

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Danaja Mertelj

**Imeli so sanje: Multimodalna analiza rap videospotov 21. stoletja**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Danaja Mertelj

Mentor: doc. dr. Ilija Tomanić Trivundža

**Imeli so sanje: Multimodalna analiza rap videospotov 21. stoletja**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

## **Zahvala**

*Zahvaljujem se mentorju, doc. dr. Iliji Tomanić Trivundža, za spodbujanje svobodnega in kritičnega mišljenja.*

*Zahvaljujem mami in očetu, ker sta mi omogočila prihodnost.*

*Zahvaljujem se bratu, ker me je razumel.*

*Imela sem sanje.*

## **Imeli so sanje: Multimodalna analiza rap videospotov 21. stoletja**

Cilj diplomskega dela je na podlagi multimodalne analize raperskih videospotov raziskati, kaj današnjim temnopoltim raperjem pomeni biti uspešen oz. kateri vizualni elementi prikazujejo uspeh. Sprva bodo na podlagi teorije prikazane vrednote današnje temnopolte hip-hopovske generacije in njihovo specifično razumevanje »ameriških sanj«. Temnopolti v Ameriki še danes trpijo rasno neenakost v izraževanju in zaposlovanju, zato iščejo načine, kako postati uspešni. Rap je eden od temeljnih elementov hip-hopovske kulture, ki je nastala znotraj najbolj obubožanih ameriških naselij z najrevnejšimi temnopoltimi prebivalci. Danes velja za svetovno znani glasbeni žanr, s katerim ima temnopolti posameznik možnost postati milijonar. Ne le finančna preskrbljenost, temveč čez noč postati milijonar, je namreč ideja, ki je postavljena v središče njihovega življenja. A ker uspe le nekaterim, so ameriške sanje za večino le sanje. Kako se uspeh kaže v raperskih videospotih, bo raziskano z multimodalno analizo štirih videospotov tega tisočletja. Iz vsakega videospota bodo podrobneje analizirani štiri kadri, ki vzporedno z besedili prikazujejo elemente uspeha oz. se povezujejo z njegovo idejo.

**Ključne besede:** hip-hopovska generacija, uspeh, ameriške sanje, multimodalna analiza videospotov.

## **They had a dream: A multimodal analysis of rap videos in the 21st century**

The goal of this thesis is to determine what it means to be successful to a Black rapper in today's world with the use of a multimodal analysis of rap videos. Firstly presented will be the values of today's black Hip-Hop Generation and their specific understanding of the American dream. Black community in America still suffer the racial inequality both in the education system and in employment, so they look for ways to succeed. Rap is one of the key elements of the Hip-Hop culture that developed within the poorest American settlements among the poorest black inhabitants. Today it is a worldwide recognised music genre that can enable a black individual to become a millionaire. Not only in terms of financial independence but becoming a millionaire overnight is the idea in the centre of Black people's lives. Only few succeed, that is why for most, the American dream is only a dream. A multimodal analysis of four videos of our millennium will be used to show how success is seen in rap videos. Each video will be divided into four shots that will be analysed in detail and how they connect to the elements of success and the idea of success in the lyrics.

**Key words:** hip-hop generation, success, American dream, multimodal video analysis.

## Kazalo

1	Uvod.....	7
2	Hipotezi in metodologija.....	7
3	Hip-hopovska kultura.....	8
4	Rap .....	9
5	Današnja hip-hopovska generacija.....	10
6	Temnopolti in etika dela.....	12
7	Ameriške sanje .....	13
8	Analiza diskurza.....	16
8.1	Jezik in diskurz .....	16
8.2	Denotativna in konotativna raven zaznavanja .....	17
8.3	Kadri .....	18
8.4	Pogled .....	19
8.5	Kot .....	19
8.6	Svetloba .....	20
8.7	Individualizacija in kolektivizacija.....	21
9	Glasbeni videospoti .....	21
10	Multimodalna analiza videospotov .....	22
10.1	Big K.R.I.T. – Dreamin .....	22
10.2	Kendrick Lamar – Alright.....	27
10.3	Jay Rock – Money Trees Deuce .....	32
10.4	Vince Staples – Blue Suede .....	37
11	Sklep.....	41
12	Literatura .....	43

## Kazalo slik

Slika 10.1: Videospot Dreamin – 1 .....	23
Slika 10.2: Videospot Dreamin – 2 .....	24
Slika 10.3: Videospot Dreamin – 3 .....	25
Slika 10.4: Videospot Dreamin – 4 .....	26
Slika 10.5: Videospot Alright – 1 .....	28
Slika 10.6: Videospot Alright – 2 .....	29
Slika 10.7: Videospot Alright – 3 .....	30
Slika 10.8: Videospot Alright – 4 .....	31

Slika 10.9: Videospot Money Trees Deuce – 1 .....	33
Slika 10.10: Videospot Money Trees Deuce – 2 .....	34
Slika 10.11: Videospot Money Trees Deuce – 3 .....	35
Slika 10.12: Videospot Money Trees Deuce – 4 .....	36
Slika 10.13: Videospot Blue Suede – 1 .....	37
Slika 10.14: Videospot Blue Suede – 2 .....	38
Slika 10.15: Videospot Blue Suede – 3 .....	39
Slika 10.16: Videospot Blue Suede – 4 .....	40

# 1 Uvod

Odpravimo se k današnjim temnopoltim prebivalcem Združenih držav Amerike, katerih starši so ustvarili pomembno kulturno gibanje, imenovano hip-hop. Danes je ta kultura povsem globalizirana oz. močno prisotna tudi znotraj vzhodnih (Japonska) in zahodnih družb. Pomembno je pojasniti njen nastanek, ki bo osmislil vedenje in delovanje današnjih tamkajšnjih temnopoltih znotraj medijsko posredovanih rap videospotov. Ljudje se v vsakdanjem življenju namreč ravnamo v skladu s prepričanji, ki so predvsem odraz družbe, znotraj katere delujemo. Za razumevanje določene družbene skupine je najprimerneje raziskati njihovo preteklost in okoliščine, v katerih se je specifično mišljenje izoblikovalo. V zaključnem delu dodiplomskega študija me torej zanima ideologija pripadnikov hip-hopovske kulture in njihova interpretacija pojma uspeh. Zakaj so v današnjih raperskih videospotih prikazane materialne dobrine, zakaj denar leti po zraku, zakaj raperji v večji meri kažejo sebe in nasprotovanje policiji, kot pa jokajo za ženskami? Njihovo videnje sveta in vplivi na njihov pogled so stvari, ki so v tem raziskovanju pomembne za razlago. Poleg okoliščin nastanka hip-hopovske kulture je treba pojasniti današnje vrednote temnopoltih, njihov pogled na medosebne odnose in etiko dela. Ko bom na podlagi njihovih vrednot in razumevanja samega življenja razjasnila vedenje temnopoltih v glasbeni industriji rapa v 21. stoletju, se bom dotaknila glavnih raziskovalnih vprašanj, kaj za ameriškega temnopoltega raperja 21. stoletja pomeni biti uspešen in kako se to (uspeh) kaže v videospotih.

## 2 Hipotezi in metodologija

H1: Najvišja vrednota današnjih temnopoltih raperjev je finančni uspeh.

H2: Uspeh pomeni »postati milijonar čez noč« oz. (za)živeti specifične ameriške sanje.

Raziskovanje bo sprva utemeljeno s teorijo, v nadaljevanju pa bo z multimodalno analizo preverjeno, kako se teorija odseva v raperskih videospotih tega stoletja. Prikazani bodo izbrani kadri štirih videospotov različnih temnopoltih raperjev: Big K.R.I.T. – Dreamin' (2011), Kendrick Lamar – Alright (2015), Jay Rock – Money Trees Deuce (2015) in Vince Staples – Blue Suede (2014). Iz vsakega videospota bodo podrobneje analizirani štiri kadri, ki prikazujejo elemente uspeha oz. se povezujejo z njegovo idejo. Na podlagi multimodalne analize vizualnih podob in upoštevanja širšega družbenega konteksta temnopoltih bodo prikazani elementi uspeha, ki bodo odgovorili na raziskovalno vprašanje, kako je uspeh

prikazan v izbranih raperskih videospotih 21. stoletja. Zavedam se, da popularna kultura in glasbena industrija danes stremita predvsem k maksimiziranju dobička in da so lahko zaradi tega določene podobe prikazane potencirane z namenom zbujanja pozornosti gledalcev. Ravno zato sem izbrala tiste štiri avtorje, za katere menim, da jih tovrstno pretiravanje v glasbeni industriji najmanj zanima.

### 3 Hip-hopovska kultura

Razumevanje uspeha v hip-hopovski kulturi bom raziskovala za ameriška tla predvsem zato, ker je slovenska hip-hopovska kultura kljub istemu terminu povsem drugačna. Vidne so velike razlike v njenem nastanku, razvoju in trenutnem delovanju. Raperska oz. hip-hopovska kultura se je v Sloveniji in Ameriki pojavila v različnih časovnih obdobjih, v popolnoma različnih si okoliščinah, s strani različnih družb, na podlagi medsebojno različnih konfliktov in znotraj različnih družbeno-ekonomskih in političnih dogajanj. Hip-hopovsko kulturo in interpretacijo uspeha njenih pripadnikov je zato treba raziskovati na tleh njenega nastanka.

Pomembno je pojasniti pojem hip-hop. Še danes nemalokdo na zahodu termin hip-hop razume kot vrsto popularnega plesa, ki s hip-hopovsko kulturo nima skoraj nobene zveze. V diplomski nalogi bom obravnavala hip-hopovsko kulturo kot kulturo (prvotno) temnopoltih ljudi, ki bo podrobneje razložena v nadaljevanju, in ne skomercializirane vrste plesa, ki ga nekateri tudi imenujejo hip-hop. Prav tako ne moremo enačiti hip-hopa in rapa (primarno MC-jing), saj je rap zvrst glasbe, ki poleg ostalih štirih elementov – grafiti, DJ-jing in B-Boying (kasneje znan kot *breakdance*) – sestavlja hip-hopovsko kulturo (Sebhatu 2015). Rapu oz. MC-jingu bom posvetila poglavje v nadaljevanju, ko pojasnim nastanek hip-hopovske kulture. Grafiti so ulična umetnost, ki v tej nalogi ni bistvena za razlago, saj se osredotočam na glasbo, pri DJ-jingu pa je pomembno poudariti, da so DJ-ji spremljali MC-je, saj so vrteli glasbo na gramofone. Poleg gramofonov so si morali priskrbeti tudi originalne plošče in avdiomikser in obvladati tehnike, kot so miksanje, skrečanje, rezanje in samplanje. Semplanje pomeni kreiranje nove glasbe na podlagi rezanja določenih delčkov originalnih plošč predhodnih glasbenikov (Sebhatu 2015). Tako so DJ-ji skrbeli za produkcijo glasbe, na katero so MC-ji govorili oz. kasneje rapali. Šlo je za kolektivno delovanje.

Da pojasnimo nastanek hip-hopovske kulture in rapa, je najbolje, da se vrnemo dobrih 40 let nazaj. Kot pravi Neal, se je hip-hop pojavil v 70. in 80. letih 20. stoletja kot odraz dogajanja znotraj ameriških postindustrijskih mest. Tamkajšnji Afroameričani so močno trpeli posledice



družbeno-ekonomskih zmešnjav. Zaradi takratnih dogodkov v postindustrijskem mestu je t. i. podrazred temnopoltih mestnih ljudi izoblikoval način življenja, ki ga danes imenujemo hip-hop (Neal v Murray in Neal 2004, 363). Čeprav gre za kulturo, ki se je v ameriškem prostoru izoblikovala še ne tako zelo dolgo nazaj, je zelo pomembna, tako za zgodovino in sedanost Afroameričanov kot tudi za preteklost in sedanost glasbenega žanra rap, ki je viden znotraj skoraj vseh civiliziranih družb po vsem svetu. Na način izražanja temnopoltih in na njihovo vedenje pred kamero so imeli močan vpliv »temni« dogodka, ki bodo omenjeni v nadaljevanju.

Jeffrey O. G. Ogbar nastanek hip-hopovske kulture v 70. in 80. letih v New Yorku pojasnjuje na podlagi konvergence različnih faktorjev. Najprej se je zaradi slabih gospodarskih razmer pojavila revščina, ki je najbolj prizadela Južni Bronx. Posledično so začele nastajati in se povečevati tolpe (Ogbar 2007, 3). V mestu je vladal obup, ulice so bile polne rasnih nemirov, ljudje so izgubljali službe, manjkalo je stanovanjskih skladov, vlada je zanemarjala izobraževalni in družbeni program (Chang 2007, 61). Podobno navajata tudi Richardson in Scott. Središčna ameriška naselja so bila prežeta z revščino, brutalnostjo policije, neenakostjo v izobraževanju, z drogami in nasiljem. Ker temnopolti niso imeli moči, da bi neposredno vplivali na takratno družbeno, politično in ekonomsko zmešnjavo, so iskali načine reagiranja na vse to. Svoje nezadovoljstvo nad takratnim vsakdanom so (med drugim) začeli izražati v besedilih rapa (Richardson in Scott 2002, 175). Z drugimi besedami; temnopolti so tako iskali načine, kako se odzvati na nemire v mestih oz. kako izraziti nasprotovanje družbeno-političnemu stanju. Temnopolti so bili marginalizirani in niso imeli pravice ugovarjati, se izpostavljati in uveljavljati svoje mišljenje, zato so si izmislili alternativo – z govorjenjem na glasbeno podlago (rapanjem) so začeli javno izražati svoja stališča in ljudi obveščati o dogajanjih.

## **4 Rap**

To, kar danes poimenujemo rap, je bil prvotno MC-jing (govorjenje besednih rim na glasbeno podlago), zato se tudi raperji niso imenovali raperji, temveč MC-ji (Sebhatu 2015). Sprva je šlo za rapanje na glasbene podlage (beate), ki so jih na zabavah vrteli DJ-ji (Sebhatu 2015). Ob nastanku hip-hopovske kulture so torej MC-ji skrbeli za vzdušje in integracijo občinstva. Kasneje, kot je vidno, so začeli rapati tudi o določenem družbenem dogajanju. Bonnette pravi, da je rap vedno predstavljal glas zatiranih, odtujenih in marginaliziranih temnopoltih

(Bonnette 2015, 12). Rap je glasbeni žanr, pri katerem je v nekajminutnih skladbah največ besedila, saj ostali glasbeni žanri te količine ne omogočajo. Povsem logično se zdi, da je tak žanr, ki raperju omogoča, da v nekaj minutah pove veliko, nastal v prostoru, kjer so ga marginalizirani temnopolti resnično potrebovali (in še vedno ga potrebujejo), saj »raperji s svojim delom reflektirajo življenja, ljubezni, zgodovine, upanja in strahove svojih generacij« (Chang 2007, 60).

## 5 Današnja hip-hopovska generacija

Kitwana govori o t. i. novi kulturi mladih temnopolnih. Njeno vsakdanje delovanje je treba pojasniti, saj nam omogoča lažje predstave o tem, kakšna je pravzaprav njihova ideologija, katere so njihove najpomembnejše vrednote, kako vidijo življenje in kaj jim pravzaprav pomeni biti uspešen. Presojanje o vsakdanjem delovanju nekoga, ki živi v Ameriki, brez poznavanja njihovega razumevanja zunanjega sveta bi bilo seveda zmotno. Hip-hopovska generacija je bila zanimiva za raziskovanje že na začetku tega tisočletja. Marsikdo je o njih pisal in jih primerjal z belimi Američani, med drugimi tudi Mary Pattillo-McCoy v delu *Black Picket Fences: Privilege and Peril Among the Black Middle Class* (University of Chicago, 1999), v katerem je ugotovila, da so bili Afroameričani v izobraževalnih in zaposlovalnih institucijah slabši pri reševanju testov, so se manj poročali, imeli manj otrok oz. so jih imeli redkeje, so bili manj nagnjeni k delu in v večji meri uživali droge (McCoy v Kitwana 2002, 5–6).

Kitwana pravi, da je za današnjo temnopolto generacijo najpomembnejši predvsem finančni uspeh: »/.../ tako kot naši beli sovrstniki smo bolj kot generacija naših staršev obsedeni z lastnimi karierami in hitrim zaslužkom. Za nas je doseganje bogastva z vsemi mogočimi sredstvi pomembnejše kot vse ostalo« (Kitwana 2002, 6). Finančni uspeh je torej postavljen v središče njihove identitete, kar za prejšnjo generacijo ni veljalo. Tudi njihov pogled na odnose med žensko in moškim danes velja za zelo odprt (Kitwana 2002, 6). Če je torej za (belce) Američane v splošnem značilno urejeno družinsko življenje ali resni partnerski odnosi, tovrstne tradicionalne konvencije pri novi temnopolni generaciji ne veljajo. Odnos med žensko in moškim je odprt, nekonvencioniran, svoboden. V povezavi s tem Kitwana doda, da je imel znani raper Easy E precejšen vpliv na njihove poglede na ženske, spolnost in zaščito, saj je veljal za pomembnega pripadnika hip-hopovske kulture, ki je zbolel za virusom HIV in umrl (Kitwana 2002, 6). Razumevanje življenja in vrednote današnje temnopolte generacije torej

temeljijo predvsem na preteklih izkušnjah istorasnih raperjev, njihovih dejanj, ali z drugimi besedami, njihovih dobrih in slabih življenjskih potez. Nekatera njihova prepričanja so nedvomno oblikovana v skladu s preteklostjo hip-hopovske generacije oz. ima ta neposredni vpliv na njihova prepričanja, a vendar se, kot pravi Kitwana, kažejo razlike med staro in novo hip-hopovsko generacijo.

Generacija staršev nove hip-hopovske generacije je v središče temnopolte identitete postavljala družino, družbeno odgovornost, duhovnost in t. i. črni ponos (*Black pride*), njihov osrednji pogled na svet pa so oblikovali politični ideali državljskih pravic in t. i. črna moč (*Black Power*) (Kitwana 2002, 7). Čeprav je črni ponos na neki način v središču še danes, mladi pri odločanju med osebnim dobičkom in skupno kulturno integriteto raje izberejo osebni finančni uspeh (Kitwana 2002, 8). Razlika med prejšnjo in današnjo hip-hopovsko generacijo je torej v tem, da postaja vse bolj individualizirana. To ne pomeni, da temnopolti ne čutijo več močne navezanosti na svojo raso in preteklost – kot mi je znano, gre še vedno gre veliko mero izkazovanja medsebojnega spoštovanja – le ravnajo tako, da najprej poskrbijo zase in za svoj uspeh, tj. dobiček. Kot je videti, pa stremenje k finančnemu oz. individualnemu uspehu krha odnose med žen(sk)o in moškim oz. moškim in družino. Otrok in žen(sk)a sta na lestvici vrednot nižje oz. moškemu v primerjavi s finančnim uspehom ne pomenita veliko.

Razlog za rekonstrukcijo mlade temnopolte generacije in njeno razumevanje vsakdana se skriva v spremembi same hip-hopovske kulture. Njenim štirim elementom, ki so raperska glasba, DJ-jing, breakdancing (B-boying) in grafiti, je komercializacija dodala besedni in nebesedni jezik (govorica telesa) – stil, odnos, vedenje in modo (Kitwana 2002, 8). Hip-hop, ki je bil že prej način življenja, je konec 20. stoletja začela spreminjati predvsem popularna kultura. S pojavom glasbe in videospotov rapa so se začeli vzporedno snemati tudi filmi, oblikovati obleke in oglaševanje se je razširilo na globalno raven. Tipični primeri so oglasi za Coca Colo, Pepsi, Reebok in Nike (Kitwana 2002, 8–9). Chang navaja, da je v tem tisočletju hip-hop resen posel: leta 2006 je bilo v Ameriki prodanih 59 milijonov albumov rapa, poleg tega se ogromno denarja obrača tudi s prodajo potrošniških dobrin, kot so oblačila, čevlji, filmi, avtomobili, računalniki in celo krekerji ter pijače (letna vrednost prodaje teh dobrin je več kot 10 milijard ameriških dolarjev) (Chang 2007, 60–61). Popularna kultura je preko medijskih prenosnikov (pre)oblikovala vedenje mladih in njihov življenjski slog. Z vzponom hip-hopovske kulture oz. glasbe rap se je istočasno vzpela tudi potrošnja; nastale so nove

znamke in medijske vsebine, posledično je danes več poudarka na zunanjih pokazateljih pripadnosti kulturi (na oblačilih, znamkah) in posredno na vedenju novodobne generacije.

Kitwana pravi, da se je preoblikovanje hip-hopa začelo med letoma 1997 in 1998, ko se je prodaja glasbe rap povečala za 31 %. Predvsem zadnje leto je rap doživel največji vzpon in zasenčil rock in country, ki sta pred tem veljala za vodilna glasbena žanra (Kitwana 2002, 9–10). Z izrednim širjenjem rapa so mladi temnopolti dobivali priložnost širjenja svoje nacionalne kulture – raperji so postali dominantni glas javnosti (Kitwana 2002, 10). Ker se je rap kot glasbeni žanr tik pred novim tisočletjem močno povzpел na lestvicah poslušnosti in prodaje, je po Kitwanovih besedah začel spreminjati hip-hopovsko generacijo in obenem postal (predvsem) za temnopolte orodje za doseganje uspeha.

Vpliv globalizacije na hip-hopovsko generacijo nekateri opredeljujejo kot pozitiven, drugi kot negativen. Rap je prinašal možnost za (finančni) uspeh. Raperji, ki so bili na vrhu srednjega razreda ali višje, so med leti 1980 in 1990 veljali za relativno bogate in uspešne, čeprav je obenem naraščalo število brezposelnih. Pojavila se je siva ekonomija, nadaljevala se je segregacija (zapostavljanje rase) in neenakost, kar je močno vplivalo na vrednote, način življenja in pogled na svet mladih temnopoltih (Kitwana 2002, 12–13). Pri mladih je bila na začetku tisočletja, kot pravi Kitwana, brezposelnost dvakrat višja kot pri belcih, obenem pa so bili ti manj plačani za enako delo kot belci, čeprav je bila njihova izobrazba enaka (Kitwana 2002, 13). Kljub temu, da je globalizacija nekaterim omogočila obogatitev, ostali še vedno niso imeli svetlejših prihodnosti. Temnopolti Američani so bili v 80. in 90. letih še vedno podrejeni belcem z ekonomskega vidika, vidika zaposlovanja in neenakosti. Kako se stanje (navidezno) spremeni nekaj let kasneje, bo pojasnjeno v nadaljevanju.

## **6 Temnopolti in etika dela**

Od konca 90. let prejšnjega tisočletja vse do danes so v javni politiki mnenja, da je problem rasizma končan in za morebitne neenakosti v družbi krive človekove (predvsem temnopolte) lastne pomanjkljivosti (Kitwana 2002, 44). Torej v javnosti velja, da v Ameriki že več kot 15 let rasizem ni krivec za morebitno neenakost oz. da posameznik zaradi svoje barve kože ali rasne pripadnosti ni več kaznovan ali privilegiran. Kako visoko bo prišel ali kako nizko bo ostal na družbeno-ekonomski lestvici, naj bi bilo torej popolnoma odvisno od posameznika samega in njegovega dela. Možnosti naj bi bile za vse enake. V kolikšni meri to drži, bo preverjeno v nadaljevanju.

Študija s Harvarda, ki je zajemala 322 metropolitanskih območij, je pokazala, da se stanje zaposlitev z leti boljša, saj so bili temnopolti moški, stari 16–24 let s srednješolsko izobrazbo, konec 90. let zaposleni v večji meri kot v zgodnjih 90. letih, prav tako se je višal njihov finančni zaslužek (Kitwana 2002, 45).

Stanje zaposlitve se je s staranjem hip-hopovske generacije izboljševalo, vendar še vedno ni bilo tako bleščeče, kot se zdi (Kitwana 2002, 45). Čeprav naj bi veljalo, da temnopolti tik pred vstopom v novo tisočletje ne trpijo več ekstremnih posledic rasizma (kot je bilo navedeno zgoraj), in čeprav naj bi tedaj imeli boljše možnosti za oblikovanje svoje prihodnosti, pesmi pričajo, da je še vedno prihajalo do sporov in deprivilegacij iz rasnih razlogov. Čeprav je bilo stanje v preteklosti veliko slabše kot tedaj oz. čeprav se je stanje izboljševalo, še vedno ni mogoče reči, da so bile vse stvari na svojem mestu. To, da je vse več temnopoltih ljudi hodilo v službo, še ne pomeni, da ni bilo velikega števila brezposelnih. In če se je stopnja rasizma zmanjšala, še ne pomeni, da je (bila) nična. Veliko raperjev namreč še danes v svojih skladbah govori o izkušnjah, v katerih so trpeli ponižanje. Take primere bomo videli tudi v drugem delu tega raziskovanja.

## 7 Ameriške sanje

Ameriške sanje ustvarjajo nacionalno vizijo, ki je znotraj nacionalne duševnosti globoko zakoreninjena. V Ameriko so prišle vzporedno s prvimi evropskimi kolonisti kot kombinacija renesančnega humanizma in razsvetljenskega individualizma in so postale nekaj unikatno ameriškega (Caldwell 2006, 35–36). Kot pravi Caldwell, so bile leta 1950 ameriške sanje preoblikovane v ameriški kliše, ki je bil sestavljen iz »enakih deležev materinstva, jabolčne pite in družinskih vrednot« (Caldwell 2006, 43–44). »Mati, oče, dva otroka in pol, udoben dom v predmestju, dva avtomobila, izobrazba in varna prihodnost so bili sestavni deli nove, standardizirane srednjerazredne nacionalne identitete« (Caldwell 2006, 43–44).

Cullen meni, da t. i. ameriške sanje ne morejo biti le ene same, vendar jih je več, saj so odvisne od specifičnega razumevanja tega, kaj te sanje sploh so. Četudi se njihova ideja postati bogatejši in polnejši večinoma nanaša na denar, ni nujno, da je to vse, kar nekemu predstavlja (Cullen 2003, 7). Caldwell omenja dve vrsti ameriškega sna. Prvi je idealistični sen, ki hrepeni po demokraciji, svobodi, enakosti, pravici, samouresničevanju in prostosti, medtem ko je drugi sen materialistični, ki stremi po bogastvu, premoženju oz. materialnem uspehu (Caldwell 2006, 39). Današnja standardizirana ideja ameriških sanj je »imeti hišo v

predmestju, dva avtomobila in vedno večji seznam potrebnih produktov in storitev« (Caldwell 2006, 163). Po Caldwellu je ključni problem standardiziranih ameriških sanj v tem, da je bila njihova ideja umetno ustvarjena znotraj ameriške kulture. Ne gre za prave sanje, pravi, temveč gre za lažno ustvarjene potrebe, za željo po doseganju luksuznih predmetov, ki so vsakodnevno posredovani preko medijev in oglaševanja. Množica je manipulirana in stremi k lažnim sanjam (Caldwell 2006, 163). Na ideji ameriških sanj in doseganju denarja v zameno za nič so postavljeni v središče ameriška popularna kultura, šport, mediji in popularna glasba. Nešteto zvezdnikov je obsedenih s shemo hitrega zaslužka, kar vpliva na ljudi, ki v njih vidijo idole in pozabljajo na individualne želje (Caldwell 2006, 163–164).

Ameriške sanje, kot jih razume temnopolta hip-hopovska generacija, so specifične. Kot pravi Kitwana, si vsakdo od njih želi uspjeti in za večino ameriške sanje ne pomenijo le ugodnega življenja. Sanje niso le postati relativno uspešen, imeti nekoliko višjo plačo kot sosed in voziti BMW pri 40. letih – ameriške sanje pomenijo »postati milijonar čez noč, in to še v mladosti« (Kitwana 2002, 46). »Največja želja vsakega temnopoltega otroka izpred ameriškega bloka je postati hip-hopovski milijonar – ta miselnost je za hip-hopovsko kulturo skoraj obsesija« (Kitwana 2002, 46). Dokaz, da vsakdo lahko doseže ameriške sanje, so peščica raperjev, ki jim je to uspelo, čeprav se je morda v preteklosti zdelo, da temnopolti ne bi mogli tako zelo uspjeti. A pogled na njihove ameriške sanje je resnično specifičen: »Ne le doseči finančno varnost, temveč status milijonarja je gonilna sila etike dela hip-hopovske generacije« (Kitwana 2002, 46). A to ne pomeni, da temnopolti menijo, da bodo postali milijonarji brez trdega dela. Pripravljene so se močno truditi in vložiti vse, le da enkrat zaslovijo (Kitwana 2002, 46–47). Zavedajo se, da bodo morali za svoj uspeh trdo garati, ključno pa je predvsem to, da je njihova neizmerna želja po uspehu zakoreninjena v generacijo, kar pomeni, da jim je, bolj kot recimo ljubezen in prijateljstvo, pomembno, da postanejo milijonarji, resnično »težki« bogataši. Materialne dobrine oz. finančni uspeh je ključen, pomembno pa je tudi, da ga dosežejo na hiter način in ko so še mladi. Postati milijonar je bistvo in je središče njihovega življenja. Vse se vrti okoli denarja, zato so tudi ostale stvari, ki od tega središča odstopajo, manj pomembne.

Da ameriški raperji resnično verjamejo v uspeh, priča njihovo delo v studiih. Kot mi je znano, veliko artistov tam preživi veliko časa. Sicer ne dvomim o njihovem druženju, zabavi in uživanju drog ob ustvarjanju, a vseeno si upam trditi, da veliko pozornosti posvečajo delu. Pri besedilih je opaziti, da ne gre kar za besede, napisane »na prvo žogo«. Veliko časa namenijo vsebini, zavedajo se sporočila, ki ga želijo predati, obenem pa so izjemno pazljivi tudi pri

sami metriki pisanja. Rapersko besedilo ni tako nezahtevno za izdelavo, čeprav se preprosto sliši – raperji upoštevajo dolžino in zvočnost besed, ki jih zavedno razporejajo v vrstice in kitice tako, da se besede najbolj zlijejo s podlago in zvenijo kar se da tekoče. Tudi Kitwana poudarja, da so raperji znotraj njihovega glasbenega žanra pripravljani delati veliko. Veliko delajo v studiih, ukvarjajo se s koncerti in nastopanjem, snemajo glasbene videospote, izdajajo plošče itd. (Kitwana 2002, 47). Rap jim namreč omogoča konkretno in legitimno zaposlitveno možnost, ki jim prinaša osebno zadovoljstvo. Tako tudi njihova etika dela temelji na trdem delu (Kitwana 2002, 47). Iz tega sledi, da so temnopolti delavni ljudje, če za delo dobijo priložnost. Če jim uspe priti v studio, bodo v njem trdno garali.

Ključni problem temnopoltih v Ameriki, kar se tiče normalnega napredovanja k uspešni prihodnosti, je v tem, da temnopolti danes še vedno nimajo resnično enakih pravic, ali boljše rečeno, možnosti za uspeh. Temnopolti so še vedno tisti subjekti, ki so ujeti v slabše izobraževalne institucije in ki imajo omejene možnosti za zaposlitev. Problem je predvsem v oblikovalcih politike, ki se ne želijo zavzeti za temnopolte oz. preoblikovati državnih politik. Država uvaža nove delavce, ki so visoko izobraženi, a ne želi izobraževati svojih ljudi, ki bi se lahko tako kot vsi ostali naučili veščin in zavzeli pomembne delavske položaje (Kitwana 2002, 46–49).

Da je danes stanje še vedno zelo slabo, priča tudi knjiga *Pulse to the People: Political Rap Music and Black Politics*, ki je nastala prejšnje leto (2015). Kot pravi avtorica Bonnette, se je hip-hop iz originalnih severnoameriških skupnosti razširil po vsem svetu in postal svetovno znana skomercializirana subkultura (Bonnette 2015, 2–3). Hip-hop je ogledalo realnega stanja ameriških mest, »kjer so ujeti temnopolti, kjer ni napredka, kjer usta ostajajo lačna in kjer so ameriške sanje po neki normalni poti pravzaprav nedosegljive« (Bonnette 2015, 2–3). Tudi Bonnette (podobno kot Kitwana v začetku drugega tisočletja) vidi težavo predvsem v marginalizaciji in zatiranju temnopoltih s strani ekonomskih in političnih institucij (Bonnette 2015, 2–3). Tako kaže, da danes znotraj ameriških mest oz. t. i. getovskih naselij življenje temnopoltih še vedno ni (čeprav naj bi bilo) veliko boljše, kot je bilo na začetku tega tisočletja.

Teorija je prikazala vrednote temnopoltih in njihovo razumevanje pojma uspeh. Potrjena je prva hipoteza, ki pravi, da je najvišja vrednota temnopoltih raperjev finančni uspeh. Bolj kot družina in dobri medosebni odnosi s partnerjem, je pomemben finančni zaslužek. Odnosi, ki jih imajo z ljudmi, so torej manj pomembni kot uspeh v finančnem smislu. Ker kot rasno zatirana skupina nimajo enakih možnosti za zaposlitve na mestih, ki jih zasedajo belci ali

ljudje drugih ras iz tujih držav, se odločajo, da bodo zasloveli v rapu. Preko njega želijo doseči ameriške sanje, ki so specifične. Biti uspešen temnopoltim raperjem pomeni imeti status milijonarja. Potrjena je tudi druga hipoteza, ki pravi, da uspeh pomeni »postati milijonar čez noč« oz. (za)živeti specifične ameriške sanje. V nadaljevanju bom preverila, kako se razumevanje pojma uspeh kaže v videospotih.

## 8 Analiza diskurza

Machin in Mayr govorita diskurzu, ki je glavni termin kritične diskurzivne analize. Ta deluje nad nivojem slovnice in semantike in zajame vse tisto, kar se zgodi, ko se jezikovne oblike odvijajo v različnih družbenih, političnih in kulturnih območjih (Simpson in Mayr v Machin in Mayr 2012, 20). Dogodki in ideje avtorjev ali oblikovalcev (v mojem primeru videa) nas »spodbujajo k umeščanju v širše okvirje interpretacij, ki se nanašajo na diskurz. Ko ti okvirji postanejo aktivni, s sabo prinašajo različne asociacije« (Machin in Mayr 2012, 20). Machin in Mayr v poglavju kritične diskurzivne analize na ravni jezika govorita o tem, da je pomembno »razmišljati o vseh vrstah komunikacije, tako kot skozi jezik tudi skozi podobe in zvoke, ki jih je moč doseči skozi semiotične vire, možnosti in izbire« (Machin in Mayr 2012, 29).

### 8.1 Jezik in diskurz

Jezik so proučevali že stari grški filozofi, ko so omenjali motivacijo znakov; zanimal jih je odnos med besedo in objektom ter njuno pogojenostjo s socialno determinizacijo (Stam in drugi 2002, 2). Grški filozof Aristotel je besede definiral kot »pomembne zvoke« (phone semantike) in pri tem trdil, da so »izgovorjene besede simboli ali znaki vtisov duše, medtem ko so pisane besede le znaki izgovorjenih besed« (Stam in drugi 2002, 2). Saussure je jezik opredeljeval kot jezikovni sistem (*langue*), ki se izmenjava med govorce jezika; omenjal pa je tudi t. i. *parole*, govorna dejanja posameznika znotraj dejanske situacije, v kateri se znajde (Stam in drugi 2002, 8).

Proces kritične diskurzivne analize poteka tako, da iščemo v besedilu možnosti besed in slovničnih prvin, preko katerih raziščemo osnovne/temeljne diskurze in ideologije. Funkcija jezikovnih struktur je, da poudarja določene ideologije (primer so migranti) (Machin in Mayr 2012, 20). Ko govorimo o ideologiji, govorimo o sistemih prepričanj določenih ljudi oz. njihovih idej, ideologija sama zase še ne vključuje družbenih struktur oz. praks (maše,



pogrebi, nogometne tekme, zabave), ki temeljijo na njej (Van Dijk 2006, 116). Ideologija je ideja, ki jo ljudje v neki družbi postavljajo v središče. Avtor nadaljuje, da privatna oz. osebna ideologija ne obstaja, temveč je »ideologija kot sistem prepričanj vedno družbeno posredovana in je v skupni rabi članov kolektiva družbenih akterjev« (Van Dijk 2006, 116).

Fairclough pravi, da pri diskurzih ne gre le za raziskovanje ideologij, temveč tudi idej, družbenih vrednot, rasnih ali kulturnih premoči in nacionalne enotnosti, ki prispevajo k oblikovanju družbenega življenja (Fairclough v Machin in Mayr 2012, 21). Machin in Mayr z navedeno idejo poudarjata, da je naše družbeno življenje konstruirano na podlagi jezika. »Kako govorimo o svetu, vpliva na družbo, ki jo ustvarjamo, na znanje, ki ga praznujemo ali zaničujemo in na institucije, ki jih gradimo« (Machin in Mayr 2012, 21). Diskurz oz. jezik je torej bistven za svet okoli nas in ima močan vpliv na to, kako deluje okolje, kako delujemo v njem ljudje in kaj v njem ustvarjamo.

V analizi videospotov rapa bom s pomočjo diskurza, torej skozi besedna izražanja (dela besedila pesmi), pojasnila ideologijo, družbene vrednote ali rasno-kulturne (pre)moči temnopoltih. Pri tem bo šlo za analizo besed, govorjenja oz. rapanja. V teoretičnem delu sem pojasnila najpomembnejšo vrednoto temnopoltih raperjev, njihove medosebne odnose in njihov specifični pogled na ameriške sanje. Z diskurzivno analizo bodo tovrstne ideje raziskane tudi na podlagi videospota oz. glasbe, ki videospot neposredno spremlja. Tako bo tudi z jezikovnimi oblikami možno pojasniti, kakšno predstavo o svetu imajo temnopolti raperji in ali se tovrsten pogled na svet ujema s tistim, ki je bil prikazan v teoretičnem delu. V diskurzivno analizo, kot sem že omenila, ne spada le jezik. Ideologijo in ideje je mogoče najti tudi v komunikaciji drugih semiotičnih znakov, kot so vizualne podobe (na primer prikazovanje kriminala s strani marginaliziranih) (Machin in Mayr 2012, 25), zato bodo prav tako raziskani v nadaljnji analizi videospotov. V tem delu bom poudarila najpomembnejše elemente vizualnih podob (v mojem primeru izbranih kadrov), kot so kadri, koti, pogled (subjekta) in svetloba. Pred tem pa bom pojasnila še dve temeljni ravni zaznavanja.

## **8.2 Denotativna in konotativna raven zaznavanja**

Denotativna in konotativna raven sta pomembni za razlago, saj bosta posredno uporabljeni pri analizi danih videospotov temnopoltih raperjev. Rogelj Škafar povzema Barthesovo idejo znotraj semiotične analize vizualnega sveta; to sta denotativna in konotativna raven (Rogelj Škafar 2011, 105). Pri denotativni ravni gre za splošno opisovanje predmeta (kdo ali kaj je

nekje na podobi), pri drugi, konotativni ravni, pa gre za vprašanje pomena, ki je odvisen od kulturnih asociacij in je nemalokrat ideološko obarvan (Leeuwen v Rogelj Škafar 2011, 105). Če povzamem ugotovitve omenjenih avtorjev, ki izhajajo iz Barthesove teorije, lahko rečem, da na denotativni ravni opisujemo predmet kot tak, brez asociacij ali interpretacij, na konotativni ravni pa predmet povežemo s pomenom, ki je odvisen od naše kulture. Ko Fiske in Hartley govorita o denotaciji in konotaciji, pri slednji poudarita še, da ta vključuje čustva, vrednote in stališča (Fiske in Hartley 2005, 28–29). Ta raven se kaže v filmih in na televiziji kot frekvenca rezanja posnetkov, kot osvetlitev in kót, iz katerega so bili posneti akterji ter kot glasbena podlaga (Fiske in Hartley 2005, 28–29). Pri analizi videospotov bom uporabila obe ravni, saj se bodo na ta način ustvarjali pomeni prikazanih podob.

### **8.3 Kadri**

Poznamo več različnih kadrov. Prvi je splošni plan, ki zajema širok kader prizorišča dogodka, pokrajine ali stvari. Gre za največjo razdaljo med snemano podobo in kamero, gledalec pa je najmanj vključen v dogajanje na zaslону. Učinkuje nevtrarno in nepristransko. Označuje neosebno razmerje in ima zato nalogo, da gledalce vpelje v središče dogajanja in motiviranja odnosov in razmerij med subjekti in objekti v zgodbi (Laban 2007, 35). Daljni plan zajema celotno telo osebe – telo od glave do pet. Tako kot splošni plan tudi daljni plan daje gledalcu fizično in čustveno ločitev od prikazanega (Laban 2007, 34–35). Srednji plan obsega človeka od vrha glave do pasu in napeljuje na družbeno razmerje med gledalcem in dogajanjem na zaslону. Srednji bližnji plan je kader, pri katerem je človek prikazan od prsnega koša navzgor (do konca glave), bližnji plan pa prikazuje le glavo do vratu oz. največ do ramen. Ta daje gledalcu občutek enakosti, saj je glava prikazana na zaslону približno v naravni velikosti (Laban 2007, 34–35). Je zelo intimen kader, saj v zahodni kulturi velja, da je prostor v obsegu 60 centimetrov okrog človeka skrajno zaseben, intimen – prikazuje človekova čustva, značaj, dušo in razpoloženje (Fiske v Laban 2007, 37). Najbolj dramatičen kader v videoprodukciji je skrajno bližnji plan, ki se osredotoča na detajl človekovega telesa, na primer oko, ki je po Cohenovih besedah tudi najbolj nenaraven, fizično nemogoč kader s stališča medosebnega komuniciranja (Cohen v Laban 2007, 37).

## 8.4 Pogled

V vsakdanjem življenju se srečujemo s pogledi ljudi, s katerimi smo v posredni ali neposredni interakciji. Tudi v vizualnih podobah je pogled pomemben, saj se tako kot v vsakdanjem življenju (čeprav nekoliko drugače) odzovemo glede na pogled, ki nam ga je oseba posredovala. Vrste pogledov subjektov pri vizualnih podobah so naslednje:

- a.) Podoba povpraševanja – Machin in Mayr povzemata Kressa in van Leeuwena, ki govorita, da gre pri podobi povpraševanja za pogled osebe s celotne podobe, ki naslavlja gledalca. S tem mu subjekt nekaj posreduje oz. znotraj imaginarnega razmerja z gledalcem po nečem povprašuje. Potrjuje gledalčevo prisotnost oz. navzočnost, pri čemer poskuša izzvati njegovo reakcijo (po kateri sicer povprašuje), saj je ta glede na kulturno podlago pričakovana. Primeri reakcije na tovrstno povpraševanje so: gledalčeva jeza, veselje, mežikanje in podobno (Krees in van Leeuwen v Machin in Mayr 2012, 70–71).
- b.) Podoba ponudbe – ko oseba na podobi ne gleda neposredno v gledalca (v mojem primeru v kamero) in od njega niti ne pričakuje odziva; Kress in van Leeuwen pravita, da je gledalcu le ponujena podoba kot informacija, ki daje možnost upoštevanja in proučevanja (Kress in van Leeuwen v Machin in Mayr 2012, 71–72).
- c.) Pogled izven okvirja – oseba ne usmerja pogleda v noben objekt, temveč izven okvirja. To pri gledalcu sproži zanimanje, da začne razmišljati, o čem razmišlja oseba na podobi (Machin in Mayr 2012, 72). Z drugimi besedami, ko oseba gleda »v prazno«, pomeni, da o nečem razmišlja.

Treba je ločiti tudi med pomeni pogleda navzdol in pogleda navzgor. V zahodni kulturi imata ta pogleda močan metaforični pomen. Pogled navzdol simbolizira negativno razmišljanje, dvome in pesimizem, medtem ko pogled navzgor optimizem, včasih tudi pretirano pozitivno razmišljanje (Machin in Mayr 2012, 72–74).

## 8.5 Kot

Subjekti so iz določenih kotov snemani namerno, saj s tem predajajo sporočila; prvi je bočni kot, pri katerem je subjekt sneman z boka. Machin in Mayr pravita, da ta ponavadi kaže na združevanje ali zблиževanje (na primer par, ki ga opazujemo), odvisno od okoliščin. Če je subjekt sneman od blizu (v bližnjem planu) in od strani oz. z boka, to ponavadi konotira

zbliževanje ali deljenje položaja (na primer vojaki v vrsti) (Machin in Mayr 2012, 98–99). Ko nam nekdo na podobi vrača pogled (gleda v kamero), nas priznava in nas vključuje v podobo. Sproža razmišljanje o odnosu med podobo (Jaz) in gledalcem/kamero (Vi) (Machin in van Leeuwen v Machin in Mayr 2012, 99). Če je subjekt sneman v hrbet, od zadaj, to prikazuje njegov pogled na svet ali njegovo stališče (če gledamo v nekoga od zadaj in pred njim vidimo nekoga, ki vanj meri s pištolo, se postavimo v položaj prve osebe, ki se sooča z grožnjo) (Machin in van Leeuwen v Machin in Mayr 2012, 99). Pri vertikalnem oz. navpičnem kotu gre za subjekt, ki gleda pod določenim kotom navzdol ali navzgor. Slednji ponavadi ponazarja izraz moči (zvezdniki), pogled navzdol pa občutljivost, ranljivost, šibkost (ponavadi so s tega kota snemani otroci) (Machin in van Leeuwen v Machin in Mayr 2012, 99–100). Ko gledamo nekoga navzgor, nam ta daje občutek moči ali premoči, če pa je nekdo sneman tako, da ga gledamo navzdol, imamo občutek, da je šibek ali ranljiv.

## 8.6 Svetloba

Machin in Mayr govorita o stopnji pripovedi (artikulacije) podrobnosti – pri čemer gre za posamezne podrobne elemente, ki so prikazani – o stopnji pripovedi (artikulacije) ozadja in o stopnji globine artikulacije, in sicer od minimalne oz. nične globine do maksimalno globoke perspektive. Če podoba prikazuje nizko stopnjo vseh teh treh točk, torej nizko stopnjo podrobnosti, ozadja in globine, se podoba izgublja v času in prostoru. V takih primerih ne gre za prikazovanje določenih dejanj, temveč širše ideje (podoba moškega, ki stoji z nožem v rokah, z nizko stopnjo omenjenih elementov bolj poudarja idejo kriminala kot posameznega moškega) (Machin in Mayr 2012, 202–204).

Četrty element je artikulacija »svetlobe in sence – od ničelne vrednosti do maksimalne stopnje 'globine' z vmesnimi vrednostmi« (Machin in Mayr 2012, 204). Svetloba ponavadi prihaja od zgoraj ali od spodaj in je simbol optimizma, medtem ko sence oz. tema predstavljajo negativnost ali pesimizem (Machin in Mayr 2012, 204–205). Peti element je stopnja artikulacije 'barvnih' tonov, pri čemer gre le za prehode odtenkov med črno in belo, torej stopnjo intenzivnosti ali svetlosti in temnosti (pri drugih barvah gre za to, ali je neka barva svetlejša ali temnejša). To običajno simbolizira poudarjanje čustev, nejasnost ali resnico (Machin in Mayr 2012, 205). V zahodni kulturi velja, da močna osvetlitev oz. svetlost na določeni podobi predstavlja resnico ali transparentnost, medtem ko tema ali mrak predstavljata nekaj neznanega, prikrivanje nečesa ali pomanjkanje jasnosti (Machin in Mayr

2012, 205). Šesti element predstavlja stopnjo barvne modulacije – od popolnoma nemodulirane barve do najbolj »lepih« odtenkov določenih barv. Ta se večinoma uporablja pri fotografijah, kjer večanje modulacije ponazarja večjo resničnost. Močna stopnja modulacije lahko naredi vizualno podobo že tako »resnično«, da deluje že zrnasto ali kašasto (Machin in Mayr 2012, 205). Zadnji element je stopnja barvne nasičenosti, katere razpon je vse od bele do črne do maksimalno nasičenih barv. Visoka stopnja barvne nasičenosti na vizualni podobi predstavlja čustveno intenzivnost, medtem ko njena nizka stopnja (bolj razredčene barve) simbolizirajo nežnost (Machin in Mayr 2012, 205).

### **8.7 Individualizacija in kolektivizacija**

Na vizualnih podobah je pomembno ločiti, ali je subjekt prikazan posamično ali v skupini. Ko so ljudje prikazani v skupini, so homogenizirani oz. se vedejo in so videti enotno (tako kot drugi v njej) na različnih stopnjah. Gledalcu dajejo vtis, da jih nihče ne more razdružiti ali da so med seboj vsi enaki (Machin in Mayr 2012, 100–101). Na takih podobah so najpogosteje prikazani migranti ali etnične skupine, ki na podlagi posledic množične imigracije ustvarjajo nove zgodbe. Predvsem gre za skupine ljudi, ki so na podobah kolektivizirane in v splošnem predstavljene kot tiste, ki imajo veliko problemov, kompleksov in zapletov ter drugih razlogov, da so tam. Vzbujejo interes, so zelo prepričljivi in osebni (Machin in Mayr 2012, 100–101). Individualizem v vizualnih prikazih naj bi bil sicer najbolj prisoten pri ženskah podobah. Ko je subjekt prikazan popolnoma sam, je povsem odmaknjen od družbe ali kolektiva. Gledalec se s tem spodbudi, da se preko ali skozi individualiziran subjekt seznanj z dogodki (Machin in Mayr 2012, 101).

## **9 Glasbeni videospoti**

Beseda video izhaja iz latinščine (*videre*) in pomeni 'videti' (Casey in drugi 2008, 292). Razvoj videa se je začel nekje v sredini 20. stoletja z delom Charlesa Ginsburga in korporacije Ampex v ZDA, od koder je video kasneje prišel v Evropo (v Veliko Britanijo) (Casey in drugi 2008, 293). Video je glavna sestavina t. i. mainstream medijske produkcije – filmov, zabavnih in informativnih programov, poročil, novic in glasbenega sveta, seveda glasbenih videospotov (Casey in drugi 2008, 295). Glasbena uspešnica po besedah J. Berlanda v zborniku Fritha in drugih lahko obstaja brez videa, vendar (glasbeni) video ne more

obstajati brez nje (glasbena podlaga je za premikajoče se sličice nujna); skupaj tvorita glasbeni video, katerega namen je promocija in čisto nič drugega (Berland v Frith 1993, 20). Glasbeni videospot je »industrijski in komercialni produkt, ki vključuje vizualne podobe, glasbo in širok spekter stilov, ki producirajo značilno obliko avdio-vizualnega toka tekstov« (Casey in drugi 2008, 173). Grossberg pravi, da glasbeni videospoti vključujejo pomene, ki se oblikujejo skozi različne prakse, sintakse, ikonografije in jezike; bistveno je torej upoštevati celotni sklop prikazanih vsebin (od jezikovnih do retoričnih in recimo še ikonografskih), da se dokopljemo do pomenov, ki nam jih video posreduje (Grossberg v Frith in drugi 1993, 159). Po Loizosu je pri analizi videospotov pomembno, da opravimo tri ključne naloge: sistematično gledanje posameznih raziskovalnih korpusov, zapisovanje simbolnih sistemov (ki se nanašajo na določene izbrane sekvence, ki so kategorizirane na določene načine) in analitična obdelava zajetih podatkov (Loizos v Bauer in Gaskell 2000, 103).

## **10 Multimodalna analiza videospotov**

### **10.1 Big K.R.I.T. – Dreamin**

Prvi videospot, primeren za analizo, je videospot temnopoltega raperja Big K.R.I.T., ki se je včasih imenoval Kritikal. Danes je 29-letni ustvarjalec s pravim imenom Justin Scott, ki ima status raperja in producenta. Prihaja iz mesta Meridian, šestega največjega mesta države Misisipi. Sam zase meni, da predstavlja glas juga (Združenih držav Amerike), ki ga današnja mlada generacija ne pozna, in da je njegov namen ustvarjati glasbo, ki je brezčasna. Big K.R.I.T. je član založbe Def Records. Odraščal je v izjemno poduhovljeni družini; veliko je hodil v cerkev, kjer je bil občasno tudi član pevskega zbora. Njegovo ustvarjanje se je začelo pri 14. letih, ko je začel s pisanjem poezije. Danes je znani ameriški raper, ki (kot opažam) ne sledi največjim ali najbolj prodajanim trendom (Def Jam Recordings 2016). Naslov pesmi, ki jo je ustvaril Big K.R.I.T., je Dreamin. Ta je izšla leta 2011 na albumu z naslovom Return of 4Eva in bo analizirana v nadaljevanju.

Začenjam z raziskovanjem diskurza ali jezikovnih izrazov. Naslov pesmi je Dreamin (Sanjarjenje), kar se posredno povezuje z izrazom ameriške sanje. Na glasbeni podlagi je slišati petje: »He's Dreamin.« (On sanja.). Raper pred tem postavi besede: »They used to say.« (Govorili so.). Če povežemo besede »They used to say he is dreaming« ali »Govorili so, da sanja.«, je stavek neposredno povezan z idejo ameriških sanj – govorili so, da temnopolti raper sanja ameriške sanje. Sanja boljšo prihodnost, sanja uspeh, sanja status milijonarja. Big

K.R.I.T. pravi: »*I don't care if it is a dream, I've got to believe in something I love, what can I do, what have I got to lose, you know sometimes dreams do not come true, might as well be a dream, dream, dream*« (Big K.R.I.T. – Dreamin 2011). (*Ni mi mar, pa naj bodo to sanje, verjeti moram v nekaj, kar ljubim, kaj naj, kaj pa sploh lahko izgubim, veš, včasih se sanje ne uresničijo, pa naj bodo to sanje, sanje, sanje ...; lasten prevod*). Raper pravi, da mu je vseeno, če so to le sanje, saj mora verjeti v nekaj, kar ima rad (rap in posredno uspeh). Čeprav se včasih sanje ne uresničijo, nima kaj izgubiti. Pravi, da sanja ameriške sanje – želi si postati milijonar, želi doseči uspeh. Zaveda se, da so te sanje težko dosegljive, a pravi, da mora verjeti v nekaj, kar ima rad (kar vključuje tudi osebne interese). Na koncu vseeno poudari, da so to lahko le sanje, saj s prizadevanjem za to, da bo postal zelo znan in uspešen raper, tvega veliko, uspe namreč le nekaterim.

Nadaljujem z vizualno analizo. Videospot so producirali Motion Family. Sam potek videa je relativno enostaven – menjava kadrov je prilagojena hitrosti tempa glasbe, posnetki prikazujejo resnični svet (brez posebnih učinkov), v središču dogajanja je ves čas le ena oseba, avtor pesmi. Na sredini hodnika je prikazan raper. Gre za daljni plan, ki prikazuje celotno telo osebe od vrha glave do pet. Seznanimo se z dogajanjem. V rokah drži metlo za pomivanje tal, ki je namočena v vedro na kolesčkih. Subjekt se giba po prostoru in medtem čisti tla. Na levi in desni strani so objekti – omarice, ki so del opreme šolskih institucij. Raper je sam, individualiziran, oblečen je v delovno obleko, ki asociira na delavski razred.

Slika 10.1: Videospot Dreamin – 1



Vir: Big K.R.I.T. (2011).

Raperja gledamo minimalno navzgor, kar daje občutek, da je močan. Kot sem omenila v teoretičnem delu, je tak kot snemanja za zvezdnike povsem značilen, saj se jih tako predstavi kot pomembne. Vidna je perspektiva – robovi stranskih sten se iztekajo v eno točko. Na koncu hodnika je močna svetloba, ki raperja osvetljuje v hrbet. Ta svetloba, kot je utemeljeno v teoretičnem delu po Machinu in Mayerju, predstavlja resnico, obenem pa simbolizira optimizem. Na koncu hodnika, tj. na izhodu iz institucije, kjer raper opravlja relativno slabo plačano delo, je točka optimizma. Ta svetla točka so vrata, ki se odpirajo v zunanji svet in lahko predstavljajo rešitev. Kljub temu da je prostor osvetljen z dnevno svetlobo, je subjekt še dodatno zatemnjen oz. postavljen izven (dnevne) luči. Tovrstno nasprotje osvetlitve imenujemo zatemnitev ali mrak, kar primarno predstavlja nekakšno prekrivanje, vendar je tu verjetno simbol pesimizma, sploh če njegovo zatemnjenost povezujemo s svetlobo v ozadju. Raper je v instituciji ujet, opravlja fizično, družbeno manj cenjeno delo, ki je s subjektom pesimistično prikazano. Na koncu hodnika je rešitev, optimizem, boljša prihodnost in lepše življenje. Hodnik lahko simbolizira pot do omenjene rešitve, a raper za enkrat po tej poti ne gre, saj je obrnjen v nasprotno smer in obdan s pesimizmom.

Slika 10.2: Videospot Dreamin – 2



Vir: Big K.R.I.T. (2011).

Naslednji kader prikazuje raperja na odru gledališča. Še vedno je oblečen v delovno obleko, še vedno igra vlogo čistilca. Njegova drugotna vloga je raper, saj metlo uporabi kot rekvizit namesto mikrofona. V ušesih ima slušalke, najverjetneje ob rapanju posluša glasbeno podlago, ki mu narekuje ritem. Tu gre po Metzju za vzporedno sintagmo (dva izmenjujoča



motiva brez jasnega prostorskega ali časovnega razmerja). V prostoru je veliko rdečih stolov, luči so prižgane, zavese so odgrnjene, a gledalca ni nobenega. Subjekt je sam, individualiziran. Gre za daljni plan, saj subjekt vidimo od glave do pet. Smo fizično ločeni od prikazanega. Kar se tiče kota, gre za snemanje v hrbet. Kot je zapisano v teoretičnem delu (Machin in Mayer), nas snemanje subjekta v hrbet postavi v njegov položaj, torej gre tu za raperjev pogled na dani položaj. Svetloba je močna, prihaja od zgoraj in osvetljuje raperja. Če povežem vse omenjene elemente na podobi, lahko sklepam, da gre za prikaz optimizma, za raperjevo stremljenje k uspešni glasbeni karieri. A ponovno je to utopično stanje, saj je subjekt postavljen v prazno dvorano in je popolnoma neopažen. Gre le za prikaz njegove fantazije.

Slika 10.3: Videospot Dreamin – 3



Vir: Big K.R.I.T. (2011).

V naslednjem kadru je raper sneman od blizu, fokus je na njegovem obrazu. Gre za pogled, imenovan podoba povpraševanja – želi nam posredovati informacijo o sebi. Na glavi ima kapo s ščitkom, na kateri je napis »Drop out«, kar pove, da je bil raper izključen iz šole oz. da šolanja ni zaključil. Ta napis spominja na ugotovitev iz teorije, v kateri Kitwana pove, da temnopolti velikokrat zaradi rasne neenakosti ne hodijo v šole, saj nimajo enakih možnosti niti znotraj izobraževalnih institucij oz. se raje odločijo za rapersko kariero, ki naj bi jim prinesla finančni uspeh. Podoba torej govori o ideji, da temnopolti raper zapusti izobraževalno institucijo. Gre za kader, imenovan srednji bližnji plan (sneman od prsnega koša navzgor). Pri tem kadru se seznanimo s čustvi, značajji in razpoloženjem oseb. Kot je videti, je raper skrajno

resen, morebiti celo nekoliko žalosten, saj linija obrvi vodi navzdol. Gleda neposredno v kamero, kar sporoča, da sem tu Jaz in na drugi strani Vi. Sneman je skoraj popolnoma naravnost ali malenkost od zgoraj navzdol, kar bi lahko bil majhen pokazatelj njegove šibkosti ali ranljivosti. Vsekakor gre za prikaz položaja, v katerem se je znašel – izključen je iz šole, je brez izobrazbe in pesimistično razpoložen.

Slika 10.4: Videospot Dreamin – 4



Vir: Big K.R.I.T. (2011).

Na koncu ima v rokah revijo XXL. Na njeni naslovnici so prikazani temnopolti raperji. To so raperji, ki so v glasbenem poslu že uspeli. Gre za prikaz detajla oz. za skrajno bližnji plan, ki pokaže pomemben element, saj navadno v resničnosti teh stvari ne gledamo tako od blizu. Znana raperska ali hip-hopovska revija XXL prikazuje temnopolte, ki jim je uspelo čez noč in so na neki način dosegli ameriške sanje. Primer je Kendrick Lamar, ki je viden v središču temnopolnih raperjev. Danes je eden najbolj znanih, uspešnih ali še bolje rečeno, aktualnih ameriških raperjev. K. Lamar ima na majici napis »Compton«, to je kraj, od koder uspešen glasbenik prihaja. Naslovnica revije prikazuje primer temnopoltega s temno preteklostjo, a bleščečo sedanjostjo. To naslovnico ima v rokah Big K.R.I.T., ki o tem trenutno le sanja.

Ideja tega videospota je odsev teorije, ki govori o tem, da mladi temnopolti raperji kot popolnoma individualizirani subjekti, ki se brigajo le za lastno življenje in želje, na prvo mesto postavljajo finančni uspeh oz. ameriške sanje. Kot je razvidno iz video- in avdioprikaza, so ameriške sanje za večino temnopolnih le utopija. Iz šole so izključeni ali pa odidejo sami. Ne verjamejo, da jim bo izobrazba prinesla uspeh, sploh pa, kot sem omenila že

v teoretičnem delu, zaradi rasizma in zatiranja oz. neenakosti nimajo enakih možnosti za zaposlitev kot belci. Jasno je, da je denar bistven. Kot vidimo v videu, družina kot vrednota ni pomembna. Tu ni nobenih otrok, nobene ženske, nobene ljubezni. Tu je moški, delo, rap, ustvarjanje, želje, cilj, rešitev in utopija. Fokus je na uspehu posameznika, na tveganju, ki ga sprejme večina mladih pripadnikov hip-hopovske generacije, ki na koncu v večini primerov tudi ostane brez vsega.

## 10.2 Kendrick Lamar – Alright

Kendrick Lamar, rojen 17. junija 1987 kot Kendrick Lamar Duckworth danes velja za izredno aktualnega in svetovno uspešnega raperja. Nedvomno so ga v Ameriki poznali že mnogo prej, a njegov glas je dosegel države, kot je naša, šele pred kakšnimi tremi ali štirimi leti. Odraščal je v Comptonu, kalifornijskem mestu, kamor so se zaradi težav s tolpmi iz Chicaga preselili njegovi starši. Ulice, ki so vsakodnevno v ljudeh vzbujale strah in negotovost, so Kendricka bolj navdahnile in zaznamovale kot uničile. Njegova posebnost je v tem, da je obiskoval izobraževalne institucije, se pridno izobraževal in pisal klasično poezijo, ki je kasneje zamenjal s pisanjem raperskih besedil. Verjetno je njegov današnji uspeh povezan s tem, da je spoznal izjemno znanega glasbenega producenta Dr. Dreja (ki je možnost za uspeh dal tudi Eminemu), ki mu je omogočil »odsokočno« ploščo z naslovom Good kid, m.A.A.d. City (2012). Leta 2015 je dobil Grammyja za njegovo verjetno najbolj znano ploščo, ki je izšla istega leta in nosi naslov To Pimp a Butterfly (Biography 2016). Videospot, ki bo analiziran v nadaljevanju, spremlja sedmo pesem iz tega albuma.

Naslov pesmi je Alright, v kateri pravi: *»/.../ we been hurt, been down before /.../ and we hate po-po, wanna kill us dead in the street fo sho' /.../«* (Kendrick Lamar 2015 – Alright). *(Bili smo že ranjeni, bili smo že na tleh /.../ in sovražimo policijo (po-po), želi nas pobiti na ulici, zagotovo /.../; lasten prevod).* Kendrick v tej pesmi sicer neposredno ne omenja ameriških sanj, posreduje pa pomemben pogled na stanje temnopoltih v današnji in pretekli družbi. Omenja prizadetost temnopoltih, ki se povezuje z s preteklimi in sedanjimi nemiri v mestih, družbeno-ekonomskimi in rasnimi neenakostmi ter zatiranjem. Poudarja izgubljenost njihovih identitet in dvom v prihodnost. Dodaja, da sovražijo policijo, ki se povezuje z idejo, da belci slabo obravnavajo temnopolte, jih zatirajo, jih ne ščitijo in jih pravzaprav želijo videti mrtve na ulicah. Misel zaključí s pozitivnostjo – so ranljivi, »zlamljajo« se, agresivno reagirajo na dogajanje okrog njih, vendar bodo preživeli in bodo v redu.

Slika 10.5: Videospot Alright – 1



Vir: Kendrick Lamar (2015).

Prikazane so štiri osebe, ki razgrajajo, mečejo denar po zraku, zažigajo stvari in pijejo. Kader je precej zatemnjen, kar predstavlja pesimizem. Na desni strani spodaj gori ogenj, ki ustvarja luč oz. svetlobo in simbolizira kanček optimizma. Od ognja je viden tudi dim, ki dodatno megli podoba. Temnopolti ljudje so snemani nekoliko bolj od spodaj navzgor, kar simbolizira njihovo moč. Dva subjekta sta posneta bočno, kar implicira na združevanje oz. zблиževanje. Oseba v sredini je obrnjena proti kameri, kar govori: »jaz proti vam«, po zraku meče denar, ki je sicer najpomembnejša vrednota temnopoltih. Tu gre torej za prikaz uspeha, ki je povezan z veseljačenjem, zažiganjem (požvižganjem nad normami), pitjem alkohola in seveda denarjem. Težko bi rekla, da gre za norčevanje iz denarja, temveč bolj za prikazovanje tega, kar lahko dosežejo oz. so nekateri dosegli – za prikaz finančnega uspeha v smislu: »mi lahko to dosežemo, mi lahko to imamo«, lahko dosežemo ameriške sanje in to dokažemo belcem oz. imamo nad njimi premoč. A to seveda ni resnično stanje Amerike.

Slika 10.6: Videospot Alright – 2



Vir: Kendrick Lamar (2015).

Tretji izbrani kader je posnet tako, da so subjekti rezani ali prikriti, a vseeno prikazuje celotno dogajanje, tako da gre v tem primeru za daljni plan, ki navidezno prikazuje celotne osebe. Posnetek je črno-bel, nasičenost je srednja, kar po Machinu in Mayerju ne kaže niti čustvene intenzivnosti niti nežnosti. Tudi svetloba ni močna, kar ponovno ne kaže neposrednega optimizma ali pesimizma. Osebe so snemane od strani, kar pomeni, da gre za bočni kot. Vse osebe so obrnjene v levo, tako da ne gre niti za združevanje niti za zblíževanje subjektov, temveč za stopanje po poti v eno smer. Temnopoliti so umeščeni v zgornjo tretjino posnetka in snemani s profila, medtem ko so na spodnjih dveh tretjinah policisti, belci, ki jih kamera snema navzdol. Temnopoliti so torej prikazani nevtrarno, policisti pa v šibkejšem položaju. Ločnico med prvo in drugima dvema tretjinama predstavlja rob avtomobila, ki je posnet nekoliko poševno. To je ločnica med belci in temnopoltimi, med raperji in policisti. Tu so beli policisti predstavljeni kot šibkejši, ranljivejši, občutljivejši, kar se sicer ne sklada z analizo besedila, ki govori o tem, da imajo policisti nad temnopoltimi moč. V tem primeru gre za posmeh nad policijo, za nasprotovanje realnemu stanju. Policija nosi avto, v katerem so znani temnopolti raperji (Kendrick Lamar v družbi svojih članov ekipe – vidna sta Schoolboy Q in Jay Rock). Slednji član ekipe skozi okno zliva alkoholno pijačo, kar še dodatno spodbuja idejo ironije in posmeha nad javnimi uslužbenci. Tu gre torej za izrazit prikaz kršenja norm.

Slika 10.7: Videospot Alright – 3



Vir: Kendrick Lamar (2015).

V naslednjem kadru gre za splošni plan, ki nas seznanja z dogajanjem. Zgornja tretjina kadra predstavlja oblačno nebo, na desni strani je losangeleški most, kar pojasnjuje, da se v skrajnem ozadju skriva mesto Los Angeles, od koder prihaja K. Lamar. Spodnji dve tretjini kadra zajemata zvožen asfalt, po katerem vozi avtomobil raperjev. Ponovno mečejo denar po zraku, tokrat skozi okno avtomobila, v katerem se pelje Kendrick s svojimi raperskimi kolegi. Desno je parkiran policijski avto, na katerem so trije gibajoči subjekti. S tem, ko stojijo na avtomobilu, ki je sicer v lasti policije, izražajo kršenje norm in premoč nad javnimi uslužbenci, ki naj bi sicer skrbeli za njihovo varnost in red. Kot skupina so enotni, dajejo občutek moči oz. nepremagljivosti. Kot je znano iz teorije, je tovrstno norčevanje in želja po premoči prikazana zato, ker ameriška policija (predvsem njeni svetlopolti člani) temnopolte obravnavajo slabše kot ostale prebivalce. Tako kot v preteklosti imajo še danes z njimi zelo slabe izkušnje. Podoba torej prikazuje reperje, ki se vozijo okrog policijskega avtomobila in mečejo denar v smislu »uspelo nam je« in upornike, ki na strehi avtomobila prikazujejo navidezno premoč.

Slika 10.8: Videospot Alright – 4



Vir: Kendrick Lamar (2015).

V zadnjem izbranem kadru tega videa so osebe prikazane od glave do pet, kar pomeni, da gre za daljni plan. Smo fizično in čustveno ločeni od dogajanja. Osebe gledajo (navzgor) v kamero, kar ponovno kaže na odnos »mi in vi«. Kdo so torej oni? Ne gre za prikaz individuuma, temveč za homogenizirano skupino ljudi, ki po Machinu in Mayerju predstavlja medsebojno enake osebe, ki jim nihče ne more nič storiti. Gre za skupino ljudi, ki vzbuja interes, zanima nas njihova zgodba. So nerazdružljivi, a polni problemov, zato nam tudi govorijo svojo zgodbo (Machin in Mayr 2012, 100–101). Na tem mestu je vsaj 20 temnopoltih, ki so snemani od zgoraj navzdol. S tem izražajo svojo šibkost in ranljivost, predvsem pa občutljivost kot odziv na pretekle ali sedanje dogodke, kot sta na primer neenakost in rasizem. Vse osebe so oblečene v črno ali temno barvo, v sredini je raper Kendrick Lamar, ki nosi svetla oblačila. Glede na to, da je edina svetla točka znotraj kadra, lahko predstavlja optimizem, upanje med vso črmino, ki sicer dominira. Kendrick je simbol optimizma, saj zaradi svoje uspešno ustvarjene glasbene kariere predstavlja uspeh. Je primer temnopoltega človeka, ki je začel živeti ameriške sanje. Idejo uspeha dodatno podpira denar, ki je popadal na tla. Ponovno menim, da je sporočilo tega padajočega denarja to, da jim lahko uspe, ne glede na to, kar pravijo belci in ne glede na to, kako jih obravnavajo, in da obstaja možnost, da dosežejo ameriške sanje, dokaz za to je Kendrick Lamar. A problem je ta, da je prihodnost večine temnopolnih (ki ga obdaja) pesimistična.

Vizualne podobe izbranih kadrov z delom besedila primarno predstavljajo neenakost med belimi in temnopoltimi ljudmi ameriške družbe. Poudarjena je razlika med belci in temnopoltimi, med tistimi, ki zatirajo in tistimi, ki so zatirani. V tem videu je uspeh prikazan kot denar, ki leti po zraku. Opominja na vrednoto, ki so si jo v središče postavili temnopolti, velik finančni uspeh. Tako je ponovno poudarjena ideja ameriških sanj, ki je z njihove strani razumljena na nekoliko skrajnen način. Raperji s svojimi podporniki v skupini, ki je močna in prepričljiva, kršijo vse norme ameriške družbe, vsa pravila normalnega obnašanja in ohranjanja dobrega ugleda. Denar, ki se v videu konstantno pojavlja, je tisto, kar si želijo vsi imeti, in to Kendrick Lamar ima, je tipičen primer temnopoltega raperja, ki mu je uspelo. V nerazdružljivi skupini svojih ljudi belcem pokaže, da je zmožen doseči ameriške sanje, ki naj bi bile za njih zaradi zatiranja s strani policije in drugih vzrokov težko dosegljive. A vendar je na koncu treba dodati, da je v tem primeru bogat le eden – Kendrick. Sicer je res primer sanjača, ki danes živi ameriške sanje, a ob njem je mnogo takih, ki lahko le še sanjajo naprej.

### 10.3 Jay Rock – Money Trees Deuce

Tretji raper je Jay Rock (Johnny Reed McKinzie Jr.), rojen 31. marca 1985. Odraščal je v sošeski Watts v Los Angelesu v Kaliforniji. Leta 2005 ga je odkrila založba Top Dawg Entertainment; pod njenim okriljem poleg Kendricka Lamarja (in Schoolboyja Q ter drugih) ustvarja še danes. Jay Rock je bil že kot najstnik član tolpe, zapadel je v težave in tudi pristal v zaporu. Vsi dogodki, ki so bili povezani s tolpami, kriminalom in zaporom, so močno vplivali na njegovo ustvarjanje (Billboard 2016).

*»I ain't tryna pay my way, Im just tryna pave my way /.../ Fantasizin 'bout some money trees /.../«* (Jay Rock – Money Trees Deuce 2015). Izbran del besedila bom povzela z lastnimi besedami. Jay Rock govori o tem, da fantazira o denarju in si tlakuje (ustvarja) pot (glasbeno kariero). Želi delati le na tem in si priskrbeti veliko denarja – (finančni) uspeh je to, kar ga izrecno zanima. V nadaljevanju bodo prikazani kadri videospota pesmi Money Trees Deuce (Drevesa denarja).



Slika 10.9: Videospot Money Trees Deuce – 1



Vir: Jay Rock (2015).

Kader pri tem videu ni standardni HD (1920×1080), temveč je ožji. Pogled oseb sega izven okvirja, kar nas spodbuja k vprašanju, kaj oseba razmišlja (Machin in Mayr 2012, 72). V središču kadra je luč, ki je šibka in zelene barve. Nebo je oblačno. Svetloba na tem kadru torej ni močna, gre bolj za mrak, kar simbolizira prikrivanje. Kader zajema dvorišče ameriške hiše, ki verjetno predstavlja dom Jaya Rocka. Kot je vidno, v njej ne živi sam, temveč sta tu še potencialna žena in otrok. Kader je posnet v daljnem planu, ki nas sooča s položajem. Jay Rock (desno) in ženska, ki živi z njim (levo) sta snemana bočno, kar prikazuje navidezno zblíževanje, a se ne zblížata (saj ženska ne ve, da je moški tam). Rob hiše predstavlja ločnico med njima – manjša leva polovica predstavlja prostor ženske in otroka, desna večja polovica pripada moškemu (ki je pomembnejši). Jay Rock sedi v kotu med zidovi hiše, ženska pa robu ne prestopi in ga zato ne vidi. V rokah ima telefon, kar pomeni, da ga kliče; naslonjena na steno ga čaka, a njega ni. Kamera prikaže prizor iz distance, kar pomeni, da smo kot gledalci postavljeni v vlogo opazovalca, ki dogajanje spremlja izza zadnjega roba hiše. Pomembno je dodati, da nista prisotna le ženska in Jay Rock, temveč tudi otrok, ki se na skrajni levi strani plazi po tleh. Gre za iskanje očeta otroka, ki se ne prikaže – ta le sedi v kotu. Ob njem je tudi drevo, ki se nanaša na sam naslov Money Trees Deuce, drevo denarja, ki je postavljeno v središče kadra, kot je tudi finančni uspeh postavljen v središče njihovega življenja. Gre za prikaz specifičnih ameriških sanj, ki so za moškega ločene od ženske in otroka. Družina in medosebni odnosi resnično ne sodijo v središče vrednot temnopoltih.

Slika 10.10: Videospot Money Trees Deuce – 2



Vir: Jay Rock (2015).

Jay Rock vstopi v sobo, katere stene so polepljene z loterijskimi listki. Ko vstopi, se listki vsujejo z neba, a ni čisto razvidno, ali gre pri tem za (loterijske) listke, ki bi lahko simbolizirali denar. Raper tu vstopi skozi vrata, za katerimi je izredno močna bela svetloba. Ta kaže optimizem, rešitev, uspeh. Sneman je naravnost v telo in obraz (ki je tu manj viden), kar vzpostavi razmerje med njim in nami. Njegov prihod iz optimizma oz. svetlega uspeha ob spremljavi padajočih listkov oz. denarja kaže na njegov finančni uspeh oz. doseg ameriških sanj. Loterijski listki, ki so pritrjeni na steno, lahko simbolizirajo tveganje, ki raperja spremlja že od samega začetka na poti do uspeha. Na ta način so ameriške sanje prikazane kot tvegano dejanje, ki je, kot omenja teorija, zelo privlačno za večino mladih temnopoltih.

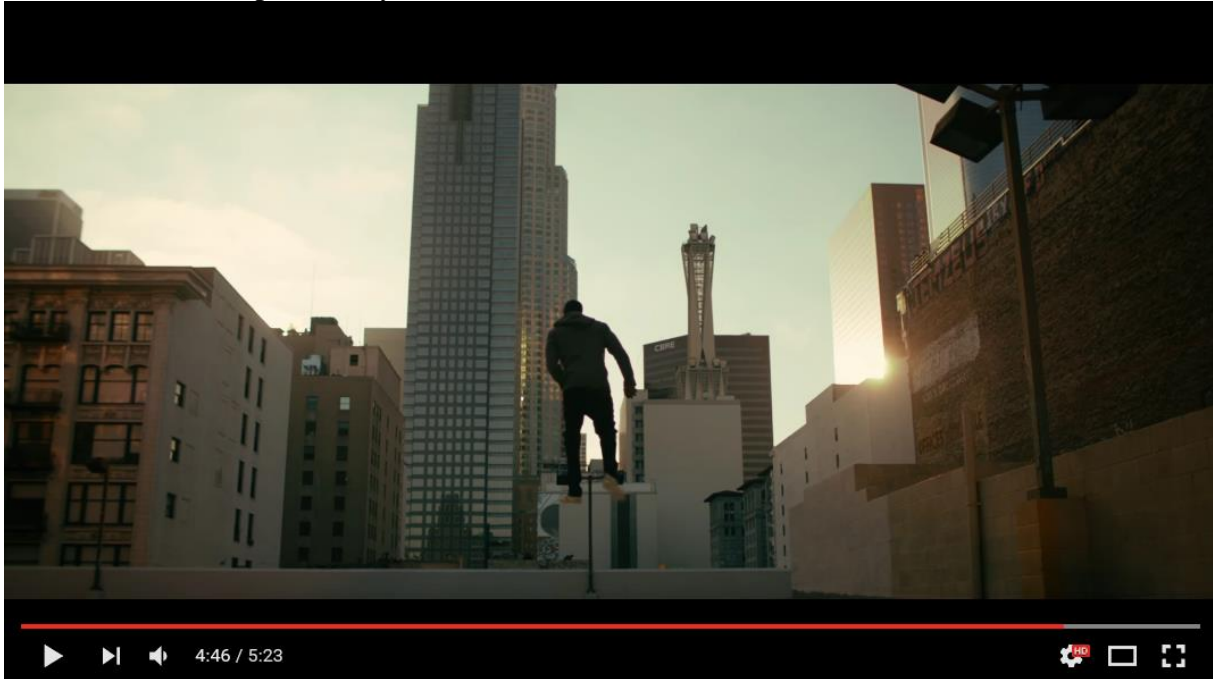
Slika 10.11: Videospot Money Trees Deuce – 3



Vir: Jay Rock (2015).

Posnetek prikazuje notranjost hiše. Prostor z leve strani skozi okno osvetljuje zunanja dnevna svetloba in luč, ki je postavljena levo ob omarici. Gre za daljni plan, kjer sta vidni celotni telesi dveh oseb – ženske in otroka. Njuni telesi sta usmerjeni izven središča kadra proti desnemu robu, njun pogled je usmerjen na objekt – telefon. Gre za podobo ponudbe – ko oseba na podobi ne gleda v kamero, temveč na objekt in ponuja možnost informacije (Kress in van Leeuwen v Machin in Mayr 2012, 71–72). Pove nam, da čakata na klic, na odgovor očeta oz. da se sprašujeta, kdaj se bo ta pojavil. Skrajno desno je postavljen otroški stolček, ki pove, da ženska in otrok bivata znotraj te hiše in da je oče otroka raper (Jay Rock). Na kavču namreč vidimo rumeno majico, hlače in celo športni copat Nike ter skodelico na mizi, kar pooseblja Jay Rocka, ki ga ni. Gre za ponazarjanje, kje bi raper kot oče moral biti (doma na kavču) in kaj bi moral početi (sproščeno piti recimo kavo). V ogledalu na steni se vidijo vrata, ki so zaprta. V hišo torej ne prihaja nihče. Mama in otrok torej čakata očeta oz. se sprašujeta, kje sploh je in kdaj bo prišel, če sploh bo. Osvetljena sta v hrbet, zato na njun sprednji del telesa pada senca, kar simbolizira pesimizem. Očitno se raper ne bo prikazal.

Slika 10.12: Videospot Money Trees Deuce – 4



Vir: Jay Rock (2015).

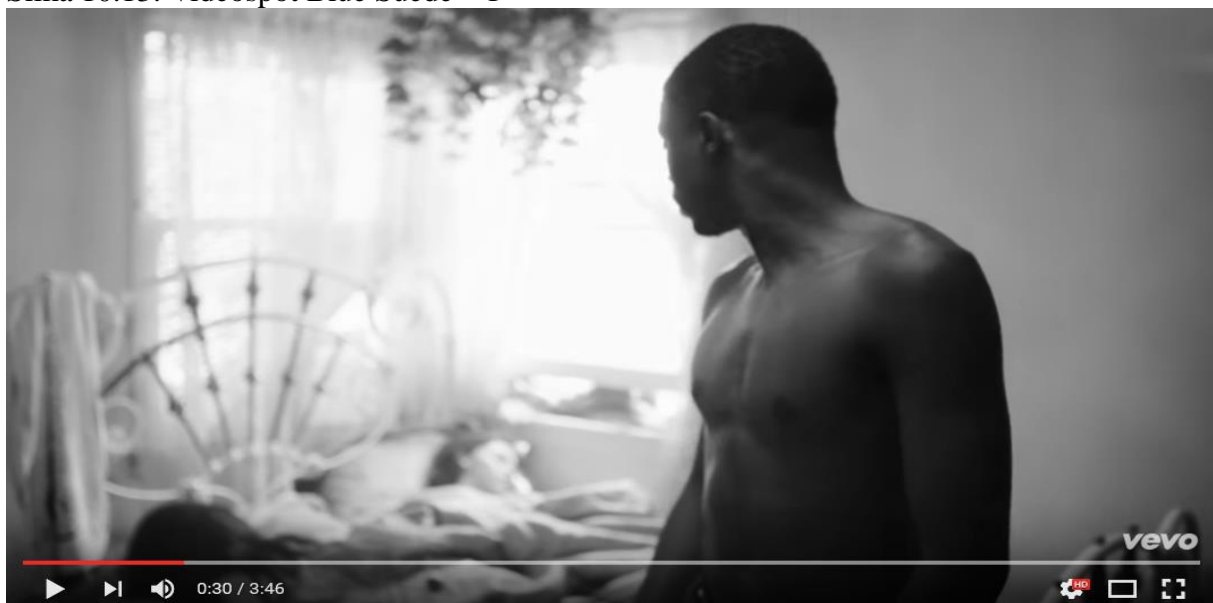
Jay Rock se na strehi ene od elitnih stolpnic ameriškega mesta vzpenja po navideznih stopnicah. Prikazan je kot individuum in kot samostojni moški, neodvisen od družbe in okolice. Sneman je v hrbet, kar nas spodbuja k tem, da njegovo početje povežemo z njegovim pogledom na svet ali stališči. Svetloba sonca se odbija v eno od bleščečih institucij na desni strani. Perspektiva je tu linearna, raper je sneman navzgor, kar kaže na njegovo navidezno dviganje (po stopnicah, ki jih v resnici ni), na njegovo moč in uspešnost. Pomembno je, da je prikazan v mestu, kjer so že relativno uspešni ljudje (predvsem belci). On je temni človek (na tem mestu tudi zatemnjen), ki se dviga proti vsemu temu blišču (stolpnic) in med (ali nad) uspešne ljudi. Jayu Rocku je, kot je prikazano, uspelo doseči ameriške sanje in postati bogat. Pri tem, kot mi je znano iz njegove karijerne poti, ni šlo samo za glasbeno kariero (rapanje); veliko je moral zaslužiti tudi s preprodajo drog. A vseeno menim, da je tudi z glasbo že zaslužil ogromno in dosegel status (finančno) uspešnega človeka.

Jay Rock je prikazan kot moški posameznik, ki ga primarno zanima finančni uspeh. Da ga je dosegel, simbolizira njegovo navidezno vzpenjanje med bogatimi mestnimi stolpnicami. Dosegel je ameriške sanje, v relativno mladih letih si je zagotovil več kot le finančno preskrbljenost. Pomembna je ugotovitev, da mu družina ne pomeni skoraj nič – ženska in otrok ga pričakujeta, medtem ko on skrit sedi ob drevesu denarja. Tu se vidi poseben pogled temnopoltih raperjev na medosebne odnose, razmerje in družinsko življenje.

## 10.4 Vince Staples – Blue Suede

Vince Staples, rojen 2. 7. 1993, ki šteje komaj 23 let. Prihaja iz Kalifornije in velja za enega najuspešnejših mladih raperjev Zahodne obale (Last.fm – Vince Staples 2016). Raper svoj pogled na uspeh izrazi že takoj na začetku pesmi: »*Never gon' switch, my momma raised soldiers, show me that profit, cought them Rang Rovers /.../, these \*\*\*\* all in love now, wanna \*\*\*\* now, they beg to bend over*« (Vince Staples - Blue Suede 2014). Dobesedno prevajanje v slovenščino bi bilo v tem primeru nesmiselno, saj v dobesednem prevodu določene besede znotraj naše kulture ne bi imele pomena. Zato bom besedilo povzela. Raper govori, da je njegovo življenje polno tveganj in izdaj, a on ostaja trden, saj ga je njegova mama »vzgojila v vojaka«, torej v trdnega moškega, ki stoji za svojimi dejanji. Fokusira se na profit oz. denar, in to ne le na malo denarja – njegov cilj je ustvarjanje profita v vrednosti Range Roverja, ki je, kot vemo, izjemno drag (minimalno nekje čez 100.000 \$). Gre torej za doseganje ameriških sanj na hiter način, po katerih stremi tako on kot tudi večina njegovih sopripadnikov hip-hopovski generaciji. Postati milijonar v mladih letih in čez noč je tako v teoriji kot tudi tu najpomembnejše. Raper se, kot je videti, požvižga na spoštljiv odnos do žensk. Potrjen je specifični pogled na medosebne odnose, kjer je ženska vse drugo kot spoštovana žena. Raper omenja, da se »za njim meče« veliko žensk, ki jih izkoristi za spolne odnose, medtem ko so nefizični stiki nepomembni. Resni partnerski odnosi in ustvarjanje družine so torej pri tem pogledu na svet popolnoma potisnjeni na rob. Vidna je ideologija temnopoltega raperja, ki si prizadeva le za to, da bo denarno uspešen človek in fizično oz. spolno zadovoljen z mnogimi ženskami.

Slika 10.13: Videospot Blue Suede – 1



Vir: Vince Staples (2014).

Prvi kader je posnet v srednjem planu, saj raperja prikazuje od glave do pasu, kar (kot pravi teorija) vzpostavlja razmerje med gledalcem in osebo na podobi – raperjem. Subjekt je v glavnem sneman bočno. Njegov pogled je usmerjen proti postelji v kotu sobe, torej gre za t. i. pogled ponudbe, pri katerem smo seznanjeni z neko informacijo, ki nas spodbuja, da o stvari razmislimo in jo proučimo (Kress in van Leeuwen v Machin in Mayr 2012, 71–72). Njegov pogled nam daje torej informacijo, da na postelji ležita dve ženski, s katerima je predvidoma imel spolni odnos, saj je raper gol. Kaže se njegov pogled na ženski spol, ki v njegovem življenju očitno igra le vlogo spolne zadovoljitve in nič več od tega. Raper je sneman naravnost, kar ne prikazuje niti ranljivosti niti izrazite moči. Gre za nevtralen prikaz, ki nam posreduje informacijo. Ozadje subjekta je svetlejša – skozi okno prihaja svetloba, ki osvetljuje celoten prostor oz. ozadje. Osvetljeni sta tudi ženski. Ta svetloba utegne simbolizirati resnico, torej raperjev resnični pogled na nežnejši spol.

Slika 10.14: Videospot Blue Suede – 2



Vir: Vince Staples (2014).

Naslednji posnetek prikazuje mizo, na kateri so postavljeni elementi, in v ozadju temnopoltega raperja, ki v roki drži denar. Gre za skrajno bližnji plan (*close up*), ki prikazuje elemente z razdalje, s katere si predmetov navadno ne ogledujemo v vsakdanjem življenju (Cohen v Laban 2007, 37). Temnopolt raper je vrgel kocki, ki letita po zraku proti kameri. Svetloba prihaja z leve strani in je šibka, sence steklenic (alkohola) padajo na denar in kocki, ki letita proti njemu in sta fokusirani. Gre za igro na srečo, ki je lahko razumljena kot igra za denar med prijatelji ali kot igra na srečo v širšem kontekstu: kot tveganje, ki je prisotno pri

želji po velikih vsotah denarja. Če idejo povežem z uspehom, lahko rečem, da gre za poudarjanje tveganja, ki nastane pri posamezniku, ki se poda v rapersko glasbeno kariero z namenom, da bi dosegel ameriške sanje. Prikazana je visoka stopnja tveganja, saj ne ve, ali je on tisti, na katerega bo kocka padla. Lahko uspe, lahko pa popolnoma propade.

Slika 10.15: Videospot Blue Suede – 3



Vir: Vince Staples (2014).

Vince Staples na koncu hodi po strehi hiše. Postavljen v zgornji dve tretjini kadra, pri čemer gre za daljni plan. Kamera je nagnjena rahlo v desno, tako da je videti, kot da raper hodi nekoliko navzdol. Na nebu so oblaki, a svetloba vseeno osvetljuje subjekt in hišo, kot da bi z naše strani sijalo sonce. Raper je sneman z boka, torej se nečemu približuje, a ni znano čemu. Hoja vsekakor lahko predstavlja nadaljevanje tega, kar počne trenutno, recimo nadaljevanje ustvarjanja v glasbeni karieri. Sneman je od spodaj navzgor (iz žabje perspektive), kar daje občutek, da je močan ali povišan. Ker je njegov pogled usmerjen izven okvirja, spodbuja k razmišljanju, o čem premišljuje on (Machin in Mayr 2012, 72). Glede na to, da ima obute športne copate Jordan (logotip je iz neznanega razloga v celem videu zamegljen), ki jih nosi večina uspešnih temnopolnih raperjev in ki so znotraj hip-hopovske kulture visoko vrednotene, bi šlo lahko za njegovo razmišljanje o uspehu oz. njegovo nadaljevanje na poti uspeha. Športni copati Jordan so neke vrste materialna dobrina, ki ni poceni (povprečna cena je nekje 170,00 €) in prikazujejo relativno uspešnega posameznika. Raper je prikazan kot samostojen moški individuum, odmaknjen od družbe, ki hodi po strehi, krši norme in se prepušča tveganju (da pade), obut v športne copate Jordanke, ki predstavljajo uspešnega

človeka. Čeprav tvega, hodi po strehi z odločnostjo, močjo in se nikakor ne želi ustaviti. Sledi (ameriškim) sanjam.

Slika 10.16: Videospot Blue Suede – 4



Vir: Vince Staples (2014).

Na koncu je prikazano še obzidje, na katerem je upodobljen temnopolt fant z nasmeškom. Njegove oči so obrnjene navzgor, kar lahko simbolizira željo po vzponu. Svetloba prihaja z druge strani ograje. Fant na steni je osenčen, kar predstavlja pesimizem. Optimizem je torej skrit na drugi strani. Polovico kadra predstavlja obzidje s fantom, drugo polovico pa nebo. Oboje razpolavlja žica, ki je pritrjena na vrhu obzidja. Ta žica potuje čez celoten kader v smeri diagonale. Je ločnica med nebom in obzidjem s fantom. Možna razlaga je, da se temnopolti fant želi povzpeti in doseči svoj življenjski cilj, ki je (finančni) uspeh oz. specifične ameriške sanje, kot so razvidne iz teorije. Tako kot nešteto mladih temnopoltih tudi on sanja, da bo prišel »čez ograjo na drugo stran«, kjer se skrivata optimizem in rešitev. A ostaja v pesimistični resničnosti, saj so žice tiste, ki mu to preprečujejo. Čeprav gre le za upodobitev smejočega se fanta na steni, je ideja povezljiva s teorijo, ki pravi, da milijone mladih temnopoltih (predvsem fantov) sanja o tem, da čez noč doseže status milijonarja. A te sanje so v resničnosti zelo težko dosegljive in so za večino le utopija.



## 11 Sklep

Osrednji element, ki se v izbranih kadrih pojavi največkrat in simbolizira uspeh, je denar. Uspeh je neposredno povezan z denarjem. Ne le imeti polne denarnice, temveč imeti toliko denarja, da se lahko meče po mizah, tleh in zraku – to pomeni biti uspešen in to je tudi njihovo specifično razumevanje ameriških sanj. Finančni uspeh je najvišja vrenota, ki pa se posredno povezuje z glasbeno kariero, delom, ženskami (in ne ženami), s kršenjem norm ter navideznim izražanjem premoči nad policisti. Jay Rock in Vince Staples v besedilih hrepenita predvsem po denarju, medtem ko Kendrick Lamar in Big K.R.I.T. poudarjata tudi hrepenenje po svobodi, enakosti, sanjah in ugodni prihodnosti. Vizualni elementi v največji meri prikazujejo materialistični sen, saj gre največkrat za prikazovanje denarja, bogastva oz. sposobnosti doseganja materialnega uspeha, ki pa se prepleta z idealističnim. Vsekakor se kaže največje odstopanje od ideje ameriških sanj (iz teorije), ki je bila leta 1950 preoblikovana v t. i. ameriški kliše.

Vloga ženske v analiziranih raperskih videospotih je zgolj ta, da fizično zadovolji moškega. To tudi pojasnjuje, kaj temnopoltim raperjem pomenijo odprti medosebni odnosi. Žen(sk)a in družina jim nista pomembni; četudi imajo otroke, skrb zanje prepuščajo ženskam. Tu želim poudariti, da gre za prikaz medosebnih odnosov izpostavljenih temnopoltih raperjev in ne nujno temnopoltih prebivalcev nasploh. Uspešen raper je torej tisti, ki ima denar, je samostojen, neodvisen in tudi neodgovoren. S tem je podprta hipoteza, ki pravi, da je najpomembnejša vrednota temnopoltih raperjev finančni uspeh, saj jim vrednota, kot je družina, ne pomeni kaj dosti.

Kadra zadnjih dveh videospotov (Jay Rock in Vince Staples) sta prikazovala vzpenjanje po navideznih stopnicah oz. hojo po strehi, kar je simboliziralo nadaljevanje poti (glasbene kariere) oz. vztrajnost, ki moškega popelje do statusa milijonarja. Kot je bilo vidno v teoretičnem delu, v Ameriki še vedno prevladuje neenakost med belci in temnopoltimi, zato nimajo enakih možnosti za doseganje uspeha na podlagi izobrazbe. Rap je izbran kot alternativa za doseganje statusa milijonarja, ki prinaša veliko tveganja, saj ta status lahko doseže le peščica. Stopnice, streha, loterijski listki in kocki ob denarju simbolizirajo tveganje, ki se ga temnopolti zavedajo. Kot je bilo prikazano v prvem videospotu (Big K.R.I.T.), besedilo in vizualne podobe prikazujejo, da se temnopolti kljub tveganju odločajo, da bodo poskusili uspeti v glasbeni industriji. Njihov uspeh v finančnem smislu je pravzaprav igra na srečo. Kljub temu da je v središču njihovega življenja finančni uspeh, vidno stremijo tudi k idealističnemu snu – to je vidno predvsem v videospotu Alright (Kendrick Lamar). V krogu

svojih ljudi poudarja neenakost, ko govori o policiji poudarja njihovo nečloveško vedenje, v videih se iz njih ponorčuje, krši norme in se zavzema za pravice svojih ljudi.

Ameriške sanje kot vrsta uspeha so za današnjo hip-hopovsko generacijo v resnici skoraj nedosegljive. Materialistični sen doseže le nekaj izbranih posameznikov, medtem ko ostali temnopoliti v boju za doseg bogastva propadejo. Doseg idealističnega sna je že v osnovi nedosegljiv, saj govori o doseganju pravic in enakosti, ki so popolno nasprotje temu, kar danes preživljajo temnopoliti Američani. Del teorije pravi, da naj bi bil problem rasizma končan, drugi del teorije in analiza pa podpirata dejstvo, da sta rasizem in neenakost prisotna v Ameriki še danes. Pot do uspeha je trnova. Ker imajo temnopoliti slabe možnosti za zaposlitev in izobraževanje, zapustijo izobraževalne institucije in se odločijo, da bodo poskusili uspeti v glasbeni industriji. Odločijo se za alternativo – rap glasbo. V njej seveda uspe le peščica, preostali potencialni milijonarji pa ostanejo brez vsega – brez službe, brez izobrazbe in brez bleščeče kariere.

V tej nalogi sta bili na podlagi diskurzivne in vizualne analize potrjeni obe hipotezi. Kot podpira teorija, je ideja »postati hip-hop milijonar« za današnjo hip-hopovsko generacijo praktično obsesija, in tu vidim problem. Menim, da so (te specifične) ameriške sanje hip-hoperske generacije slepilo za mnoge mlade temnopolte. Preko medijskih kanalov vsakodnevno prejemajo primere temnopolnih raperjev, ki so se čez noč spremenili v milijonarje. Mediji ustvarjajo iluzijo, da kdorkoli izmed njih lahko postane naslednji Jay Z. A v ozadju je kruta realnost – uspe jih le nekaj, ostali pa ostanejo brez vsega. Zato so te specifične ameriške sanje le sanje, ki na dolgi rok uničujejo današnjo temnopolto hip-hop generacijo. Rešitev vidim le v preolikovanju politik oz. izničenju rasnih neenakosti.

## 12 Literatura

1. Bauer, Martin W. in Gaskell, George. 2000. *Qualitative Researching with Text, Image and Sound: A practical Handbook*. Sage publications. Dostopno prek: Google Books.
2. Big K.R.I.T. 2011. *Dreamin*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=sqYgfX6dfxc> (10. junij 2016).
3. Billboard. 2016. *Jay Rock Biography*. Dostopno prek: <http://www.billboard.com/artist/304296/jay-rock/biography> (15. junij 2016).
4. Biography. 2016. *Biography Kendrick Lamar*. Dostopno prek: <http://www.biography.com/people/kendrick-lamar-21349281> (11. junij 2016).
5. Bonnette, Lakeyta M. 2015. *Pulse of the People: Political Rap Music and Black Politics*. Dostopno prek: Google Books.
6. Caldwell, Wilber W. 2006. *Cynicism and the Evolution of the American Dream..* Dostopno prek: DiKUL.
7. Casey, Bernadette, Neil Casey, Ben Calvert, John Liam French in Justin Lewis. 2008. *Television studies: The Key Concepts, Second edition*. London; New York: Routledge: Taylor & Francis Group.
8. Chang, Jeff. 2007. It's a Hip hop World. *Foreign Policy* (163): 58–65.
9. Cullen, Jimm. 2003. *The American Dream: A Short History of an Idea that shaped a Nation*. New York: Oxford University Press.
10. Def Jam Recordings. 2016. *King Remembered In Time*. Dostopno prek: <http://www.defjam.com/artists/big-k-r-i-t/> (4. julij 2016).
11. Fiske, John in John Hartley. 2005. *Reading television*. London; New York: Routledge.
12. Frith, Simon, Andrew Goodwin in Lawrence Grossberg. 1993. *Sound and vision: the music video reader*. London; New York: Routledge.
13. Jay Rock. 2015. *Money Trees Deuce*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=fk10RoZV4fw> (10. junij 2016).

14. Kendrick Lamar. 2015. *Alright*. Dostopno prek: [https://www.youtube.com/watch?v=Z-48u\\_uWMHY](https://www.youtube.com/watch?v=Z-48u_uWMHY). (10. junij 2016).
15. Kitwana, Bakari. 2008. *The Hip hop Generation: Young Blacks and the crisis in African American culture*. New York: Basic Civitas Books.
16. Laban, Vesna. 2007. *Osnove televizijskega novinarstva*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
17. Last.fm. 2016. *Vince Staples*. Dostopno prek: <http://www.last.fm/music/Vince+Staples> (16. junij 2016).
18. Machin, David in Andrea Mayr. 2012. *How To Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. London: SAGE Publications.
19. Neal, Mark Anthony. 2004. Postindustrial Soul: Black Popular Music at the Crossroads. V *That's the joint! : The Hip-hop Studies Reader*, ur. Murray Forman in Mark Anthony Neal, 363–387. New York; London: Routledge.
20. Ogbar, Jeffrey Ogbonna Green. 2007. *Hip-hop revolution: the culture and politics of rap*. Lawrence (Kansas): University Press of Kansas.
21. Richardson, Jeanita W. in Kim A. Scott. 2002. Rap Music and Its Violent Progeny: America's Culture of Violence in Context. *The Journal of Negro Education* 71 (3): 175–192.
22. Rogelj Škafar, Bojana. 2011. *Upodobljene sledi narodne identitete*. Založba ZRC SAZU. Dostopno prek: Google Books.
23. Sandro, Paul. 1974. Signification in the Cinema. *The Johns Hopkins University Press. Diacritics* 3 (4): 42–50.
24. Sebhatu, Paulos. 2015. *The History of Hip-hop*. Dostopno prek: <http://raprehab.com/the-history-of-hip-hop/> (1. junij 2016).
25. Shuker, Roy. 2005. *Popular music: The Key concepts, Second Edition*. London; New York: Routledge.
26. Stam, Robert, Robert Burgoyne in Sandy Flitterman-Lewis. 2002. *New Vocabluaries in Film Semiotics: Structuralism, post-structuralism and beyond*. London; New York: Routledge.

27. Van Dijk, Teun A. 2006. Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies* 11 (2): 115–140.
28. Vince Staples. 2014. *Blue Suede*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=NJLfCBBcZAo> (10. junij 2016).