklosti tiskani na cenenem papirju v najbolj osnovnih barvah. Zaradi povečanega ugleda stripov na začetku 90-ih (predvsem zaradi možnosti zaslužka, dobičkonosnosti industrije, nekaj pa tudi zaradi tega, ker so stripi takrat že predstavljali del ameriške kulturne dediščine) so se založniki odločili, da mora temu slediti tudi kvaliteta tiska in materiala. Tako so stripe začeli tiskati na debelejši in močnejši papir, barvna paleta je postala širša, slika ostrejša in bolj detajlna.

Povečanemu ugledu stripov je sledila tudi paleta oglasov, prikazanih v stripih. Oglase za cenene pripomočke in nepotrebne produkte so zamenjali oglasi za hollywoodske filme, video igrice in dizajnerska oblačila.

Na špekulacijsko kupovanje stripov se je industrija odzvala tudi s povečanjem količine najbolj promoviranih izdaj (ki so izšle v milijonskih nakladah), kar je v končni fazi pomenilo, da se je zbirateljska vrednost izdelka močno zmanjšala. Sistem se je do sredine 90-ih let izrodil, prodaja drastično zmanjšala, s tem pa so upadli tudi dobički.

Do konca 90-ih let je industrija stagnirala v iskanju nove rešitve za izhod iz krize. Izhod so, tako kot že v preteklosti, našli v franšizingu in licenciranju. Vse svoje najuspešnejše superjunake so v

obliki blockbusterjev poslali v boj na filmska platna, kjer so dosegli izjemen uspeh (in izjemne dobičke). Tako je nastala situacija, ko so direktni dobički iz stripovskega medija postali zanemarljivi, toda izpad dobičkov iz tega medija so nadomestili s filmom (na primer na višku svoje popularnosti so založniki prodali tudi do 8 milijonov izvodov ene številke (Wright 2003, 279), danes znaša naklada najpopularnejših stripov okoli 100.000 izvodov (Inglis-Arkell 2010), zaslužki najuspešnejših filmskih naslovov pa se gibljejo v rangi med 150 in 600 milijoni dolarjev; naj še kot zanimivost omenim, da je po zadnjih raziskavah kar četrtina današnjih bralcev stripov starejša od 65 let (Inglis-Arkell 2010), kar je zelo zanimivo dejstvo za industrijo, za katero so bili mladostniki vedno glavna ciljna publika). To se odlikava tudi v dejstvu, da sta Marvel in DC Comics v novem tisočletju dobila nove lastnike, Marvel je postal del korporacije Walt Disney, DC Comics pa del korporacije TimeWarner.

Superjunaške filme je v smislu oglaševanja pospremila plejada licenciranih izdelkov (oblačil, akcijskih figur, svinčnikov, obutve, računalniških igrin in podobno), tako da je, globalno gledano, prisotnost superjunakov večja kot kdajkoli. Nekoliko ironično je le dejstvo, da se nam junaki, ki so nastali v stripu, danes smejiijo z vseh možnih prodajnih in medijskih kanalov, le iz stripa ne.