

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Benjamin Žohar
**Politični elementi v
sodobni hollywoodski filmski produkciji**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Benjamin Žohar
Mentor:izr. prof. dr. Jernej Pikalo

**Politični elementi v
sodobni hollywoodski filmski produkciji**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

POLITIČNI ELEMENTI V SODOBNI HOLLYWOODSKI PRODUKCIJI

Diplomska naloga govori o političnosti vsebine filmov nastalih v hollywoodskih produkcijskih hišah. Pri tem ne gre za analizo posameznih idej o politikah (polity), ki se pojavljajo v filmih, ampak za analizo diskurza, ki se uporablja v filmih. Analiza je zasnovana na diskurzivni metodi. V nalogi so izpostavljeni posamezne vsebinske elemente, ki nam govorijo o diskurzivnih pravilih, ki jih ti filmi promovirajo. Osrednji del diplomskega dela je razdeljen na dva tipa analiz. Poleg vsebinske analize je v nalogi še analiza družbe, kjer razjasnujemo strukturne elemente družbe. Slednji se dopolnjujejo z tipom diskurza, ki ga promovira hollywoodska filmska produkcija in tako gradi odnose gospostva. Diskurzivna analiza temelji na teoriji Foucaulta ter Fairclough, pri razjasnjevanju samih diskurzov pa uporabljamo Južnič, Žižka, Inglehart itd. Za analizo družbe je uporabljenih več avtorjem, med drugim Freud, Horkheimer, Adorno, Giddens, Hegel, Lacan, Marx, itd. Namen analize je preveriti, ali lahko pri hollywoodski filmski produkciji govorimo o ideoloških aparatih, ki podpirajo prevladujočo neoliberalno in potrošniško misel in kot taki ohranjajo razmerja gospostva. Končni sklep je potrditev teze.

KLJUČNE BESEDE: Film, Hollywood, diskurz, gospostvo

POLITICAL ELEMENTS IN CONTEMPORARY HOLLYWOOD FILM PRODUCTION

The graduate work is about political aspects of Hollywood production. The aim of the work is not to analyze individual political aspects of Hollywood movies, but rather to highlight discursive aspects of movies. The analysis is based on a discursive method. In the graduate work are exposed individual elements of content that are telling about discursive rules in these films. The central part of work is divided into two types of analysis. In addition to context analyze is analyze of society, which is clarifying the structural elements of society. The latter is complementary to the type of discourse that is promoted in Hollywood film production and is building relations of domination. Discourse Analysis is based on the theory of Foucault and Fairclough. To clarify discourses themselves we use Južnič, Žižek, Inglehart, etc. For analyze of society we are using many authors, among others, Freud, Horkheimer, Adorno, Giddens, Hegel, Lacan, Marx, etc. The purpose of the analysis is to verify whether the Hollywood film industry is ideological apparatuses that is supporting dominative neo-liberal and Consumer thought, and as such is maintaining relations of domination. The final conclusion is confirmation of the thesis.

KEY WORDS: Film, Hollywood, discourse, domination

KAZALO

| | |
|---|----|
| 1 UVOD | 5 |
| 2 TEORETSKO METODOLOŠKA UTEMELJITEV | 7 |
| 2.1 Teoretska utemeljitev | 7 |
| 2.2 Metodologija | 8 |
| 2.3 Značilnosti izjave - filma..... | 9 |
| 2.4 Mit, ideologija, mitologija..... | 12 |
| 3 VSEBINSKA ANALIZA..... | 14 |
| 3.1 Socializacija | 14 |
| 3.2 Materialistična ideologija..... | 18 |
| 3.3 Ameriška (civilna) religija | 21 |
| 3.4 Hollywoodska seksualna morala..... | 24 |
| 4 ANALIZA DRUŽBE | 26 |
| 4.1 Film v množični psihologiji | 26 |
| 4.2 Film v kulturni industriji | 29 |
| 4.3 Film v razmerjih gospostva | 30 |
| 5 SKLEP..... | 34 |
| LITERATURA..... | 37 |

1 UVOD

Althusser (1980) razpravlja v svojem delu o pojmu ideologije. Po Althusserju so ključni elementi, ki ideologije vspostavlja in ohranja ideološki in represivni aparati države. Kot je dejal Fuciocealt (2004) ključen element oblasti je vednost. Vzpostavljanje oblasti in njeno vzdrževanje je torej v vedenju in govorenju. Oblast se tvori z diskurzom in ne z mečem. V tej diplomski nalogi želimo pokazati, kakšna je vloga hollywoodske filmske produkcije v odnosih oblasti skozi diskurz. Naša domneva izhaja iz pogleda na film kot na način izjavljanja, sredstvo govora. Kot tak ima potencial vplivanja in oblikovanja diskurza ter pravil in omejitev, ki redčijo diskurz. Pri tem ne bomo obravnavali filmov na splošno, ampak zgolj filme nastale v hollywoodski produkciji v zadnjih letih. S to zamejitvijo se želimo izogniti dolgi razpravi o nastanku filma ter različnih pristopih do razumevanja filma ter se osredotočiti na današnje rezultate preteklega dogajanja. Namen te razprave prav tako ni razpredanje o tehničnih in estetskih elementih filma. Slednjih se bomo dotaknili, vendar izključno za potrebo osrednje analize: političnosti filma.

- Hipoteza: Sodobni Hollywoodski filmi imajo vlogo ideološkega aparata, ki podpira prevladujočo neoliberalno in potrošniško misel in kot taki ohranjajo razmerja gospodstva.

Film je s pojavom televizije vstopil v naše zasebno življenje. Podobno kot telescrean iz romana *1984* zavzema osrednjo pozicijo v naših domovih, od koder seva svojo sporočilnost z posredovano vsebino. Film predstavlja osrednjo vsebino na osrednjem množičnem mediju. S takšna pozicija ga dela zelo učinkovitega v izvajanju svojih funkcij. Slednje so raznolike in se spreminjajo v času in prostoru. Poleg osnovnega zabavanja, izobraževanja in informiranja ima prav tako družbene in politične funkcije. Kar poskušamo pokazati v tej diplomski nalogi je političnost filma. S političnostjo ne mislimo na neposredne izjave, ki se nanašajo na politiko (policy), ampak na diskurzivni okvir, ki ga Hollywoodske filmske vsebine podpirajo. S tem utrjujejo določeno politiko (politic), katera omogoča prevlado specifičnega tipa politike (policy, polity). To se izvaja skozi pripovedno in prikazovalno funkcijo. Film nam ne govori samo zgodbe in nas s tem zabava, ampak vpliva na naše razmišljanje, oblikuje naše mnenje,

nas socializira in indoktrinira. Taka pozicija ga dela za učinkovit ideološki aparat. Pri tem ne smemo misliti, da je film v tem pogledu edinstven – vsaka oblika komunikacije, od pogovora s prijateljem do političnih govorov, oblikuje sprejemnika sporočila. Da bi razumeli posebnost filmskih vsebin v vlogi ideološkega aparata, si lahko pomagamo s primerjavo z modelom panoptikuma. Panoptikum deluje po načelu stalne vidnosti, stalnega nadzorovanja. Gre za strah pred tem, da ravno sedaj nekdo opazuje tebe, čeprav je lahko osrednji stolp ves čas prazen oziroma se opazovanje izvaja selektivno. Gre za načeli vidnosti in nepreverljivosti – enaka načela lahko pripišemo tudi filmskim vsebinam.

Naša razprava bo razdeljena v tri vsebinske sklope. Prvi sklop nam bo služil za teoretsko osnovo. V njej bomo najprej opredelili in postavili teoretske temelje, na katerih bomo osnovali našo metodologijo. V drugem delu se bomo posvetili analizi filma. Drugi del se bo neposredno nanašal na filme v njihovi pripovedovalni in prikazovalni funkciji. Analizirali bomo posamezne hollywoodske filme, v njih iskali elemente, ki vplivajo na gledalca in način, kako vplivajo na gledalca. Pri tem bo poudarek predvsem na dialogu in slikovni podobi. Tretji razdelek bo sistemska analiza ter sinteza. Značilnosti, ki jih bomo izpostavljali z analizo, bomo navezali z različnimi teorijami družbe ter na tak način poskušali pokazati na širši kontekst, v katerega so posamezni politični elementi v filmih vpeti. V zaključku bomo povzeli vsa dognanja ter na njihovi osnovi ponovno preverili našo začetno tezo.

Analizo bomo izpeljali iz različnih filmov nastalih v hollywoodski produkciji v zadnjih letih. Na podlagi prizorov in dialogov med posameznimi liki bomo iskali politične elemente. Metodološka analiza bo torej teoretične narave.

2 TEORETSKO METODOLOŠKA UTEMELJITEV

2.1 Teoretska utemeljitev

Našo razpravo bomo utemeljili z mislijo Foucaulta. V Arheologiji vednosti Foucault na osrednje mesto in kot osnovni spoznavni element postavi izjavo. Izjavo definira v njeni najbolj primarni obliki: izjava ni določen tip izjavljanja, govorno ali pisno dejanje, prav tako ni enota ali morda materialni objekt. "Ne smemo iskati v izjavah enoto, ki je lahko dolga ali kratka, močno ali šibko strukturirana, [...] Izjave tako niso strukturirane [...] [izjave] so funkcije obstoja, ki pripadajo pravilom, na osnovi katerih se potem posameznik lahko odloči, skozi analizo ali intuitivno, ali imajo smisel, glede na pravila h katerim pripadajo ali so medsebojno primerljive, [...]" (Foucault 2002, 97). Vsaka izjava je del določenega polja izjav - diskurza. Foucault razlaga, da je več načinov organiziranja izjav v diskurz: v isti diskurz lahko postavimo izjave glede na njihovo nanašanje na eden in isti objekt glede na to, če med seboj oblikujejo določen tip povezav, če vsebujejo ključne, koherentne koncepte, ki držijo stabilnost ter če imajo identifikacijo in obstoj notranjih tem (Foucault 2002, 34–43).

Izjave, ki spadajo v isti diskurz, so pogojene s strani istih diskurzivnih pravil. Slednja niso nekaj diskurzu notranjega, ne določajo slovničnih ali kakšnih drugačnih strukturnih pravil za in med izjavami. Prav tako diskurzivna pravila niso zunaj diskurza, kot nekaj kar omejuje diskurz oziroma mu narekuje obliko, način in okoliščine izjavljanja. Diskurzivna pravila so na margini diskurza: določajo teme, o katerih se sme govoriti, odnose, ki se morajo vzpostaviti v izjavljanju. Pravila diskurza določajo, kako se v izjavi obravnava objekte, da jih sploh lahko zapopademo, imenujemo, analiziramo, klasificiramo, razložimo, itd (Foucault 2002). Diskurzivna pravila spadajo v sistem »redčenje diskurza« (Foucault v Lukšič in Kurnik 2000, 150). Gre za omejevanje diskurza na notranji (diskurzivni) in zunanji (nediskurzivni) način. Te metode so najbolj izrazite v diskurzu znanosti.

Po Foucaultu je diskurz neposredno povezan z vednostjo. Diskurz se vedno lahko opredeli skozi vednost, na drugi strani pa ni vednosti brez diskurzivne prakse. Foucault je skozi svoje zgodovinske študije (primer Foucault 2004) pokazal, kako se je vednost v zgodovini zmeraj uporabljala za uravnavanje obnašanja ljudi. Zmeraj se je vzpostavil odnos vednost – oblast.

Foucault oblasti ne razume v klasične smislu, kot hierarhije oziroma kot odnos vladajoče manjšine do vladane večine, ampak gre za to, da so posamezniki učinek oblasti in hkrati elementi njene artikulacije – vsak posameznik je oblastnik in podložnik hkrati. Gre za decentraliziran pogled na politično moč, politično moč kot produktivno in ne represivno formulacijo (Lukšič in Kurnik 2000, 131–212).

Naša analiza bo potekala skozi različne tipe izjav, ki jih najdemo v Hollywoodskih filmih: Izjave, ki apelirajo na otroke vse od njihove primarne socializacije, izjave, ki apelirajo na naše vrednote, izjave, ki apelirajo na našo dožemanje religije, ter izjave ki, apelirajo na našo dožemanje seksualnosti. S pomočjo teh izjav bomo iskali diskurze, kamor izjave spadajo.

2.2 Metodologija

Foucault za analizo diskurzov uvede dva tesno povezana koncepta – arheologijo in genealogijo. Arheologija se ukvarja z diskurzivnimi formulacijami ter poskuša opredeliti posamezne diskurze. Smisel arheologije ni v interpretaciji, ampak v sistematičnem opisu diskurza (Foucault 2002).

Diskurz formulira vednost – opredeli pravila in norme, prav tako določa položaje subjektov. Pojasnjevanje pozicije in konstrukcije subjektov je naloga genealogije. Genealogija ne išče poti do spoznanja realnosti, namesto tega se zaveda, da objekt preučevanja v družboslovju ne premore enovite realne biti, h kateri se znanost s pomočjo interpretacij poskuša približati. Realno v tem smislu je zgolj še ena zavesa skozi katere se znanost poskuša prebiti. Namesto tega genealogija prepozna realno zgolj v diskurzu – ni realnost tista, ki dopušča diskurz, ampak je realnost zgodba, ki ji je dopuščeno biti v diskurzu. Genealogija ne poskuša poiskati pomenov, ki stojijo za izjavami, saj je tak pomen ponovna interpretacija. Problem je v točki, iz katere izvajamo interpretacijo. Genealogija nam pokaže, da smo globoko zgodovinska bitja, zajeti v sisteme izjav – diskurze (Pikalo 2003, 155–168).

Po Foucaultu se je potrebno za analizo diskurzivnih oblik osredotočiti na izjavo v njeni neposredni obliki, določiti pogoje, ki določajo obstoj izjave, poiskati njene meje in povezave z drugimi izjavami ter pokazati, kako izjava izključuje druge oblike izjave (Foucault 2002, 30,

31). Takšna je tudi naša naloga. Analizirali bomo posamezne izjave (tako tekstovno kot simbolno izjavljanje), jih navezovali na druge in umeščali v širšo diskurzivno polje. Pri tem si bomo pomagali z metodologijo tekstovne diskurzivne analize. Fairclough v svojem delu *Critical Media Literacy* (1995a) zapiše, da si je pri soočanju s tekstom treba zastaviti naslednja vprašanja:

Kako je tekst oblikovan, zakaj je oblikovan na tak način in kako drugače bi še lahko bil oblikovan?

- Kako so teksti določene vrste ustvarjeni, kako in na kakšen način želijo biti interpretirani in uporabljeni?
- Kako se v tekstu kažejo pripadnosti do določenega medijskega reda?
- Del kakšnega širšega socialno kulturnega procesa je tekst, kakšni so širši pogoji družbeni pogoji in kakšni so verjetni efekti teksta? (Fairclough 1995a, 210)

Vendar se naša analiza ne sme omejiti le na tekstovno analizo. V sami teoriji kritične diskurzivne analize je predpostavljeno, da se slednja vedno uporablja v odnosu do drugih oblik družbene analize (Fairclough 1995b, 185). Naša analiza bo poteka torej v dveh smereh. Na eni strani bomo z diskurzivno analizo izhajati iz teksta v smeri odkrivanja diskurza. Na drugi strani si bomo pomagali s sistemsko analizo. Analizirali bomo značilnosti družbe, ki omogoča in oblikuje diskurz. Tekstovna analiza bo potekala v drugem sklopu naše razprave, sistemsko analizo pa delno v prvem in delno v tretjem sklopu.

2.3 Značilnosti izjave - filma

Ključna predpostavka naše razprave je, da je film izjava oziroma je sestavljen iz izjav. Da bi se lažje soočili z analizo teh izjav, moramo na začetku razjasniti značilnosti filma. Čeprav je za našo analizo pomembna predvsem pripovedovalna plat filma, pa bomo na kratko razčlenili tudi prikazovalno specifičnost filma, saj slednja (ravno zaradi svoje specifičnosti) dodatno okrepi vsebinsko sporočilo.

Razumevanje filma je mnogokrat determinirano s tehničnimi značilnostmi filma. Zgodba o filmu se začne s fotografijo. Pri slednji gre za tehnično–kemični postopek, ki določeno

vizualno podobo projecira na vodoravno površino, kjer se slednja permanentno vizualno zapiše. Film k temu doda gibanje. Gre za trik, pri katerem zaporedje slik z določenim hitrostnim zaporedjem prevara naš vid tako, da namesto zaporedja različnih fotografij vidimo iluzijo gibanja. Tako tehnično ozadje močno determinira dožemanja fotografije in filma, ki ga loči od slikarstva in kiparstva. Slednja zmeraj vodi človeška roka in ne mehanizem, zato sta se lažje uveljavila kot umetnost, in prav tako kot taka posredujeta svojevrstno sposobnost sporočanja. Na drugi strani sta fotografija in film, katera sta mnogokrat označena kot mehanični postopek popolne reprodukcije vizualne podobe. Tako razumevanje bi močno zožilo polje naše analize, saj bi film lahko analizirali zgolj kot specifičen v svoji ponovljivosti in množični reprodukciji, ne pa kot tudi specifično izrazno sredstvo.

»Obtožbo, da sta fotografija in film zgolj mehanični reprodukciji in kot taki nimata nobene zveze z umetnostjo, je potrebno temeljito in sistematično ovreči, saj je to odlični način, da začnemo razumeti naravo filmske umetnosti« (Arnheim 2000, 13). Arnheim opredeli značilnosti filma, ki ga oddalji od izključne reprodukcije vizualnih podob in ga naredi za umetnost: projekcija tridimenzionalnih predmetov na ravno površino, redukcija globine, osvetlitev in odsotnost barv, zamejenost slike in oddaljenost od predmeta, odsotnost prostorsko-časovne kontinuitete, odsotnost nevizualnega čutnega sveta (Arnheim 2000, 14-29). Vse te značilnosti dajejo filmu specifično komunikacijsko značilnost. Avtor to ponazori s primerom: »Obsojenec Jannings sedi nasproti preiskovalnega sodnika, obraz se mu najprej ne vidi, viden je le njegov širok hrbet z veliko številko, prišito na plašč. Tako se je s pomočjo slikovnega simbola manifestirala ideja, ki je sama po sebi abstraktna, povsem intelektualna in nevizualna – je le eden izmed množice, ne oseba, ampak zgolj številka« (Arnheim 2000, 31).

Film je specifičen tudi v svoji poziciji, ki jo zaseda v sodobni družbi. Ključno vlogo ima televizija, ki je filmske vsebine prenesla v vsak dom. Televizija sama po sebi ni prinesla novih sredstev interpretacije realnosti. Je zgolj instrument za prenos. Je pa zaradi svoje zmožnosti obče prisotnosti spremenila naš odnos do stvarnosti – svet je postal manjši, oddaljeni kraji, nove ideje, vse nam je servisirano direktno v dnevno sobo. Naša počasna telesa in kratkovidne oči niso več ovira (Arnheim 2000, 134). Element pogleda ima pri tem ključno vlogo: »Subjekt in podoba sta torej odločilno zaznamovana z videnjem in pogledom, ki ju tukaj pojmuje kot strukturi, ki ne določata samo premestitve ali nove kontekstualnosti subjekta in podobe, temveč tudi njuno konstituiranje. To pa pomeni, da ima videnje zgodovino in da

obstajajo različni vidni režimi« (Gržinić 1996, 43). Za različnimi kulturami vidnosti stojijo različni režimi, kateri s pomočjo zamejitve vidnosti usmerjajo na določene tipe verovanj, kulturne identitete in celo načine zabave (Gržinić 1996, 44).

Da bi lahko pokazali, na kakšen način deluje kultura vidnosti, bomo slednjo razdelili na dva analitična dela: videnje in vizualnost. »Lahko rečemo, da vid, videnje označuje ali napotuje na pogled kot fizično operacijo, vizualnost pa na pogled kot na družbeno dejstvo [...] Pri tem gre za svojevrstno totalnost in potemtakem za nezmožnost natančnega ločevanja in vzpostavljanja te dvojnosti, [...]« (Gržinić 1996, 44).

O vidu torej govorimo kot o procesu, ki se začne s padcem svetlobe v oko. Ta proces zdaleč ni zgolj mehansko sprejemanje signalov, ampak za tem stoji celoten kognitivni mehanizem, o čemer nas uči kognitivna psihologija. Za našo razumevanje, si bomo pomagali s Kantovo razločitvijo med predmetom na sebi in našo predstavo tega predmeta. Vsi predmeti naših čutov so samo pojavi, ne pa stvari same na sebi. Stvari so dane kot predmeti naših čutov in bivajo zunaj nas. Spoznavamo jih samo kot predstave, ki jih zunanji predmeti ustvarjajo v nas. Stvari aficirajo naše čute in dajejo razumu gradivo za razmišljanje (Kant 2001). S tem se naša teza še bolj radikalizira. Ne samo da film premore svojevrstno sporočilnost. Prav tako je njegova zaznava nemehanska – zaznava je odvisna od subjekta sprejemanja.

Na drugi strani je vizualnost – tisto, kar nam je dano v vid. Iz stališča posameznika je vizualnost vse kar je v polju vida. Pri tem naš vid ni fiksiran, ampak lahko spremeni točko pogleda – s premikom očes, premikom glave oziroma z spremembo lokacije telesa. Ta danost vida, pa je tudi njegova zamejitev – točko pogleda lahko spremenimo zgolj glede na možnosti telesa. Na primer človek srednjega veka nikakor ni mogel pogledati na Zemljo iz Vesolja (kar je posledično oblikovalo njegovo predstavo o obliki zemlje). Tehnični razvoj prevoznih sredstev je na tem področju naredil velik premik naprej, vendar smo še zmeraj ujeti v določeno značilnosti telesa (telo ima maso, zaseda svoj prostor ter ima pogoje za svoj obstoj, zato je omejeno s prenašanjem vida). Ključno revolucijo predstavlja filmska tehnika in televizija. Namesto da bi prenašali vid do vizualnosti, televizija prenese vizualnost do vida. Takšna struktura pa omogoča specifični sistem nadzora, ki ima mnogo značilnosti panoptikuma:

Njegovo načelo poznamo: na obodu je poslopje v obliki prstana, v središču pa stolp; na njem so velika okna, ki gledajo na notranjo stran prstana; obodno poslopje je razdeljeno na celice, sleherna izmed njih sega skozi vso širino stavbe; sleherna ima dve okni, eno proti notranjosti, ki se ujema z okni na stolpu, drugo pa proti zunanosti, ki omogoča, da svetloba presvetljuje celico od enega konca do drugega. Torej je dovolj, če postavimo nadzornika v središčni stolp, v sleherni celico pa zapremo norca, bolnika, obsojenca, delavca ali šolarja. Zaradi nasprotne svetlobe lahko s stolpa vidimo drobne shiluite, ki se natančno zarisujejo na svetlobi, ujete v celice na obodu (Foucault 2004, 219–220).

Glavni učinek panoptikuma izhaja iz stalnega, zavestnega občutka vidnosti. Pri tem ni pomembno, kdo (če sploh kdo) je v stolpu. Ključna sta dve načeli: vidnost (jetnik zmeraj vidi središčni stolp) in nepreverljivost (jetnik nikoli ne ve, kdaj in kdo ga opazuje) (Foucault 2004, 221). Ti dve osnovni načeli prav tako držita za televizijo. Slednja je zmeraj vidna, saj zaseda osrednjo pozicijo v naših dnevnih sobah (in v naši kulturi). Tako kot za jetnika osrednji stolp predstavlja vir nadzora, tako za gledalca ekran predstavlja vir pravil. Pri tem je ključna predvsem struktura, kjer gre za en center, ki naslavlja svoje naslovnike (zapornike, gledalce). Prav tako kot je osrednji stolp nepreverljiv. Tako je tisti, ki oddaja signal do televizije neposredno s strani gledalca nepredvidljiv – kar mu daje privilegij oblikovanja (ne)vedenja.

Dalje lahko predpostavimo, da smo dejansko nadzorniki drug drugega, panoptikum/televizija je zgolj struktura, ki to vzpostavlja. Kar si je Bentham zamislil s panoptikonom, kjer bi lahko vsakdo vstopil v stolp in postal nadzornik, televizija dejansko uresničuje: pravila iz televizije so posredovana do vsakogar, kateri sam nadzoruje druge in je nadzorovan s strani drugih.

2.4 Mit, ideologija, mitologija

V naši razpravi imajo ključno vlogo pojmi mit, ideologija in mitologija, zato bomo na tem mestu na kratko razčlenili, na kakšen način razumemo vse tri fenomene.

Vsaka človeška skupina ima svojo mitologijo, mit ima ključen pomen pri samopodobi skupine. Gre za dogmo, holističen pogled na svet, najpomembnejšo resnico, ki je osnovana v ne vprašljivih dogmah in usmeritvah. Mit je razumski, saj šele preko njega postane razlaga obstoječega racionalna. Izhaja iz davnine in obvladuje sedanost, ter si preko njiju prizadeva

zajeti tudi prihodnost. Sodobne družbe izganjajo mite, postavljajo jih v preteklost. Lahko bi rekli, da smo v času brez mitov, v odčaranem času. Zgodovina in sedanjost sta videti očiščeni iracionalnih verovanjskih primesi. Vendar pa ravno ta pozicija razkriva mitskost. Ravno ta pozicija, nemitske dobe, je največji mit današnjega časa (Velikonja 1996).

Ideologija ima drugačno vlogo. Kot je zapisal Althusser gre pri ideologiji za predstavo imaginarnega razmerja med individuumi in njihovimi realnimi eksistenčnimi pogoji (Althusser 1980, 65).

Kot je znano, je Althusser predstavil preprosto matrico funkcioniranja ideologij kot sistema, ki vključuje interpelacijo individuov v subjekte, njih podreditev Subjektu, z vzajemnim prepoznavanjem subjektov med seboj, Subjekta in subjektov ter samega sebe, in nenazadnje, proizvod »absolutne gotovosti«, da je vse dejansko in v redu, kolikor subjekti spoznajo, kaj so in se s tem v skladu vedejo (Balažic 2007, 392).

Kakor mit tudi ideologija nima zgodovine. V razmerju do mita je ideologija odprtejša, prožnejša za argumentacijo. Gre za drugačen mit, ki se more zmeraj potrjevati in utemeljevati. Ideologija vedno gleda naprej v predpisano prihodnost. Je način družbe, da se spopade z nekimi temeljnimi antagonizmi (Velikonja 1996).

Mit in ideologija se ne izključujeta, ampak sta vzajemna procesa. Prvi ponuja drugemu nevprašljivo izhodišče, drugi pa ju razvija za naprej v »pravi« smeri. Mit je vezan na preteklost in predstavlja nekakšen referenčni okvir, potencial, ki ga ideologija realizira, tako da skupaj dobita prepričevalno in mobilizacijsko moč. Povezava oblikuje celovito mitologijo, bajeslovni sistem določene družbe. Gre za povezavo med podedovanimi miti in pojasnjujočo ideologijo. Mitologija je torej celota razmerji med mitom in ideologijo, med samoumevno zavezanostjo tradiciji prvega in v prihodnost usmerjenim projektivnim aktivizmom drugega. Mitologija obstaja tu in zdaj v družbi, pridobimo pa si jo v procesu družbene in politične resocializacije (Velikonja 1996).

3 VSEBINSKA ANALIZA

3.1 Socializacija

Vpliv filma na posameznika se začne v otroških letih. To prvotno obdobje oblikovanja človeka kot družbenega bitja, se običajno označuje za primarno socializacijo. Gre za temeljno obdobje, v katerem se človek socializira in inkulturira – učinki tega obdobja so zato trajni in relativno nespremenljivi. Dojenček in kasneje majhen otrok je predan in odprt do svojega okolja in posledično dojemljiv za vplive. V primarni socializaciji se otrok uči skozi imitacijo, identifikacijo in kooperacijo. Na takšen način se otrok poistoveti z svojim okoljem, sprva nezavestno kasneje tudi zavestno. Otroko se lahko poistoveti z marsikom in marsičem – s starši, s prijatelji, prav tako pa z motivi in posamezniki, ki mu jih posredujejo televizijske vsebine. Tako se tudi začne postopek izoblikovanja identitete¹ (Južnič 1989, 50–53).

Vsebine iz malih zaslonov zlasti v razvitih državah poplavlja naš svet, pri tem še posebej izstopajo mlajše generacije, katerih prosti čas je večinsko zasičen s televizijskimi vsebinami (Južnič 1989, 145). Posledično je otrok poleg tradicionalnega vpliva lastnih staršev ter drugih oseb v njegovem življenju oblikovan s strani posameznikov iz televizijskih vsebin. Filmska industrija je zelo hitro dojela velikost najmlajše generacije ter hitro prilagodila vsebine za njih. Danes so za otroke predvsem namenjene risanke ter mladinski filmi. Pri tem pa ne smemo izključiti tudi drugih vsebin, ki jih otrok sprejme namenoma ali nenamenoma.

Kako torej risanke socializirajo otroka? Vzemimo tipični primer iz risank Walta Disneya. Glavne vloge zasedata princ in princesa. Naj bo Pepelka ali Trnuljčica, v obeh primerih imamo simbol tradicionalne vloge dekleta kot čistega bitja, popolnoma predanega v svoji vlogi – biti partnerica. Gre za prikazovanja ženske kot odvisne spremenljivke – sem kar sem

¹ Pojem identitete razlagamo kot človekovo predstavo o sebi, kaj jaz sploh sem in posledično stališča do lastne pripadnosti k skupnosti (Južnič 1989, 53). Identiteta se pri posamezniku izoblikuje kot način zagotovitve biografske kontinuitete in socialne skladnosti. Identiteta teži k homogenosti in v primeru razpršitve slednje pri posamezniku pride do težav pri koordinaciji različnih perspektiv, s katerimi gledamo svet okoli sebe in samega sebe (Ule 2004, 423).

zaradi moža – princeska, ki čaka na svojega princa, da ji da smisel – jo zaposli kot mater in gospodinjo. Gre za družbeno strukturo, ki jo lahko beremo v knjigi *Nore ženske*. Ta nam kaže, kako je socialna moč usmerjena v prid šovinističnih ureditev, ki ženske postavljajo v nemogočo pozicijo. Ženske so prisiljene v svojo poziciji skozi družbena pravila nadzorovanja in kaznovanja. Avtorja pokažeta, kako kontradiktorna in šovinistična so ta družbena pravila. Prav tako pa pod vprašaj postavi blaznost kot izključno individualni ali psihiatrični problem ter pokaže njene družbene dimenzije (Duda in Pusch 1995). Ključen element take družbene strukturiranosti je vzgoja, ki poteka tudi preko risank Walt Disneyja. Razlog lahko najdemo v tradicionalni osnovi teh zgodb, od tod tudi njihova struktura. Kot take socializirajo gledalca v konservativne poglede.

Zelo popularne so tudi risanke in filmi, ki izhajajo iz stripovske tradicije. Preh teh otrok prevzame vlogo super junaka in se z njo identificira. Te vloge so v glavnem moškega spola in so posledično naslavljene večinoma na moške gledalce. Ta identifikacija je pri otrocih še posebej transparentna – like uporabljajo pri svoji igri in drugih oblikah socialne interakcije; prav tako se poskušajo poistoveti skozi predmete, ki tako ali drugače simbolizirajo njihove junake. In kakšni so ti junaki? V vsakem primeru so prikazani kot simbol dobrega, ki se bojuje proti slabemu. Najizrazitejši je Superman, ki je več kot le izreden mož. Je super-mož. Kot tak predstavlja močan simbol. Kot zapiše Freud si otrok skozi dolgo otroštvo izoblikuje nadjaz, v katerem se zapišejo idealne instance, kakšen bi posameznik moral biti (Freud 2000, 17). Prav iz tega vira se napaja super junak – popolni nadjaz. Superman je utelešenje nadjaza. Tako kot si jaz zmeraj želi doseči ideal jaza, tako si mož zmeraj želi postati super mož. Podoben motiv je v sodobni uspešnici *Transformerji* (Transformers), kjer je nadjaz utelešen v Optimus Primeru. Pomemben je element nad-človeškosti obeh karakterjev. Kakor hitro se namreč v vlogi glavnega junaka pojavi človek, se pojavi tudi človekova dilema biti dober ali biti slab. Primer tega je Spiderman, ki se neposredno sooča s svojo temno različico - motiv boja samim s seboj.²

Ne glede na to, ali vzamemo učlovečen superego ali zgolj človeka z izredno sposobnostjo, pa je vsebina zmeraj ista – kaj pomeni biti dober in kaj pomeni biti slab je fiksno. Super junak je popoln altruist, ki pomaga iz čistega moralnega vzgiba brez vsakršne zahteve po povračilu.

² »Everybody need help some time Peter, even Spider-Man.« (Spider-Man 3 2007)

Njegova naloga je, da zaščiti posameznike v njihovi nedotakljivosti pred drugimi, ki poskušajo preseči svoje polje svobode in želijo uporabiti druge v svojo korist. Zlo je prikazano v svoji totalnosti, destruktivnosti in kaotičnosti. Negativec je tako posameznik, ki želi zavladati svetu³, oziroma želi uničiti svet ali pa enostavno širiti kaos⁴ – značilnosti, ki se v političnem diskurzu povežejo s pojmi kot je totalitarizem ali os zla in označujejo moralno sodbo drugega – nedemokratskega. Na drugi strani se super junak bori za svobodo posameznika⁵, za vzpostavljanje reda in pravičnosti in za razvoj in prosperiteto sveta.

Opravka imamo z ideali izhajajočimi iz klasičnega liberalizma na katerih temelji sodobni zahodni svet. Osrednji problem, ki si ga zastavlja klasični liberalizem, najdemo v delu Johna Stuarta Milla *O svobodi*, v katerem razmišlja, kako daleč lahko družba posega v človekovo zasebnost. Izpostavi pomembnost omejitve družbene in državne intervencije v sfero posameznika. Mill je bil zagovornik široke individualne svobode na eni strani in odgovorne vlade in učinkovitega vladnega aparata na drugi. Intervencijo družbe do posameznika je omejil v naslednje pogoje: »Družbeno in politično vmešavanje v individualno svobodo je lahko upravičeno le tedaj, ko dejanje, bodisi namerno, bodisi nenamerno, 'zadeva druge', torej le tedaj, ko 'škodi drugim'« (Mill 1994). Poleg osebne svobode Mill piše tudi o omejitvi na področju trga, kjer je vlada omejena po načelu laissez-faire. Vse omejitve trgovanja so po njegovem zlo, ker niso prinesle zaželenega rezultata – maksimizacije ekonomskega dobra (Mill 1994).⁶

V skladu z duhom liberalizma so prav tako vsi filmi *Umri pokončno* (Die Hard). Vsi filmi imajo enako osnovno strukturo. Glavni junak je policaj, ki se po naključju dogodkov (ali pa celo po želji negativcev) znajde v neposrednem spopadu z močno teroristično organizacijo. Tematika, ki je po 11. Septembru 2001 še posebej aktualna, je v filmih prikazana v vsem siju ameriškega ideala – individuum, heroj. Glavni junak tako rekoč goloroko premaga vse

³ »You see, whoever controls technology, controls the word.« (Superman Returns 2006)

⁴ »Some man just wont to watch the world burn.« (The Dark Knight 2008)

⁵ »Freedom is your right. If you make that request we will honour it.« (Transformers 2 2009)

⁶ Iz te tradicije se kasneje razvije neoliberalizem, na primer v delih Hayesa in Nozicka, v politiki pa se je izrazila v času vlad Ronalda Reagana in Margaret Thatcher.

negativce. Ideološko ozadje je klasično, značilno za produkcijo te kategorije: Negativci so simbol sprevržene etike, običajno blazneži, ki jih družba zavrže. Na drugi strani pa je brezkompromisen posameznik, ki se bori za ideale svobode, neodvisnosti, avtonomije posameznika. V zgodbo so prav tako vpletene družinski odnosi, kateri so prikazani kot arhe družbe in za katere se moramo boriti do zadnje kaplje krvi.

Za velik uspeh so se izkazale animirane risanke izpod rok studia Pixar. Njihova vrhunsko izvedena animacija v kombinaciji s svežimi zgodbami privablja v kina tako otroke kot tudi odrasle. Izpostavili bomo dva primera: *Ratatouille* in *Wall-E*. Skupna točka obeh je osrednji lik – majhno nepomembno bitje/robot, ki uspe skozi lasten trud preseči sivo rutino povprečnega življenja in izpolni svoje sanje po nečem večjem.⁷ V primeru *Ratatouille* je to majhna podgana, ki se iz navadne ulične podgane prelevi v svojo sanjsko vlogo - kuharskega mojstra. V primeru *Wall-E* gre za majhnega smetarskega robota, ki s svojo radovednostjo in zvedavostjo preseže rutino svojega robotskega življenja ter se poda na avanturo za svojo novo ljubeznijo. Na koncu triumfira kot rešitelj človeštva. Osrednji motiv v obeh primerih je mit o uspehu.

Mit o uspehu je prisoten predvsem v ameriški družbi. Temelji na ideji, da je ameriška družba odprta, saj rojstvo, družina in razredna pripadnost nimajo pomembnega vpliva na posameznikove možnosti. Seveda obstajajo okoli te ideje mnoge kritike. Socialni kritiki vztrajajo na omejitvah, ki jih v življenje vnašajo okoliščine, prav tako so zgodovinarji precej kritični do socialne mobilnosti v Ameriki. Vendar tukaj nimamo opravka z občim empiričnim pravilom, ampak s prepričanjem, da vsi ljudje, v skladu z določenimi pravili, toda izključno iz lastnega prizadevanja, lahko naredijo iz svojega življenja, kar želijo. Nabor idej okoli tega prepričanja sestavlja ameriški mit o uspehu. Pri tem je treba razlikovati ideje iz začetkov nastajanja ameriške družbe in današnje prevladujoče ideje. Te so bile prvotno predvsem moralne in socialne, medtem ko se danes, ko se govori o uspehu, to predvsem misli v materialnem smislu. Ta prehod se je postopoma izpeljal v 19. stoletju z integracijo puritanske etike v vse večjo industrializacijo. Tako je prevladovalo mnenje, da bodo tisti, ki se bodo po puritansko držali pravil industrije, uspeli (Weiss 1988).

⁷ »Ahhh, Paris, France. Home of the finest restaurants and the greatest chefs on the world. All my LIFE I wanted to be one of them.« (Ratatouille 2007)

Tak pogled je nekoliko preoster za obravnavana animirana filma, saj nikjer eksplicitno ne nakazuje na iskanje materialnih uspehov, ampak zgolj na osebno izpopolnitev. Izpostaviti želimo predvsem mitičnost pripovedi. Vsakdo lahko uspe, če se dovolj potruzi, ne glede na njegovo strukturno vpetost (kot na primer ideja podgane, ki želi postati kuharski mojster). Ta motiv skupaj z ostalimi motivi, prikazanimi skozi to poglavje, je vsakdanjik sodobnega otroka v njegovem razvoju. Posameznik v takih okoliščinah postopoma prevzame te poglede in jih ima za sestavni del svoje identitete. Tako ponotranjeni preidejo v zavest in se vpišejo v podzavestno strukturo posameznika. Tak posameznik stopa v svet odraslosti s svojim izoblikovanim dogmatskim jedrom.

3.2 Materialistična ideologija

Ko posameznik odraste in stopi v spekter družbenih vrednot in ideologij, je zmeraj obdan z različnimi pogledi. Ti se pojavljajo in izvajajo tudi skozi filmske vsebine. Kot osnovni okvir razumevanja dominantnih vrednot, si bomo pomagali z analizo družbenih sprememb v zadnjih 50 letih po delu Inglehart *Culture shift in advanced industrial society* (1990). V zahodnem svetu je po končani drugi svetovni vojni prevladoval materialističen pogled na svet – osrednja vrednota je bila fizična vzdržnost in varnost. Tak pogled je izhajal iz strukture družbe, kjer je prevladoval velik srednji razred zaposlen v industriji. Taka precej homogena družba pa se začne spreminjati v 70. in 80. letih, ko se pojavljajo nova družbena gibanja, odpori mladih in njihov drugačni pogled na svet. Inglehar (1990) označi ta novi pogled na vrednote kot postmoderni. V tem poglavju bomo iskali vrednote, ki jih promovira sodobna Hollywoodska produkcija. Osrednja analiza bo potekala v razkrivanju materialnosti in odnosa do materialnih dobrin, predvsem v primerjavi z ostalimi vrednotami.

Primer »materialne iskrenosti« je film *Ljubezen v Barceloni* (Vicky Cristina Barcelona). Gre za zgodbo dveh mladih deklet, ki se vsaka z drugačnim ozadjem odpravita na skupni dopust v Španijo. Tam se zapleteta z lokalnim slikarjem, celotne odnose pa še bolj zapleta bivša slikarjeva žena. Osnovna pripoved zgodbe so čustveni zapleti med glavnimi štirimi akterji. Film nam govori zgodbo, o težavah sodobnih ljudi pri vzpostavljanju čustvenih odnosov, ki presega tradicionalno razumevanje partnerstva. Kar je za našo obravnavo pomembno, je prikaz materialne zunanosti. Celostno dogajanje je vpeto v drage hotele, velike in

dekorativno opremljene hiše. Osebe v filmu jedo izbrano, dobro hrano⁸. Lahko bi dejali, da je ves film zavrt v estetski celofan – nekakšno pravljico okolje, kjer je vse lepo in edino delo, ki ga opravljamo, temelji na izražanju lastne kreativnosti. Gre za zgodbo o kraljičnah in princih na dvorcu, ki se iz čistega presežka časa in energije igrajo ljubezenske igrice. Vendar je slednje postavljeno v ozadje, prikazuje se latentno, kakor nekaj samoumevnega, realnega. Taka vsebina se gledalcu ne prikazuje kot fikcija ampak kot realno dejstvo.

Film *Dokler naju jackpot ne loči* (What Happens in Vegas) je pripoved o dveh mladih ljudeh, ki se gresta zabavat v Las Vegas. Po noči zabave se zbudita poročena. Ko se želita ločiti, pa pride do zapleta, saj ju sodnica obsodi na prisilno skupno življenje za šest mesecev. Ključen element, ki drži oba glavna junaka v skupnem življenju in v trudu po izboljšanju odnosov je ček za 3. milijone \$, ki sta ga na prvo jutro svoje zveze priigrala na igralnem avtomatu. Tako je zastavljen zaplet filma, ki se nadalje razpleta v njunem medsebojnem boju, kdo bo koga prikazal kot slabega partnerja in posledično pridobil celotno vsoto denarja.

V filmu je še posebej reprezentativen kratek odsek na začetku filma. Dogajanje je postavljeno v dva različna bara. Slika hitro menjuje iz dogajanja v enem na dogajanje v drugem, posledično daje primerjavo, ki nam kaže na razliko v prostoru, vendar enakost v mišljenju in dogajanju. Tekst je strukturiran kot zaporedje vprašanj in odgovorov. Vprašanja so zastavljena na način, ki že sugerira odgovor⁹ – vprašanje »You know [...]« (Dokler naju jackpot ne loči, 2008) kaže na namero izpraševalca, ki dejansko že ve, kaj bo pomagalo sogovorniku, da se bo počutil bolje, in zgolj išče potrditev svoje predispozicije. Podobno je v naslednjih stavkih. Izpraševalec ne sprašuje po nekem kraju, kjer bi se lahko počutil kot pravi mož in kjer lahko pozabiš na vse in se obnašaš kot neumnež. Izprašuje, če veš, da je ta kraj Vegas. Celotna struktura teksta spominja na reklamo in nam želi povedati, da je Las Vegas kraj ultimativne sprostitev in zabave. In kakšna sprostitev in zabava se nahaja v Las Vegasu? Las Vegas je simbol igralništva – mnogokrat se Las Vegas navaja kot igralniška prestolnica

⁸ »We will eat good, we will drink good wine« (Vicky Cristina Barcelona 2008)

⁹ »1G: You know what's gonna make you feel better? 2G: What? 1B: Where's the one place where you can step up and be a man? 2B: Community college? 1G: Where can you go where you can forget all your troubles and act like a total idiot? 1B: I am talking about one place and one place only, my friend. 2G: Do not say Vegas. 2B: Please say Vegas. 1G: Vegas, baby.« (What Happens in Vegas 2008)

sveta. Zaključimo lahko, da je ključni temelj zabave v Las Vegasu denar, ne zgolj v klasični vlogi kot plačilno sredstvo, ampak kot neposredni vir zabave in sprostitve, kot sredstvo po sebi.

Precej očiten primer materialističnih vrednot se kaže tudi v seriji in filmu *Seks v mestu* (Sex And the City). Koncept serije je preprost. Štiri odrasle ženske in njihovo življenje v mestu New York. V seriji ima vsaka epizoda svojo podzgodbo, sicer pa se v celoti izgrajuje globalna zgodba, ki se vleče skozi celotno serijo. Denar in materialne dobrine običajno niso neposredni objekt zgodbe, so pa stalno prisotni elementi in na tak način delujejo toliko bolj ideološko. Če je prejšnji film neposredno izpostavil denar in ga na tak način gledalcu predal na zavestni ravni, se v *Seksu v mestu* presežna materialnost¹⁰ in vesplošno povečevanje materialnih sredstev izvaja latentno, kot nekaj samorazumevajočega in normalnega. Kot način življenja in zapolnjevanja prostega časa.¹¹ Tak pogled je osnovan na zahodni kulturi (New York bi lahko postavili za simbolni center), ki je v primerjavi z drugimi deli sveta (sem lahko do neke mere vključimo tudi Slovenijo) izrazito materialistično naravnano. Osebnosti morda niso izgrajene izključno na osnovi njihovega imetja (več imaš, več veljaš), ampak materialna osnova pomeni temelj za vključitev v družbo. Noben se ne sprašuje po smiselnosti drage restavracije, ampak je nekaj povsem normalnega, da se dekle povabi na drago večerjo. Refleksivno se takšna kultura potrošnje prenaša tudi na filmske izdelke, izhajajoče iz te kulture. V seriji *Sex v mestu* je polje diskusije omejeno na to, kako zelo je nekaj drago in kakšen simbolni pomen ima določena blagovna znamka, nikakor pa ne preseže okvirjev materialistične miselnosti in postavi pod vprašaj sam smisel prekomerne potrošnje. Ideje takšne kulture se s pomočjo množične reprodukcije (kino, televizija) prenašajo v druge družbe in jih aficirajo. Slovenija je v svoji poziciji prehodne države (iz planskega v tržno gospodarstvo) odličen primer, kako kulturni vplivi spreminjajo dožemanje in mišljenje posameznikov in posledično sooblikujejo politiko.

Pretirano bi bilo reči, da filmi hollywoodske produkcije neposredno povečujejo materialnost in da je slednja njihov glavni element. Prav tako zgoraj naštetih filmov, čeprav v določenih delih

¹⁰ Presežna v smislu preseganja gole potrebe po samoohranjanju in ohranjanju družbe.

¹¹ »Honey, if its hurt so much, why are we going to shopping? I have a broken toe, not a broken spirit.« (Sex and the City 2003)

izrazito materialistična, v svoji osnovni zgodbi govorita o drugačnih družbenih vrednotah, o nečem veliko bolj postmodernem. Problem, ki ob tem nastaja, je ravno v neposrednosti materialnosti. Problematiko smo že nakazali v prejšnjem odstavku, kjer smo dejali, da je tematika materialnosti v *Seksu v mestu* drugorazredna, oziroma boljše, neartikulirana in kot taka vzeta za nekaj samoumevnega. Gre za resnico, ki je tam zunaj, kot bi temu dejal Žižek: »Naša poanta torej ni enostavno v tem, da ideologija pronica tudi v domnevno zunajideološke plasti vsakdanjega življenja, temveč da ta materializacija ideologije v zunanji materialnosti naredi vidne inherentne antagonizme, ki jih eksplicitna formulacija ideologije ne more priznat« (Žižek 2003, 10). Skozi samoumevnost materialnosti se kaže ideološkost takšnega prikaza. »Z drugimi besedami, resnični *locus* fantazme¹², ki podpira ideološko zgradbo, je ta »materialna iskrenost« zunanjšega ideološkega rituala, ne pa globina subjektivih notranjih prepričanj in želja« (Žižek 2003, 13).

Gre za standarden prikaz realnosti v mnogih Hollywoodskih uspešnicah. S tem v gledalcu vzpostavi določen standard življenja, kako bi naj izgledalo normalno okolje življenja. Materialistične vrednote niso postavljene ob bok ostalim vrednotam, ampak so postale samoumevne, nekaj kar pač mora biti, kot realna osnova, ki nam je dana v izobilju in o kateri se ne sprašujemo.

3.3 Ameriška (civilna) religija

Hollywoodski filmi so močno zaznamovani z ameriško kulturo. Slednje je seveda logično, saj izhajajo iz ameriškega okolja in se posledično iz njega napajajo. Da bi lahko razumeli ideologijo teh filmov, si moramo najprej pogledati eno izmed ključnih kulturno religijskih značilnosti ameriške družbe. Bellah v svojem delo *Civilna religija v Ameriki* (1990) opisuje posebno obliko religije, tako imenovano civilno religijo, katera se je skozi zgodovino razvila

¹² Žižek definira pojem fantazme v razmerju z gonom in željo z naslednjim besedami: »Želja je v svojem temelju »obramba pred gonom«, njen vznik nakazuje, da se je subjekt odrekel presežku gona, da se je gon ujel v pajčevino zakone/prepovedi, v začaran krog, v katerem »lahko na lestvi zakona dosežemo objekt zgolj, če je najprej izgubljen« (Lacanov definicija kastracije) – in fantazma je prav pripoved o teh prvotni izgubi, uprizarja proces te odpovedi in vznika zakona.« (Žižek 2003, 33) Pojem fantazme je v naši razpravi relevantno kot podpora ideologije.

v Ameriki in katera je neodvisna od drugih cerkva. Nekateri avtorji govorijo tudi o »religiji American Way of Life.« Ta sintagma, civilna religija, je Rousseaujeva. V osmem poglavju četrte knjige *Družbene pogodbe* poudarja preproste dogme civilne religije: obstoj boga, posmrtno življenje, nagrada za krepost in kazen za grehe, izločitev religijske netolerance. Vsa ostala religijska prepričanja so izven pristojnosti države in jih državljani svobodno izražajo. Civilna religija ima obliko mita oziroma boljše rečeno, je skupek mitov, ki prevladujejo v ameriški družbi in politiki. Igrala je precej pomembno vlogo že pri ameriških kolonijah, katerih ideje so zaznamovale njeno obliko in ton in so se ohranile vse do danes (Bellah, 1990).

Kot primer, kjer se ameriška civilna religija izrecno izkazuje je serija *Sedma nebesa* (7th Heaven). Gre za pripoved o družini z mnogo otroki, materjo, ki skrbi izključno za dom ter očetom duhovnikom. Osnovna poanta zgodbe je prikaz življenja družine in njihovo soočanje z različnimi življenjskimi situacijami. Gre za pogled tipične ameriške družine srednjega razreda, bele polti in protestantske religije. Osrednji moralni imperativ je protestantska etika, katera v celoti sovпада z ameriško civilno religijo in jo tudi presega. Sedma nebesa so izrazito konservativna v pogledih na ameriško družbo: nasprotovanju uporabi vsakršnih oblik drog (sezona 11, epizoda 5), kraja je nesprejemljiva, neglede na to kako trivialna je (sezona 1, epizoda 13), podpora vojne proti terorizmu, podpora vojne kot nujno sredstvo zaščite ameriške družbe (sezona 6, epizoda 20), itd.

Podobno kulturno-religijski je film *August Rush*. Gre za zgodbo o glasbeni družini, ki je po sili dogodkov ločena. Vsak od njih (mati, oče in sin) živijo svoje življenje, ki pa jim ne zadošča, zato se odločijo, da se poiščejo. Film je poln religijskih motivov, predvsem vere v višjo simboliko glasbe, v povezanost ljudi na duhovni ravni in vero v dobro usodo.¹³ Najbolj očiten je glavni junak, sin August Rush, za katerega se izkaže, da je glasbeni genij. Njegova genialnost se preprosto razloži kot sposobnost slišati glasbo povsod. Gre za vero v ontološko dualnost, o drugem sveto, do katerega lahko posežemo s posebnim pristopom in kateri bdi nad nami in nam kaže pravo pot – pogled značilen za katoliško tradicijo v navezavi z ameriškim mitom o uspehu.

¹³ »The music. I thought if I could play, they would know I was alive.« (August Rush 2007)

Religijska vsebina je danes široko prisotna v vseh vrstah medijev, tudi v filmski produkciji. Razlog za to se skriva v spremembi dojetanja religij, s čimer se je spremenil tudi način izvajanja in dostopanja do religij. Danes lahko govorimo o verskem bazarju, kjer razdrobljene, individualistične potrebe iščejo sebi primerno ponudbo. Način biti veren je v današnjem času izšel iz tradicionalnih varnih sfer institucionaliziranih religij, v odprti bazar verske ponudbe. S spremembo po povpraševanju se je spremenila ponudba – tudi na televiziji. Slednja se je hitro prilagodila novim avtonomnim posameznikom, in ponudila pestro ponudbo odprte verske simbolike za vse okuse. Sodobni ljudje imajo medijsko okolje za vir simbolov in vrednot – nekatere od teh prevzamejo, nekatere zavržejo, nekatere pa na novo interpretirajo za njihove lastne potrebe (Hoover 1998).

Battlestar galactica je znanstveno fantastična nanizanka osnovana na originalnih serijah iz 70-ih let. Osrednja zgodba se vrti okoli konflikta med ljudmi in Cyloni, umetnimi in pogosto humanoidnimi bitji, ki jih je ustvaril človek. Cyloni Izdajo človeštvo, uničijo človeško civilizacijo ter sledijo ostanku preživelih po galaksiji. Ljudje so v zgodbi predstavljeni v očitni ameriški luči – tako od govora kot do kulture. Čeprav prihaja do določenih variacij med posamezniki, katere dajejo občutek določene kulturne pluralnosti, pa so vsi glavni liki amerikanizirani. Prav tako je posadka osrednje vojaške ladje osnovana na motivih ameriške vojske. Vendar kulturni element nima tako velike vloge pri tej seriji. Pri razvoju zgodbe je ključna religija. Ljudje so politeisti, njihova vera pa je osnovana v njihovi knjigi bogov, katera je pol verska pol zgodovinska izpoved o preteklosti človeka. Na drugi strani so Cyloni monoteistični. Njihova religija ni osnovana na knjigi, ampak na verskem prepričanju o izbranih bitjih, ki morajo naslediti ljudi. Nanašanje na dejanske religije je več kot očitno. Človeška religija je osnovana na starogrškem politeizmu z določenimi elementi sodobnega krščanstva. Poleg glavne religije se pojavlja nova religija, vodena s strani posameznika, kateri kot prerok izpoveduje religijo v enega boga – motiv Jezusa. Na drugi strani so Cyloni, katerih religija je očitno osnovana na sodobnih monoteističnih religijah (krščanstvo, islam, judaizem). Pri Cylonih je zanimiva njihova verska fanatičnost. V njihovi predstavi so izbranci boga, ki morajo pokončati ljudi. Vsa njihova dejanja izhajajo iz skrajnega verskega prepričanja.

Primer *Battlestar Galactice* je izjemno ekspliciten in neposredno temelji na religijski motiviki. Bolj impliciten je primer trilogije *Matrica*. Osnovni zaplet je podoben: bitka strojev proti ljudem, ter poslednji, obupani človeški boj za preživetje. Glavno vlogo ima pri tem Neo,

novodobni mesija. Religijski motivi so v primeru Matrix v imenih. Neo se imenuje, preden postane Neo - nov, Tomas Anderson. Thomas kot nejeverni Tomaš in Anderson, kar pomeni sin človekov, oboje pobrano iz Svetega Pisma. Sin človekov rešuje Zaion – obljubljeni deželo, ki jo je bog namenil izbranemu ljudstvu. Pri njegovi nalogi mu pomaga Morpheus, bog sanj, ki mu pomaga razumeti njegovo vlogo v Matrici, svetu sanj. V zaključku zgodbe se Neo žrtvuje za mir med ljudmi in stroji – simbolika žrtvovanja Jezusa za ljudi in izničenje prvotnega greha - vojne (Černic 2006).

3.4 Hollywoodska seksualna morala

Freud v svoji psihologiji veliko pozornost nameni seksualnosti. Po njegovem je slednja neposredna posledica primarnega gona erosa, katerega energija (libido) se izkazuje v obliki seksualnosti. Potlačitve, premostitve in sublimacije osnovne seksualne energije so viri, iz katerih se napaja posameznik za neseksualno ustvarjanje in delovanje, česar neposredna posledica je nastanek družbe. Takšna perspektiva nam razkriva ključen pomen, ki ga ima seksualnost za razvoj družbe.

Primer seksualne vzgoje, ki nam jo daje hollywoodska produkcija je v seriji *Prijatelji* (Friends). Zapleti se dogajajo okoli skupine šestih prijateljev, treh fantov in treh deklet. Skozi različne dogodke in pripetljaje, ki jih doživljajo, se pokaže tudi njihov odnos in način dojemanja spolnosti. Najbolj zgovoren je primer Joeya. Njegovo dojetje spolnosti je izključno v seksualni zadovoljitvi. Slednja je tudi osrednji razlog in cilj njegovih ljubezenskih odnosov s pripadnicami nasprotnega spola. Nekoliko drugačna lika sta Chandler in Ross, katera smisel svojih ljubezenskih odnosov dojemata nekoliko drugače (kot iskanje primerne partnerja), vendar se načelno, delno pa tudi z dejanji, strinjata z Joeyem. Gre za načela svobodne seksualnosti, za katero ni potrebna čustvena vezava na svojega partnerja, ampak gre v osnovi za telesno aktivnost z namenom spolne zadovoljitve. Nekoliko drugačen odnos držijo dekleta, ki na načelni ravni zagovarjajo spolnost v navezavi z emocionalno povezanostjo, vendar ta načela v praksi mnogokrat prekršijo in posledično kažejo na podobno logiko kot fantje.¹⁴

¹⁴ »I don't know, I fill like I need to have one last fling, you know,[...]« (Friends 1996)

Gre za pogled na seksualnost, ki se je razvil v času po 2. svetovni vojni, katerega nekateri imenujejo tudi seksualna revolucija. Tradicionalno se je seksualnost razumelo izključno z namenom reprodukcije. Z razvojem kontracepcije ter družbenimi spremembami pa prihaja do t.i. plastične seksualnosti, kjer je poudarek na užitku in ne na reprodukcijski vlogi. Družbene spremembe, ki so se razvijale istočasno, so izpodrinjale dominanco moškega in osvobajale ženske. Tradicionalna ženska, ki je morala držati svojo nedolžnost do poroke, prav tako pa je bila njena seksualnost po poroki zreducirana na neprijetno obveznost, se spremeni v seksualno svobodno osebo, ki v seksualnosti išče užitek in zadovoljitev. Podobno se je spremenil tudi pogled na homoseksualnost. Če je še v začetku 20. stoletja homoseksualnost veljala za patološko, se s seksualno revolucijo otrese predznaka nesprejemljivega in postane družbeno akceptirana, ponekod tudi tolerirana in odobravana (Giddens 2000, 7-19).

»Seksualnost je družbeni konstrukt, ki deluje na področjih moči, in ne zgolj niz bioloških vzgibov, ki jih neposredno zadovoljimo ali pa tudi ne« (Giddens 2000, 30). Skozi analizo Foucaultovega dela Giddens v svoji knjigi razvije misel, da je za družbeno realnost konstitutiven diskurz, kar velja tudi za področje seksualnosti. »Ko nastane novo besedišče za razumevanje spolnosti, misli in pojmi ter teorije, ki jih izražajo ti pojmi, začnejo pronicati v samo družbeno življenje in ga pomagajo preurejati« (Giddens 2000, 35). Slavno poročilo, ki ga je Kinsey napisal na osnovi svojih raziskovanj spolnosti je kot osnovni namen imelo raziskati in pojasniti seksualnost. Vendar je to poročilo reflektivno vplivalo na sam predmet preučevanja, saj je z vpeljavo novih misli spremenilo diskurz in posledično družbeno realnost. Temu pojavu Giddens pravi institucionalno refleksiven pojav – institucionalno kot temeljni strukturni element družbe, refleksiven pa v smislu, da novi izrazi, ki opisujejo družbo posledično tudi vplivajo na samo družbo (Giddens 2000, 36).

Iz enako institucionalno reflektivnega stališča lahko gledamo tudi na hollywoodsko filmsko produkcijo, katera s svojo vsebino uvaja novo besedišče in razumevanje seksualnosti, s čimer posledično oblikuje družbeno dojetje seksualnosti in samo družbo. Freud v svojem delu 'Kulturna' spolna morala in moderna nervoznost (2007) razpravlja prav o tej problematiki – kako lahko drugačna seksualna morala vpliva na celoten ustroj družbe. Tako tudi razkriva moč filma, ki ga ima slednji v sodobni družbi, kjer lahko posreduje svoje poglede na seksualno moralo in posledično zelo učinkovito vpliva na dejansko seksualno moralo družbe.

4 ANALIZA DRUŽBE

4.1 Film v množični psihologiji

Vsebinska analiza nam je pokazala, kaj nam hollywoodska filmska produkcija prikazuje in v kaj nas indoktrinira. Vendar pri tem ne gre za enosmerni tok, kjer je posameznik zgolj podvržen vplivom. Kot smo najavili že na začetku je vsak posameznik, ki je vključen v družbo, vladani in vladajoči hkrati. V tem poglavju bomo pokazali, kako je vsak posameznik izvor in cilj medsebojnih vplivov in kako osebna psihološka raven deluje in vpliva na njihovo družbeno povezovanje. S tako razlago bomo prestopili naslednji korak k razumevanju vloge filmske produkcije na družbenem in političnem nivoju.

Po prepričanju psihoanalize vsebuje skoraj vsako trajnejšo intimno čustveno razmerje med dvema osebama usedline odklanjajočih, sovražnih občutkov, ki uidejo zaznavi samo s potlačitvijo. Nenaklonjenost in odpor, ki ga čisto iskreno čutimo do nam neznanih oseb, sta izraz narcisizma, ki stremi po samouveljavljanju. Toda vsa ta netoleranca izgine s tvorbo množice. Takšno omejitev narcisizma povzroči (po Freudovskih pogledih) libidalna povezanost z drugimi osebami. Vsekakor to pomeni, da je bistvo množične tvorbe v novovrstnih medsebojnih libidalnih vezeh množičnih članov (Freud 2007).

Freudov pristop do množične psihologije temelji na spoznanju, da vsi odnosi ki so prvenstveno predmet predvsem psihoanalitičnega raziskovanja (odnos bratov in sestra, do staršev, do ljubezenskega objekta itd), lahko vrednotimo tudi kot socialne fenomene. Izhaja iz dejstva, da posameznik v množici zaradi njenega vpliva pogosto doživi spremembo v svojem duševnem delovanju. Osrednji pojem je sugestija¹⁵. Sugestivni vpliv množice je tisti, ki nas sili ubogati svoje posnemovalno nagnjenje. Kot prvi pogoj, ki v trumi oblikuje in izoblikuje neko organizacijo je, da imajo posamezniki skupen interes na nekem objektu istovetenja - postavijo isti objekt na mesto ideala jaza in se torej v svojem jazu med seboj identificirajo (Freud 2007).

¹⁵ »Posredno, prikrito vplivanje na čustva, mišljenje, ravnanje koga« (SSKJ 1991)

Freud analizira dva primera umetne množice: Cerkev in armado. V njiju lahko opazimo zelo razločno določene odnose, ki so drugod veliko bolj prikrite. V cerkvi kot v vojski vlada ista iluzija da poglavar ki jima je na čelu (pri cerkvi je to Kristus, pri armadi vojskovodja), ljubi vse posameznike v množici z enako ljubeznijo. Od te iluzije je vse odvisno. V obeh umetnih množicah je vsak posameznik povezan po eni plati z vodjo, po drugi z ostalimi množičnimi individuumi. Namig v smeri, da je bistvo množice v njenih libidalnih vezeh, nam je tudi fenomen panike. Panika nastane, kadar se taka množica razkraja. Vzajemne vezi popustijo, osvobodi se orjaška, nesmiselna bojazen. Panična bojazen predpostavlja zrahljanje libidalne strukture množice in nanj upravičeno reagiranje. Tipičen primer panike je vojska, ki izgubi vodjo. Ko se pretrga vezanost z vodjo, vedno izginejo tudi medsebojne vezi množičnih individuumov (Freud 2007).

Močna čustva, ki jih opazimo pri množici pojasnjujejo zgolj eno potezo njenega značaja, predvsem pomanjkanje samostojnosti in istovrstnost njegovih dejanj. S tem pa ne razložimo oslABLJENE intelektualne zmogljivosti, nezavrto afektivnost, prekomerno izražanje čustev. Ta stanja dajejo vtis, da so vzgibi po individualnem delovanju prešibki, da bi se uveljavila in morajo vedno počakati na istovrstno ponovitev pri drugih. Tisto, kar učinkuje v družbi kot duh skupnosti izvira iz zavisti. Zahteva po enakosti je temelj družbene vesti in občutka dolžnosti. Socialni čut je torej preobrnitev nekoč sovražnega občutja v pozitivno identifikacijo. Vsi posamezniki naj bodo med seboj enaki in en sam večji od njih, tako zglada situacija v življenju množic (Freud 2007).

Vsak posameznik je sestavni del številnih množic, z identifikacijo vezan na veliko strani, in je ideal jaza gradil po kar najbolj različnih zgledih. Za opazovalca so najbolj zanimive hitro izoblikovane, minljive množice, kjer individualna izoblikovanost ponikne brez sledu, pa čeprav samo začasno. Tisto, kar lahko prispeva k razjasnitvi libidalne strukture množic, je torej zajeto v razlikovanju med jazom in idealom jaza in v dvovrstni vezi, ki jo ta ločitev omogoča: identifikacija in nadomestitev ideala jaza z objektom. Ta ločitev med idealom jaza in jazom pa ne more trajno vztrajati in se mora kdaj pa kdaj razveljaviti. Če nekaj v jazu sovпада z idealom jaza, nas zmeraj obide občutek zmagoslavja in obratno, občutek krivde lahko pojmuje kot izraz napetosti med jazom in idealom jaza (Freud 2007).

Tako smo prišli do determinant, ki sestavljajo ogrodje funkcioniranja Vodje: ta je namreč tista avtoriteta, zaradi katere se posameznik v množični tvorbi odpoveduje

gonom. Učinkovitost vodje torej izhaja iz podobnosti očetu, kajti v množični psihologiji Vodja zavzema mesto in vlogo Nad-jaza, tiste instance najprej starševske, igre »priden-poreden«, ki pozneje, ko stopi na mesto družbe in Nad-jaza, metamorfira v »dobro-zlo«, krepostno in sprijeno, vedno-že usmerjeno v odpoved gonom pod pritiskom avtoritete, nadomeščajoče in nadaljujoče ambivalentnega očeta (Balažič 2007, 55).

Potencial takšne množice se je v zgodovini pokazal v fašističnih gibanjih, ki so totalno prevzela družbo in jo s svojo propagando in prisilo popolnoma obvladovala. Ta fenomen razlaga Adorno v svojem delu *Freudovska teorija in struktura fašistične propagande* (1981). V njem avtor analizira s pomočjo Freudove množične psihologije fenomen ameriških fašističnih agitatorjev. Njegova raziskava izpelje dve poglavitni tezi. Prva je značilnost, da se fašistična propaganda v Združenih državah komajda meni za konkretne in oprijemljive politične probleme. Druga teza pa razlaga ravnanje agitatorjev, katerih delovanje je docela sistematično, po utrjeni shemi natančno določenih prijemov in tehnik. Adorno je prepričan, da učinkovitost agitatorjev ne izhaja iz njihove sposobnosti, ampak da njihov uspeh izhaja iz psihologije njihovih konzumentov. Njihova propagandna gesla so standardizirana in strnjena na enak način, kot se je strjevanje razvilo pri oblikovanju reklam (Adorno, 1981).

Gre tudi za stično točko naše analize hollywoodske filmske produkcije. Freud sam omeni, da lahko konkretno vodjo nadomesti ideja. Gre za to, da se standardi prikazani v televiziji postavljajo na točko našega skupnega ideala jaza. Razlika, ki jo moramo pri tem izpostaviti je v obliki množice, saj v primeru filmskih vsebin predvajanih preko televizijskih sprejemnikov govorimo o množici »na daljavo«. Sodobni mediji so namreč povzročili razdružitve množice, ki jo obravnava Freud. Kljub tej razdružitvi pa mediji dosežejo prenos določenih sugestij prav tako uspešno ali še bolje kot se to dogaja z množično sugestijo. Gre za množico, ki je nevidna, ker je vseprisotna in katerega del smo – udomačena, domesticirana množica. Razlike, ki ločijo obe množici, so pri načinu mobilizacije in pri vrsti sugestije, ki veže množico. Razlika pri razdruženi množici je v težavnosti pri njeni mobilizaciji, saj so posamezniki te množice fizično oddaljeni. Je pa razdeljenost po Foucaultu temeljni element uspešnega nadzorovanja (Foucault 2004). Pri sugestiji pa gre za razliko med čutno posredovano sugestijo, ki je značilna za spontane množice nasproti intelektualno posredovani sugestiji. Množica oblikovana na intelektualno posredovani sugestiji pa je lahko mnogo bolj daljnosežna in

globlje povezana (Ule, 2004, 401-402). Kot smo povzeli po Foucaultu, je ključen odnos vednost – oblast.

Filmi vplivajo na naš način vedenja, sooblikujejo naše prepričanje in verovanje. Ne gre za enosmeren vpliv, katerega vsak posameznik brezpogojno prevzame. Prav tako so razlike v dojemljivosti različnih posameznika, kar variira na čisto osebni ravni kot na ravni različnih družb. Se pa nam skozi Freudovo množično psihologijo pokaže potencial vplivanja, ki ga ima filmska produkcija na posameznika in ga tudi izvaja. Posledično (in posredno preko posameznika, saj Freud eksplicitno zanika psihološke strukture na nivoju množice) ima vpliv tudi na družbo.

4.2 Film v kulturni industriji

S priznanjem filma kot družbeno-političnega akterja, ki oblikuje pripadnike te družbe, se zastavi vprašanje lastnosti tega akterja. Med drugim o tem govorita Horkheimer in Adorno v svojem delu *Dialektika razsvetljenstva* (2006). V njem opišeta svojo analizo razsvetljenstva in pogled na posledice, ki jih je razsvetljenstvo povzročilo v današnji družbi. Osnovni problem, ki ga vidita v razsvetljenski misli je, da je totalitarno: »Razsvetljenstvo priznava kot bit in dogajanje samo to, kar je moč enovito zapopasti; njegov ideal je sistem, iz katerega izhaja vse nasploh in vsako posebej. [...] število je postalo kanon razsvetljenstva« (Horkheimer in Adorno 2006, 21). Njuno delo prikazuje, kako je razsvetljenska misel z mehanično-matematično totalizacijo vseh aspektov družbe z namenom demitologizacije družbe zapadla v novo mitičnost. Logika mehanične družbe, ki jo uveljavlja razsvetljenstvo, se je izkazala za tiransko in zatiralsko, ki nalaga posamezniku en in edini način razumevanja in delovanja (Horkheimer in Adorno 2006).

Kot vse ostalo je v razsvetljensko totalnost zavzeta tudi kultura, katera se je sprevrgla v kulturno industrijo. »Kultura danes vse zaznamuje s podobnostjo. Film, radio, revije so del istega sistema. Vsaka panoga je uglašena sama s seboj in z vsemi drugimi« (Horkheimer in Adorno 2006, 133). Skozi primerjavo z drugimi industrijami avtorja pokažeta, kako je sodobna kulturna industrija deluje po principu istosti in kako so razlike zgolj stilistične. Tako kot je razlika med Chryslerem in Generalom Motorsem zgolj v podobi, v bistvu pa gre za isto platformo, enak avto, tako je v filmski industriji razlika med posameznimi filmi v številu

zvezdnikov in porabljenem proračunu. Filmi so strukturirani v fiksne sheme, ki se ponavljajo, tako da že na začetku filma gledalec ve, kaj bo dobil in kakšen bo konec. V vseh umetnostih prevladujejo slogi: »Slog v vsaki umetnosti pomeni obljubo. S tem, ko izraženo s pomočjo sloga postane del prevladujočih form občosti, del glasbenega, slikarskega ali verbalnega jezika, naj bi se spravilo z idejo prave občosti« (Horkheimer in Adorno 2006, 143–149).

Avtorja nam želita s takim prikazom povedati, da je celotna kulturna industrija podvržena pokorščini do družbene hierarhije. Ni naključje, da kulturna industrija izvira ravno iz liberalnih industrijskih dežel, saj njena načela izvirajo iz splošnih načel kapitala. Kot način konformiranja celotne družbe avtorja navedeta Tocquevillovo analizo, po kateri razsvetljenska tiranija dejansko telo pusti na miru in gre naravnost proti duši. Gre za družbo konformistov, ki se vedno zadovoljijo s ponavljanjem istega (Horkheimer in Adorno 2006, 143–149).

Kulturna industrija je zreducirala subjekt na iluzijo, kateri je popolnoma neupoštevana pri proizvodnji. Njegova vloga je v identifikaciji z obćim, stalno poistovetenje z moćjo, ki ga tepe. Umetnost vse prilagodi potrebam in s tem individuuma ogoljufa za tisto, kar naj bi mu prinesla – odrešitev od načela koristi. Individuum dejansko skozi kulturno industrijo prebegne zgolj pred mislijo do upora. Kar pa mu ostane je princip dela: »Zabava je podaljsek dela v razmerah poznega kapitalizma« (Horkheimer in Adorno 2006, 143–149).

4.3 Film v razmerjih gospostva

V našem zaključnem poglavju se bomo osredotoćili neposredno na našo hipotezo. Kar smo dokazovali skozi analizo filmov je teza, da imajo hollywoodski filmi vlogo ideološkega aparata, ki podpira prevladujoćo miselno doktrino. Drugi del naše teze, da taki ohranjajo razmerja gospostva, smo delno utemeljili s Foucaultovo mislijo: Film vpliva in sooblikuje naše mišljenje in tako vpliva na našo vedenje. Vedenje pa je po Foucaultu v neposrednem odnosu z oblastjo, saj se skozi vedenje oblikuje oblast (Lukšić in Kurnik 2000). Gre za diskurzivni pogled na svet, kjer pomen ne izhaja iz stvari samih, ampak se kulturno in zgodovinsko konstruira skozi diskurz – oblikovanje diskurza je način vladanja.

Da bi bolje razumeli, kaj pomeni gospostvo skozi diskurz, si bomo pomagali z osnovnim modelom gospostva, ki ga uvede Hegel skozi odnos gospodar-hlapec. Skozi svojo razpravo v

Fenomenologiji duha (1998), Hegel postopoma razvije misel o zavesti in samozavedanju, katera zaradi osnovnega manka nezmožnosti popolnega zajetja samega potrebuje drugo samozavest, kot način samopotrditve. V takem odnosu si stojita nasproti dve samozavedanji z enakimi težnjami po priznanju drugega. Ker je paradoks nerazrešljiv, je edini izhod boj za življenje in smrt. V tem boju poskuša posamezno samozavedanje odpraviti samostojnost drugega samozavedanja, obenem pa se dokazati kot samozavedanje, da se pokaže neodvisno od kakršnekoli substancialnosti. Obe samozavedanji, ki sta v boju, imata isti cilj, tako da je lahko rezultat le smrt ene izmed samozavedanj. Tak zaključek pa paradoks še zaostri: kdor bi boj preživel, bi se znašel brez svojega nujnega protipola, od katerega si edinega lahko obeta priznanje. Boj je hkrati samomor. Za samozavedanje ni dovolj, da zgolj tvega lastno življenje v boju. Rešitev paradoksa je v vzpostavitvi razmerja gospostvo – hlapčevstvo (Hegel 1998).

Razmerje gospodar – hlapec omogoča, da se boj na življenje in smrt zaključi z zmago enega, vendar tako, da ostaneta oba živa. Tisti, ki mu je samozavedanje bilo bolj bistveno od življenja, postane gospodar, drugi pa, ki se je v strahu pred smrtjo oklenil življenja, pa postane hlapec. Slednji raje živi kot hlapec, kot da bi umrl kot gospodar. Edino tako je mogoča odprava drugega, katera ne bi bila hkrati odprava sebe, temveč je odprava in ohranitev hkrati – odprava avtonomije in ohranitev življenja. Spoznanje, da je življenje bistveno za samozavedanje, velja za oba: hlapec ga prizna tako, da ima raje življenje kot svobodo, gospodar pa ga prizna v tem, da pusti hlapca pri življenju. Boj se lahko izteče le tako, da v določeni točki oba odstopita od njega – z uvidom, da ne gre le za realno življenje in smrt, temveč za simbolno priznanje (Hegel 1998). Razmerje, ki je v realnem nerešljivo, mora stopiti v register simbolnega.

Kasneje Heglov model Lacan (Balažic 1995; Balažic 2007) vključi v svojo teorijo štirih diskurzov, kot diskurz gospodarja, katere ključno značilnost Balažic opiše kot: »Tu dobiva ves svoj domet analiza gospostva kot »jezikovnega« mehanizma, ne v pomenu orodja gospostva, ampak v zgoraj navedeni ne-instrumentalni funkciji govornice, ki je sama kot taka gospostvo« (Balažic 2007, 337). Gre za osnovni diskurz, kjer gospodar zavzema točko praznega označevalca, po katerem se nato v diskurzivno verigo povežejo vsi drugi pomeni (Balažic 2007).

S tem smo pokazali na delovanje osnovnega mehanizma gospostva kot označevanja, vendar pa je strukturno diskurz gospodarja za nas nepopoln, zato se moremo obrniti na naslednji

Lacanova diskurz, diskurz univerze. Za razliko od diskurza gospodarja, kjer gospodar nastopa neposredno, se ta skriva pred pregrado vedenja. Ponuja se nam v obliki »objektivne vednosti«. »Kapitalizem se pripne na diskurz Univerze, ki ponazarja delovanje sodobnih Gospodarjev/kapitalistov: kot tak strukturira pretežni del naše aktualnosti – in kot sodobna oblika politike s politično administracijo ter državno birokracijo in kot ekonomska logika delovanja kapitalizma« (Balažic 2007, 345). Podobno razmišljanje smo obravnavali že v prejšnjem poglavju o kulturni industriji, katera je pod neposrednim diktatom ekonomskega gospostva.

Za razumevanje gospostva proizvodnih sredstev, si lahko pomagamo tudi z Marxovo analizo kapitalistične družbe, ki je kot prva izpostavila pomen proizvodnje pri razumevanju družbenih odnosov. Struktura družbe je osnovana na celokupnosti proizvodnih odnosov. Ta je dejanska, realna osnova, iz katere izhaja politična in pravna vrhnja stavba. »Pogoji delovanja ustvarjajo v teku zgodovine neprekinjeno vrsto oblik menjave, delitve in trgovine. Njihova zgodovinska povezanost je izpričana s tem, da se ob vsakem napredku človeške moči nad naravo, ob vsakem napredku proizvodnih sil in zato ob vsakem napredku individualne dejavnosti stari odnosi zamenjajo z novimi« (Lefebvre, 1960, 159). Posledično prihaja do situacije, da ima razred, ki ima v rokah proizvodnja sredstva, tudi nadzor nad vrhnjo stavbo, ki njihov partikularni interes prevaja v obči. Podobno vendar bolj aktualno analizo izpelje Offe (1985). V njej se osredotoča na vlogo države v kapitalizmu. V svetu globalnega kapitalizma država predstavlja institucionalno obliko javne oblasti v njenem razmerju do materialne produkcije. Država predstavlja zgolj sistem institucij, ki so posredno oblikovane s strani materialne proizvodnje, ter so v svojem bistvu namenjene za ohranjanje in krepitev slednje (Offe 1985). Čeprav je ta analiza osredotočena na vlogo države, pa nam govori isto zgodbo: živimo v svetu gospostva materialistične proizvodnje v okvirih liberalnega trga.

Tukaj vstopi tudi naša zgodba, analiza hollywoodske produkcije. Kot smo pokazali v vsebinski analizi, se skozi hollywoodsko filmsko produkcijo promovirajo izrazito ameriške ideje, kot posledica kulture iz katere izhajajo. Tako se promovira liberalni pogled na svet, kateri izpostavlja kot temeljne vrednote svobodo posameznika in svobodo trga. Slednji se je v neoliberalnem diskurzu spremenil predvsem v svobodo trgu, osebna svoboda pa je zreducirana na svobodo sodelovanja na trgu. Tako pridemo na neoliberalni pogled na odnos država - trg, kje naj država ne posega v trg, ampak naj poskrbi za politike, ki bodo omogočale

čim bolj svoboden in pretočen trg. Kot dopolnilni element pa je promocija potrošniške kulture, kot ključen element za dobro gospodarsko rast. S temi idejami hollywoodska filmska produkcija pomaga vzpostavljati in vzdrževati obstoječe odnose gospostva. Kot pravi Foucault, z oblikovanjem naše vednosti (z izločanjem in privilegiranjem določenih diskurzov, s postavljanji pravil diskurza, itd. skozi filme) se oblikuje oblast (razmerje gospostva).

5 SKLEP

Film v sodobni družbi zaseda svojevrstno pozicijo. Kot prvo mu to pozicijo omogoča televizija. Slednja je danes široko prisotna v domovih posameznikov. Posledično so televizijske vsebine široko dostopne. Še posebej v t.i. zahodnem svetu so televizijske (posledično tudi filmske) vsebine zasedle pomemben del našega vsakdanjika. Druga značilnost, ki daje filmu svojevrstno pozicijo, pa so značilnosti filma samega. Film ni zgolj mehanska reprodukcija realnega dogajanja, ampak s svojimi zamejitvami in specifikami omogoča specifičen način sporočanja. Film, ki prek televizije dobi možnost širokega vpliva na družbo, to svojo danost še dodatno utrjuje s svojo pripovedovalno in prikazovalno možnostjo. V naši analizi imamo torej opravka s svojevrstnim medijem, ki je široko dostopen in široko dojemljiv. Tak medij ima močan vpliv na našo vednost.

Vednost-oblast. To je osnovni matem, na katerem gradimo našo teoretsko utemeljitev. Kot zapiše Foucault (2002) je vednost vedno vezana na oblast – skozi oblikovanje vedenja se oblikuje obnašanje ljudi. Gre za diskurzivni pristop do razumevanja oblasti, kjer oblast ne izhaja iz fizične ali psihološke (pre)moči, ampak iz zmožnosti oblikovanja pravil izjavljanja in posledično oblikovanja vedenja. Oblast ni hierarhično urejena, ampak je široko razpršena, kjer je vsak posameznik učinek oblasti in hkrati element njene artikulacije. Film ima pri tem odlično pozicijo s svojo široko dostopnostjo in široko dojemljivostjo, s čimer lahko vpliva na množstvo posameznikov (elementi artikulacije oblasti), ki sprejmejo vednost iz filma in posledično delujejo v skladu s filmom (postanejo učinek oblasti). Kaj nam torej sporoča televizija, kakšno vedenje nam daje?

Najbolj neposredne in izrazite so filmske vsebine namenjene otrokom. Skozi te vsebine se tem podajajo najosnovnejša družbena pravila. Tako jih socializirajo v tradicionalne družbene strukture, dajejo jim osnovna moralna načela. Vpliv se izvaja predvsem preko ponotranjenja likov, kjer se otroci z liki iz filmskih vsebin poistovetijo in postopoma postavijo na mesto svojega ideala – superega. Ti ideali so mešanica tradicionalnih družinskih vrednot, liberalnega pogleda na svobodo in družbo ter morale, po kateri je dobro vzdrževanje in ohranjanje takih struktur in slabo vse, kar nasprotuje tem vrednotam. Slabo je še posebej izrazito pokazano kot patološko, pokvarjeno, ne kot nekaj, kar je možna alternativa, ki je sicer družbeno

nesprejemljiva, ampak kot nekaj, kar je ontološko nesprejemljivo. Posledično se dobro pokaže v luči absolutnega dobrega, večne in neizpodbitne zgodbe – mita.

Po tej prvotni socializaciji in zamejitvi, ki je precej neposredna smo iskali bolj latentne motive, ki jih vsebine prenašajo na gledalce. Osrednja vrednota, ki je široko prisotna je posestvo materialnih dobrin. Gre za podzgodbo, ki je zmeraj prisotna. Občasno se jo izpostavi neposredno, običajno pa igra svojo vlogo v ozadju, kar jo dela toliko bolj ideološko – kot neartikulirana družbena nujnost (kot riba, ki nikoli ne spozna vode, v kateri plava). Kot je zapisal Žižek: »[...]materializacija ideologije v zunanji materialnosti naredi vidne inherentne antagonizme.« Pri čemer je v našem primeru zunanja materialnost film in inherenten antagonizem presežna materialnost, ki nas vodi v družbeni in biološki propad. Potreben je zgolj neposreden pogled: film je materializirana ideologija. Na enak način kot je film zgolj iluzija, je iluzija, da živimo v svetu neomejenega materialnega konzumiranja.

Poleg osnovnega ideološkega ozadja, ki kot nekakšen »backvokal« zmeraj stoji v ozadju hollywoodskih filmskih vsebin, smo izpostavili še dve družbeni strukturi, na katere ima film močan vpliv: religijo in seksualnost. Pri religiji smo izpostavljali ameriško civilno religijo, kot značilnost ameriške družbe, katera povzema določena lastnosti religije ter sodobni trend religijske liberalizacije. Osnovno prikazovanje religije v sodobni hollywoodski produkciji je katoliško protestantska etika, katera je tudi osnova ameriške kulture. Osnovna meja je vera v enega boga, kar se pod vplivi sodobnega religijskega bazarja meša z različnimi drugimi religijskimi primesmi. Sicer vsebinsko odprt pogled pa nas zamejuje z enostavnim imperativom: veruj! Izključno vera nas dela moralne in dobre in nas pripelje do smisla našega življenja.

Seksualna morala v hollywoodskih filmih se je v zadnjih letih razvila v skladu z splošnimi družbenimi trendi seksualne liberalizacije. Pri tem prihaja do reflektivnega odnosa – ko družba vpliva na film, film nazaj vpliva na družbo (gre sicer za občo načelo odnosa filma do družbe, ki izhaja iz same strukture sodobne družbe in filma). Film nas torej socializira v odprt odnos do seksualnosti, kjer se čustveni odnosi in reprodukcija ločita od seksualne zadovoljitve.

Skozi analizo smo spoznali glavne poglede, v katere nas poskuša indoktrinirati film. Gre za zahodnjaški pogled na svet, kjer veljajo načelne vrednote liberalizma (osebna in ekonomska

svoboda), vendar so slednje kulturno zamejene s specifičnim dojemanjem različnih elementov družbe. Družba, katera se proglašča za svobodno in odprto, dejansko (skozi ideološke aparate) v naprej zapira možnost artikulacije (in posledične samorefleksije) določenih mitov in ideologij. Da bi to situacijo lažje razumeli, smo vpeljali različne poglede na sodobno družbo z namenom sistemske analize družbene konstrukcije, ki vzpostavlja (in ohranja) sistem vedenja, ki drži specifično (materialistično) hegemonijo. Skozi Freudovo *Množično psihologijo* (1981) smo analizirali nastanek in delovanje množice. V navezavi s specifikami televizije lahko zaključimo, da imamo opravka z zelo široko in trdoživo množico gledalcev. Na drugi strani imamo vprašanje industrije, ki stoji za filmsko produkcijo. Horkheimer in Adorno v svojem delu (2006) označita slednjo kot hegemonsko industrijo enega, ki (v skladu s splošnim razsvetljskim duhom) totalizira družbo z mehansko logiko.

Danes živimo v družbi, ki je totalitarizirana skozi vednost (tudi) s pomočjo novih medijev. Oziroma, če obrnemo tezo, novi mediji niso prinesli sprememb, ampak zgolj dodatno utrjujejo formulacijo vednost – oblast. Film v svoji specifikki omogoča določeno vidni režim (Gržinić 1996, 44), ki podpira in dopolnjuje oblast. Vsebinsko prevladuje materialistična ideologija, katera ni postavljena kot prva zgodba, ampak ravno nasprotno - kot samoumevna zgodba, katera je tako večna da se je ne artikulira. Do podobnih zaključkov prihajajo tudi analize drugih aspektov družbe – osnovni imperativ, ki vodi sodobni način vedenja (in posledično način mišljenja), je neskončni imperativ proizvodnje in potrošnje. Hollywoodska produkcija kot specifičen del družbe odlično podpira prevladujočo neoliberalno in potrošniško misel in ohranjati obstoječa razmerja gospostva. S tem smo potrdili našo tezo.

LITERATURA

- Adorno, Theodor W. 1981. Freudovska teorija in struktura fašistične propagande. V *Psihoanaliza in kultura*, ur. Rastko Močnik, 145–172. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Althusser, Luis. 1980. Ideologija in ideološki aparati države. V *Ideologija in estetski učinek*, ur. Zoja Skušek, 35–101. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Arnheim, Rudolf. 2000. *Film kot umetnost*. Ljubljana: Krtina.
- *August Rush*. 2007. DVD. Režija Kirsten Sheridan. Burbank, CA: Warner Bros. Pictures.
- Balažic, Milan. 1995. *Gospodstvo*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- --- 2007. *Psihoanaliza politike*. Ljubljana: Založba sophia.
- Bellah, Robert. 1990. Civilna religija v Ameriki. *Nova revija* 9 (104): 1661–1673.
- Černic, Andrej. 2006. *Filozofski vidiki filmske trilogije Matrix*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Duda, Sibylle in Pusch Luise F. 1995. *Nore ženske*. Ljubljana: Krtina.
- Fairclough, Norman. 1995a. *Media Discourse*. London: Hodder Arnold.
- --- 1995b. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Harlow: Longman an imprint of Pearson Education.
- Foucault, Michel. 2004. *Nadzorovanje in kaznovanje: nastanek zaporov*. Ljubljana: Krtina.
- --- 2002. *Archaeology of Knowledge*. London: Routledge.
- *Friends*. 1996. 3(6). DVD. Režija Peter Bonerz. Burbank, CA: Warner Bros. Television, Bright/Kauffman/Crane Productions.
- Freud, Sigmund. 2000. *Očrt psihoanalize*. Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo.

- --- 1981. Množična psihologija in analiza jaza. V *Psihoanaliza in kultura*, ur. Rastko Močnik, 7-74. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- --- 2007. 'Kulturna' spolna morala in moderna nervoznost. V *Spisi o družbi in religiji*, ur. Simon Hajdini, Leo Petrovič Breclj, Rapa Šuklje, Lidija Šumah, Samo Tomšič, Tadej Troha in Marija Javornik, 23–44. Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo.
- Giddens, Anthony. 2000. *Preobrazba seksualnosti*. Ljubljana: /*cf.
- Gržinić, Marina. 1996. *V vrsti za virtualni kruh: čas, prostor, subjekt in novi mediji v letu 2000*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich. 1998. *Fenomenologija duha*. Ljubljana: Analceta.
- Hoover Stewart M. 1998. *Religion, Media, and The Cultural Center of Gravity*. Dostopno prek: <http://www.colorado.edu/Journalism/MEDIALYF/analysis/umcom.html> (7.6.2009).
- Horkheimer, Max in Adorno, Teodor W. 2006. *Dialektika razsvetljenstva*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Inglehart, Ronald. 1990. *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton: Princeton University Press.
- Južnič, Stane. 1989. *Politična kultura*. Maribor: Založba obzorja.
- Kant, Immanuel. 2001. *Kritika čistega uma*. Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo.
- Lefebvre, Henri. 1960. *Misel Karla Marxa*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Lukšič, Igor in Kurnik, Andrej. 2000. *Hegemonija in oblast, Gramsci in Foucault*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Mill, John Stuart. 1994. *O svobodi*. Ljubljana: Študentska organizacija Univerze.
- Offe, Claus. 1985. *Družbena moč in politična oblast: protislovja kapitalistične demokracije – razprave o politično sociologiji poznega kapitalizma*. Ljubljana: Delavska enotnost.
- Pikalo, Jernej. 2003. *Neoliberalna globalizacija in država*. Ljubljana: Založba sophia.

- *Ratatouille*. 2007. DVD. Režija Brad Bird. Burbank, CA: Walt Disney Pictures.
- SAZU. 1991. *Slovar slovenskega knjižnega jezika*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- *Sex And The City*. 2003. DVD. 6(11), Režija David Frankel. New York, NY: HBO.
- *Spider-Man 3*. 2007. DVD. Režija Sam Raimi. Culver City, CA: Sony Pictures Entertainment.
- *Superman Returns*. 2006. DVD. Režija Bryan Singer. Burbank, CA: Warner Bros. Pictures.
- *The Dark Knight*. 2008. DVD. Režija Christopher Nolan. Burbank, CA: Warner Bros. Pictures.
- *Transformers*. 2007 DVD. Režija Michael Bay. Universal City, CA: DreamWorks Pictures, Paramount Pictures, in drugi.
- Ule, Mirjana. 2004. *Socialna psihologija*. Ljubljana: FDV.
- Velikonja, Mitja. 1996. *Masade duha*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- *Vicky Cristina Barcelona*. 2008. DVD. Režija Woody Allen. New York, NY: The Weinstein Company in Optimum Releasing.
- *What Happens in Vegas*. 2008. DVD. Režija Tom Vaughan. Century City, CA: Twentieth Century Fox, Regency Enterprises in drugi.
- Weiss, Richard. 1988. *The American Myth of Success*. Illinois: University of Illinois Press.
- Žižek, Slavoj. 2003. *Kuga fantazem*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.