

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jernej Gregorač

Transformacije kulturne industrije

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jernej Gregorač

Mentor: red. prof. dr. Aleš Debeljak

Somentor: izr. prof. dr. Žiga Vodovnik

Transformacije kulturne industrije

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

Hvala tebi, draga neznanka

In vsem, ki ste z nasveti, spodbudo in lekturo pripomogli h končnemu izdelku

Transformacije kulturne industrije

Magistrsko delo obravnava transformacije kulturnih industrij, se pravi pojma, ki se nanaša na produkcijo množične kulture in ki sta ga opredelila pripadnika Frankfurtske šole kritične teorije Theodor Adorno in Max Horkheimer. V ospredje so postavljene kulturne industrije nemškega nacionalnega socializma, ameriškega demokratičnega kapitalizma po drugi svetovni vojni in globalnega korporacijskega kapitalizma, ki se je uveljavil v zadnjih tridesetih letih. Prikazani so mehanizmi vzpostavljanja in delovanja kulturnih industrij v izbranih obdobjih in pod različnimi režimi, za boljše razumevanje pa so predstavljeni tudi posamični primeri iz filmske in likovne umetnosti. Glavni namen je prikazati, kako so se kulturne industrije transformirale in se prilagodile dani zgodovinski situaciji. Poleg tega delo kritično obravnava tudi povezavo kulturnih industrij s prevladujočim političnim in ekonomskim modelom in ugotavlja, da so prav tako kot delovna razmerja tudi kulturne industrije vpete v sistem kapitalistične proizvodnje in jih kot take ni mogoče analizirati ločeno od njega. Vsako poglavje je tako sestavljeno iz zgodovinsko-političnega orisa v enem podpoglavju in specifično kulturnih industrij v drugem, poglavja pa si sledijo v logičnem časovnem zaporedju.

Ključne besede: kulturna industrija, kritična teorija, propaganda, nacionalni socializem, globalni korporativizem.

Transformations of the Culture Industry

The following MA thesis deals with the transformations of the culture industries, the concept that refers to the production of mass culture, which was first identified by members of the Frankfurt School of critical theory, Theodor Adorno and Max Horkheimer. It focuses on the culture industries of the German National Socialism, the American democratic capitalism after the Second World War and the global corporate capitalism, which has established itself over the last thirty years. In the thesis the mechanisms and functioning of the culture industries are displayed in selected periods and under different regimes. The main purpose is to show how the culture industries transformed and adapted to a given historical situation. For the purpose of better understanding, the specific examples from film and visual arts are also presented. The work also critically addresses the link culture industries have with the prevailing political and economic model and comes to the conclusion that they are engulfed in the system of capitalist production just as labor relations are. As such they can't be analyzed separately from it. It's also favorable to note that each chapter is composed of historical and political outline of the selected period in one section and the specificity of culture industries in the other.

Key words: culture industry, critical theory, propaganda, National Socialism, global corporatism.

KAZALO

1 UVOD	6
2 ZGODOVINA POJMA KULTURNE INDUSTRIJE	8
2.1 METODOLOGIJA	8
2.2 FRANKFUTSKA ŠOLA KRITIČNE TEORIJE	9
2.3 KULTURNE INDUSTRIJE PO ADORNU IN HORKHEIMERJU	13
3 KULTURNE INDUSTRIJE IN NEMŠKI NACIONALNI SOCIALIZEM	20
3.1 SOCIALNI, KULTURNI IN POLITIČNI ORIS MEDVOJNE WEIMARSKE REPUBLIKE	20
3.2 KULTURNE INDUSTRIJE NEMŠKEGA NACIONALNEGA SOCIALIZMA	26
4 KULTURNE INDUSTRIJE IN AMERIŠKI DEMOKRATIČNI KAPITALIZEM	37
4.1 SOCIALNI IN POLITIČNI ORIS RAZVOJA ZDA V DRUGI POLOVICI DVAJSETEGA STOLETJA	37
4.2 KULTURNE INDUSTRIJE AMERIŠKEGA DEMOKRATIČNEGA KAPITALIZMA	44
5 KULTURNE INDUSTRIJE IN GLOBALNI KORPORACIJSKI KAPITALIZEM	55
5.1 SOCIALNI IN POLITIČNI ORIS SODOBNEGA GLOBALIZIRANEGA SVETA	55
5.2 KULTURNE INDUSTRIJE GLOBALNEGA KORPORACIJSKEGA KAPITALIZMA	62
6 ZAKLJUČNI DEL	71
7 LITERATURA	75

1 UVOD

Kulturne industrije nas obdajajo in oblikujejo v vsakdanjem življenju, zaradi česar so postale pomemben predmet preučevanja v kulturnih, socioloških in političnih študijah. Širok razpon socioloških, kulturoloških in politoloških del, ki pojem obravnavajo, je razviden v naboru literature, prav tako pa v ta spekter nedvomno spada tudi pričujoča naloga, saj se ukvarja s transformacijami kulturne industrije skozi moderno zgodovino. Ključ do raziskovalnega vprašanja in pomena magistrskega dela se tako skriva v samem naslovu.

Pojem sta v delu *Dialektika razsvetljenstva* leta 1944 predstavila nemška filozofa Theodor Adorno in Max Horkheimer, zato nas bo prav njuno delo vodilo pri njegovem zaznavanju, preučevanju in razumevanju. Na grobo lahko omenimo, da gre pri kulturnih industrijah za produkcijo množične kulture, ki se ne more ločiti od ostale industrijske produkcije v kapitalizmu, zaradi česar nam njihovo poznavanje omogoča boljši vpogled v delovanje kapitalističnega sistema in analizo vpetosti kulture v posamezne politične, ekonomske in ideološke strukture. V tem pogledu kulturne industrije iz polja kulture dokončno preskočijo v polje političnega.

Kar se tiče njihove transformacije, bo glavna hipoteza, da se kulturne industrije, kot jih definirata Adorno in Horkheimer, ne vzpostavijo zgolj v totalitarnih sistemih, kar pomeni, da so neodvisne od narave političnega sistema, v katerem delujejo. Poleg tega se kulturne industrije prilagajajo globalni situaciji ter se tako ohranjajo in nadgrajujejo. Svojo moč so izkazale tako pod totalitarno nacistično vladavino v medvojni Nemčiji, na strani t.i. svobodnega sveta v obdobju hladnovojne borbe za ideološko dominacijo, še danes pa jo izkazujejo v skladu s sodobno digitalizirano prevlado globalnega korporacijskega kapitalizma. Predmet preučevanja bodo zaradi tega postali tudi načini in mehanizmi ohranjanja, transformiranja in nadgrajevanja kulturnih industrij.

Naloga je razdeljena na logične vsebinske sklope, ki nam bodo na koncu omogočili lažjo primerjavo med izbranimi obdobji. V prvem poglavju se bomo tako osredotočili na metodološko in zgodovinsko ozadje Frankfurtske šole kritične teorije, kateri sta pripadala Adorno in Horkheimer, ter zgodovino in pomen preučevanega pojma. Pot nas bo nato vodila po izbranih zgodovinskih etapah. Najprej se bomo ustavili v času med obema vojnama, kjer se bomo podrobneje spoznali s kulturnimi industrijami nacističnega režima v Nemčiji. To obdobje ni bilo izbrano zgolj zato, ker se dela Frankfurtske šole nanašajo tudi na preučevanje

nacizma in fašizma, temveč tudi zato, ker so kulturne industrije v njem dosegle izjemno prodornost in vseobsegajočnost. Propagandno ministrstvo, ki ga je vodil glavni nacistični ideolog dr. Joseph Goebbels, nam lahko služi kot izjemen primer kulturne produkcije, saj je, kot bomo videli, svoj pečat pustilo tako v filmski kot tudi medijski kulturni industriji.

S porazom nacizma se bomo tudi mi premaknili naprej, in sicer v povojno obdobje, ki ga je najbolj zaznamoval konflikt med demokratičnim kapitalizmom Združenih držav Amerike in socialnim realizmom Sovjetske zveze. V tretjem poglavju se bomo tako naslonili na kulturne industrije prvega, saj je v našem primeru preučevanje kulturnih industrij neločljivo povezano s preučevanjem kapitalističnega sistema. V tem obdobju velja izpostaviti predvsem Trumanovo doktrino, strategijo zadrževanja Sovjetske zveze, ki jo je razvil ameriški diplomat George Kennan, ter vzpon neoliberalizma. Kot bomo videli so tudi na področju kulturnih industrij ZDA prevzele vodilno vlogo v svetu, in prav preko njih promovirale svoj način življenja in politično-ekonomskega sistema.

V zadnjem poglavju bomo nadaljevali z obdobjem po koncu dualističnega svetovnega reda, se pravi, da se bomo osredotočili na obdobje po padcu berlinskega zidu. Gre za obdobje, ki ga je ameriški filozof Francis Fukuyama na grobo označil za konec zgodovine in kot dokončno prevlado liberalnega in kapitalističnega reda. V sodobnem globaliziranem svetu so se na višek svoje moči povzpele multinacionalne korporacije, zato lahko o njem govorimo tudi kot o obdobju globalnega korporacijskega kapitalizma. Temu so se prilagodile tudi kulturne industrije, poleg tega pa obdobje v sociološko-kulturološkem smislu sovpada tudi s postmodernizmom.

Kot lahko vidimo, nam izbrana obdobja nudijo celotno sliko, oz. pregled kulturnih industrij v burnem dvajsetem stoletju. Vsako poglavje je sestavljeno iz dveh delov, v prvem se ga zgodovinsko in politično umesti v širši kontekst, drugi pa je bolj vsebinski, saj podrobno obravnava izbrane kulturne industrije. S takšno strukturo je lahko preveriti na kakšen način se kulturne industrije transformirajo, v kolikšni meri se ohranjajo in v čem se po obdobjih in političnih režimih razlikujejo. S tem v mislih se naše potovanje lahko začne.

2 ZGODOVINA POJMA KULTURNE INDUSTRIJE

2.1 Metodologija

Pred samo umestitvijo in poglobitvijo osrednjega preučevanega pojma, se pravi kulturne industrije, moramo nekaj besed nameniti tudi metodi preučevanja in opredelitvi filozofske šole, iz katere izhaja. Tako bomo namreč dobili predpostavke, ki nam bodo koristile v nadaljnjem razvoju dela.

V našem primeru gre za »intenzivno analizo individualne enote s poudarkom na njenem razvoju in razmerju do okolja, oziroma konteksta« (Denzin in Lincoln 2013, 169), zato lahko delo označimo za študijo primera. V tovrstni študiji moramo določiti okvirne meje, ki opredeljujejo, kaj lahko štejemo za primer in kaj za njegov kontekst. Na konkretnem primeru to pomeni kulturne industrije v različnih obdobjih in v različnih političnih okoliščinah, se pravi od Weimarske republike in nemškega nacionalnega socializma, preko ameriškega demokratičnega kapitalizma, vse do sodobnega globalnega korporacijskega kapitalizma. Poleg tega je študija primera podatkovno bogata, saj vsebuje mnogo detajlov. Za naš primer je pomembno tudi to, da nam izbrana metoda omogoča sledenje oz. transformacijo izbranega preučevanega pojma, se pravi kulturnih industrij, skozi čas (prav tam, 170).

Če se bolj poglobimo v samo metodo dela, lahko opazimo, da se ne bomo ustavili zgolj pri »kritični analizi ustrezne strokovne in znanstvene literature« (Sagadin 1993, 15), ki se nanaša na osrednji pojem preučevanja, v katerem se izraža smisel zaokrožene celote (Milić 1978, 593). Iz teksta bo razvidno, da kulturne industrije vsekakor niso enoznačne in se ne morejo opredeliti zgolj znotraj ene discipline. Zaradi interdisciplinarnosti samega pojma, ki tako kot v polje politike posega tudi v polje kulture, ekonomije, množičnih medijev, sociologije in zgodovine, lahko metodo preučevanja označimo za kvalitativno (Denzin in Lincoln 2013, 5).

Poleg tega se bomo naslonili tudi na interpretivizem, ki se fokusira na ideje in pomene (Marsh in Stoker 2010, 152) in na Foucaultovo analizo diskurza, saj ne smemo spregledati, da je za boljše razumevanje sedanjih nazorov in ideje o izbranem pojmu potrebno poseči v njegovo zgodovino in ga interpretirati v okviru širšega diskurza (prav tam, 202). Diskurzivna formacija se po Foucaultu (2001, 49) namreč definira, če lahko vzpostavimo neko celoto, se pravi, da katerikoli objekt diskurza, ki ga obravnavamo, v njej najde svoje mesto. Pogoji za pojavitev objekta diskurza in za vzpostavitev razmerja podobnosti, oddaljenosti in transformacije z drugimi objekti so izredno številni in težavni, zaradi česar v kateremkoli

obdobju ne moremo govoriti o čemerkoli. Poleg tega relacije, ki so vzpostavljene med institucijami, družbenimi in ekonomskimi procesi, niso neposredno navzoče v objektu in ne definirajo njegove notranje konstitucije, temveč »tisto kar omogoča, da se pojavi, da nastopi ob drugih objektih, da se umesti z ozirom nanje, da definira svojo razliko, svojo neizvedljivost in morebiti svojo heterogenost, na kratko, da je umeščen v polje zunanosti« (prav tam, 50).

Diskurzivne relacije tako niso notranje diskurzu, temveč se nahajajo na njegovi meji in mu ponujajo objekte, o katerih lahko govori, ter določajo razmerja, ki jih mora izvajati. Relacije tako ne karakterizirajo jezika, ki ga diskurz uporablja, temveč sam diskurz kot prakso (Foucault 2001, 51). Diskurzi so posebni načini organizacije znanj v kontekstu služenja specifičnim tipom odnosov moči (Strinati 2004, 227). Čeprav je Foucault svojo analizo diskurza opredelil na primerih iz medicine, je relevantna tudi v našem primeru, ko obravnavamo transformacijo kulturnih industrij. Cilj namreč ni, da osrednji preučevani pojem zgolj razložimo in se do njega opredelimo, temveč da ga celostno umestimo v zgodovinski socialno-politični kontekst in ga obravnavamo v okviru širšega diskurza, katerega del je. To sledljivost pojma nam omogoča zgradba dela, ki je sestavljena po logičnih zgodovinskih sklopih, ki skupaj sestavljajo širšo sliko.

2.2 Frankfurtska šola kritične teorije

Na tej točki se moramo zaradi boljšega metodološkega vpogleda navezati na Frankfurtsko šolo kritične teorije, kateri sta pripadala avtorja eseja o kulturni industriji Theodor Adorno in Max Horkheimer. Namen ni do potankosti razložiti in opisati delovanje te teoretske šole, ki je posledično postavila pogoje za debato in analizo popularne kulture (Strinati 2004, 46), temveč predstaviti njene osnovne koncepte, ki so prispevali k zaznavi in opredelitvi preučevanega pojma.

Frankfurtska šola je neizpodbitno povezana z Inštitutom za družbene raziskave (*Institut für Sozialforschung*), saj so jo sestavljali levo usmerjeni člani inštituta, ki so bili vsi židovskega porekla. To so bili Max Horkheimer, ki je postal direktor leta 1930, Leo Lowenthal, Theodor W. Adorno, ki je uradni član postal šele leta 1938, Erich Fromm in Herbert Marcuse. Seveda ne velja spregledati niti vloge Walterja Benjamina, ki sicer uradno ni nikoli postal član inštituta (Bronner 1994, 4). Po besedah Martina Jaya (1982, 466) je inštitut predstavljal

edinstven element v neprimerljivem dogajanju moderne zgodovine, saj se je v njem zbrala meddisciplinarna skupina učenjakov, ki se je kljub različnim preučevanim problemom zedinila na skupni teoretski osnovi. Inštitut se je uspel obdržati kljub temu, da so bili njegovi člani zaradi izгона razpršeni.

Ločimo lahko štiri obdobja zgodovine inštituta in Frankfurtske šole. Prvo je obdobje med leti 1923–1933, se pravi obdobje delovanja v weimarski Nemčiji, ko je pod direktorjem Carlom Grunbergom prevladoval izrazito empiričen in realističen karakter. V drugem obdobju, obdobju izgnanstva iz nacistične Nemčije med leti 1933–1950, se je fokus preučevanja z ekonomije in zgodovine preusmeril na filozofijo. Pod direktorovanjem Maxa Horkheimerja je šola izoblikovala svojo teoretsko misel (Bottomore 2002, 12). Izpostaviti velja tudi, da je bil inštitut edini kolektivni predstavnik weimarske kulture, ki je preživel izgon, in jo tako na svojevrsten način povezal s post-nacistično Nemčijo (Jay 1982, 466–467). Nadalje, v obdobju po drugi svetovni vojni se je kritična teorija uskladila z radikalnim protestnim gibanjem in tedanjimi kontrakturnimi temami, njen vpliv pa se je razširil po Evropi in v ZDA, kjer so nekateri člani, kot Herbert Marcuse, celo ostali. Za razliko od njega sta se Horkheimer in Adorno vrnila v Evropo, a vidno manj radikalna. Kontrakulturo šestdesetih sta namreč videla kot napad na tradicijo in izraz anti-intelektualizma, radikalne aktiviste pa kot sovražnike demokracije. Zaradi izkušenj iz medvojnega obdobja sta tudi povojno utopično mišljenje enačila s totalitarizmom (Bronner 2011, 7). V svoji poslednji fazi od sedemdesetih let dalje, po smrti glavnih predstavnikov, se je šola vse bolj ločevala od marksističnih korenin, a njeni koncepti še vedno ostajajo prisotni v politični misli (Bottomore 2002, 13).

Zanimiv je predvsem zelo ambivalenten odnos avtorjev Frankfurtske šole kritične teorije do marksizma, čeprav je šola iz njega izhajala. Že na prvi pogled je vidno, da se avtorji niso pretirano posvečali historicizmu, saj se njihove teme navezujejo na dogodke, ki so se odvijali v obdobju nastanka šole. Vprašanje avtoritarne osebnosti, fašizma in kulturnih industrij so v tem vidiku povsem drugačna od vprašanja izvora družine in privatne lastnine, ki se ga loteva Engels. Poleg tega so zavrnili tudi idejo delavskega razreda, enega izmed osnovnih stebrov marksizma, kot nosilca sprememb v kapitalizmu in skoraj vsakršno ekonomsko analizo (Bottomore 2002, 74–76). Po Benjaminovih (Jay 1982, 101) besedah je ortodoksni marksizem napredek spoznal zgolj v gospostvu nad naravo, eksploatacija katere je nadomestila eksploatacijo proletariata, Adorno pa je omenil, da je Marx cel svet želel spremeniti v ogromno tovarno.

Marxove napovedi so bile bazirane na dialektični analizi sprememb, ko prelomna socialna in politična sprememba nastane zaradi nepremagljivih ovir znotraj obstoječega sistema, se pravi da bi se kapitalizem zrušil zaradi neizpoljenih zahtev njegove delovne sile, zaradi proletarske revolucije. Svoje raziskave je koncentriral na zgodovinski in socialno ekonomski analizi, v nasprotju z njim pa so teoretiki kritične teorije večji poudarek namenili ideološkimi nastavkom sistema (Marsh in Stoker 2010, 164–165). Prav tako so ortodoksni marksisti želeli tudi kulturne pojave z redukcijo izpeljati iz njihove družbeno-ekonomske baze, kar v kritični teoriji ni možno. Za Horkheimerja in ostale kultura recimo nikoli ni bila zgolj spremljevalni pojav, čeprav nikoli ni bila popolnoma samostojna. Njena vez z materialno družbeno bazo je večdimenzionalna, saj se morajo vsi kulturni fenomeni razumeti v okvirih družbene totalitete, kot totalnost vseh dialektičnih posredovanj. Kritična teorija je tako spodbujala nujnost oz. možnost popolnega formuliranja socialističnega človeka (Jay 1982, 98–100) in prav teoretiki Frankfurtske šole so močno prispevali k preporodu marksizma v šestdesetih letih (Bottomore 2002, 1).

Od tradicionalne marksistične teorije se kritična razlikuje tudi v tem, da zavrača fetišizacijo znanja in zagovarja tezo, da je raziskovanje brez interesov nemogoče, saj posamezniki niso avtonomni. Raziskovalec je po Horkheimerju vedno del objekta, ki ga preučuje, prav tako pa tudi sama družba, ki jo preučuje, ni plod svobodnega racionalnega izbora. Percepcijo mu posredujejo družbene kategorije, nad katerimi nima moči. Raziskovalec in intelektualec tako nikakor ni svoboden v smislu, da bi konflikte in družbeno realnost preučeval izven njenega okvira, kar zatrjujejo formalisti, niti ni plod svoje kulture in razreda, kot je zaznati v marksizmu. V sklopu kritične teorije je njegova dolžnost, da njegova vrednost vpliva na njegovo delo (Jay 1982, 134–135).

Znotraj kritične teorije je bil torej vzpostavljen nov, od klasičnega marksizma ločen koncept diskurza, ki opisuje kapitalistično družbo in omogoča svež vpogled v njeno konstelacijo in procese znotraj nje (Agger 1992, 36–37). Že leta 1937 je Horkheimer v *Tradicionalni in kritični teoriji* namesto tradicionalne marksistične povezave med radikalno teorijo in proletariatom zagovarjal zvezo vseh naprednih sil, ki bi bile pripravljene govoriti resnico. Leta 1951 je Adorno izključil možnost kakršnekoli kolektivnosti, kar je vodilo v to da so člani vse bolj spominjali na Mannheimov model lebdečih intelektualcev, ki so ga sprva prezirali (Jay 1982, 458). Opustitev delavskega razreda v korist kritične negativne dialektike je po mnenju mnogih ortodoksnih marksistov močno omajala možnost Frankfurtske šole glede poznega kapitalizma. Kljub temu politično-ekonomski vidiki marksizma s Frankfurtsko šolo

niso bili opuščeni temveč zgolj okrepljeni, saj ponovno vzpostavijo odnos med bazo in superstrukturo, ki se ga ne da enostavno razmejiti (Agger 1992, 14–15). V skladu s teorijo šole je bil delavski razred pacifiziran v sprejem kapitalizma, pri racionalizmu pa gre za dominacijo nad masami v sodobni družbi. Tako je denar postal tisti, ki ureja razmerja v komodificiranih življenjih, same potrebe pa so mnogokrat lažne (Strinati 2004, 53).

Frankfurtska šola na splošno prikazuje dilemo levičarskega intelektualca v našem stoletju, saj je njene člane že od nastanka mučil strah od kooptiranja in integriranja. Bili so izgnanci glede zunanjega sveta, in to ne zgolj dejanski od leta 1933, ampak so ta status sprejeli kot osnovo lastne intelektualne plodnosti (Jay 1982, 12). Že od začetka so avtorji izražali poseben interes za ukinitvev socialne nepravilnosti, s poudarkom na prikazu in kritiki represivnih interesov, ki so prikriti v navidez nevtralnih oblikah znanosti in tehnologije, na kritiki ideologije. Kritična teorija je tako postala pravo nasprotje ekonomskemu determinizmu in historicizmu, saj so njeni avtorji hoteli preseči obstoječe dogme (Bronner 1994, 3). Nepremakljivih dogem in zapovedi niti ni postavljala, zaradi česar bi lahko rekli, da je bila oblika marksizma brez organizacijskih nastavkov. Če pogledamo par ključnih konceptov lahko vseeno opazimo, da je svoje temelje izpeljala in ohranila iz tradicionalno dialektičnih del Karla Korschja in Georga Lukacsa, družba je ostala eden izmed ključnih konceptov, prav tako pa se je ohranil tudi pomen tradicije (prav tam, 322–332).

Izpostaviti velja tudi pogled na položaj posameznika v sodobni družbi, do česar sta imela Adorno in Marcuse sicer enako malodušen pogled, a sta se nanj odzvala na različen način. Herbert Marcuse je tako recimo vztrajal, da industrijska družba še vedno potrebuje akcijo delavskega razreda, a da so bili njegovi pogledi modificirani s strani kulturne industrije, ekonomskega dobička in političnega aparata. Gonilo revolucionarne zavesti naj bi po njegovem tako postali tisti na obrobju obstoječega družbenega sistema, se pravi ženske, protivojna gibanja, intelektualci in boemi (Bronner 2011, 89–90). Z napredkom družbe bi se tako vzpostavili pogoji brez kakršnegakoli pomanjkanja in osvoboditve (tudi seksualne) človeka na vseh področjih. V nasprotju z njim Adorno te možnosti ni videl v vzponu opozicijskih skupin in seksualni svobodi, temveč v delu avtentičnega umetnika, ki ima v sebi edini subverzivni potencial (Bottomore 2002, 41–42). Kljub temu je obema skupna skepsa glede povezave med racionalističnim tehnološkim napredkom in emancipacijo človeka (Jay 1982, 132), čeprav je bila kritična teorija vzpostavljena kot teorija družbe, ki je navdahnjena z idejo osvoboditve. Njeni ustvarjalci so razumeli, da bodo novi družbeni pogoji povzročili porast novih idej v radikalni praksi in da se bo njen karakter spreminjal skupaj s substanco

emancipacije. Znotraj interdisciplinarnega pristopa Frankfurtske šole se je poudarek tako obrnil na prakso, kar je posledično pomenilo, da so njeni člani zavrnili delitev med dejstvi in vrednotami (Bronner 2011, 24).

Kritika pozitivizma se je v temeljnih delih Frankfurtske šole kot so Adornova *Avtoritarna osebnost*, *Dialektika razsvetljenstva* Adorna in Horkheimerja ter Marcusejev *Razum in revolucija*, okrepila s kritično zaznavo znanstvenih in tehnoloških racionalnosti kot novih oblik dominacije industrijsko naprednih kapitalističnih družb s konca dvajsetega stoletja (Bottomore 2002, 20–23). Marcuse je kritiki dodal nadaljnjo dimenzijo odkrivanja dominacije, ki se skriva v pozitivizmu. Korporativne potrebe ekspanzivnega trga kapitala so zaščitene in se reproducirajo pod baldahinom navidez neekonomske dominacije, znotraj kulturne industrije. Kapitalizem svojo moč črpa iz pozitivističnega koncepta zdravega razuma, t.i. »common sense«, ki se konstantno uporablja v sodobnem političnem diskurzu, in iz naučenega sprejemanja vsakdanjosti. Po Marcuseju bo preživel, dokler bo ta mit ostal nedotaknjen, kritika racionalnosti pa je prvi korak k porazu njegove dominacije, k emancipaciji (Agger 1992, 199–200).

Po zapisu iz metodološkega priročnika (Marsh in Stoker 2010, 164–165) tako lahko povzamemo, da je pri kritični teoriji poudarek na ideološki dimenziji liberalnega kapitalizma, znotraj katerega se vzpostavlja in legitimizira sistem tržnega izkoriščanja, navidezno avtonomno in racionalno sledenje lastnih interesov pa je postalo odgovor na vse aspekte kapitalistične družbe in sredstvo za legitimacijo in naturalizacijo vladavine trga. Obljube in možnosti racionalnega in svobodnega sveta brez hierarhij, ki jih je prinašal liberalizem, so se v skladu s kritično teorijo izjalovile, posamezniki pa so pristali v sistemu rutinskih in konformističnih odločitev ter materialističnih aspiracij, s poudarkom na produkciji in potrošnji. To spoznanje nam bo koristilo pri preučevanju kulturnih industrij v nadaljevanju.

2.3 Kulturne industrije po Adornu in Horkheimerju

Po spoznanju in opredelitvi Frankfurtske šole kritične teorije, si bomo v nadaljevanju podrobneje pogledali in opredelili sam pojem. Začnimo z opredelitvijo iz slovarja kulturne teorije. Brooker (1999, 52) kulturne industrije v množini opredeli kot »komercialne in državne organizacije v umetnosti in medijih, ki so zavezane produkciji, sponzorstvu, razstavljanju in distribuciji kulturnih dobrin in dejavnosti. V to kategorijo spada vse od

razstav, športnih dogodkov, knjig, množičnih medijev ter filmske, televizijske in glasbene produkcije«. Predvsem na področju komunikacij in zabavne industrije je vse bolj prisotna izrazita komercializacija, koncentracija lastništva in uporaba svetovnega trga za namen širše distribucije in generacije profita. To kulturne industrije dosegajo z intenzivnim vlaganjem v oglaševanje in povečanjem potrošnje dobrin, ki jih proizvajajo.

Znotraj kritične teorije so oblike množične kulture pojmovane tako, da sledijo komodifikaciji in podvajajo kapitalistične odnose v polje ideologije. Kulturne industrije so zaradi tega videne kot manipulativne, njihovo občinstvo pa kot pasivni potrošniki. Standardizacija produktov in učinkov je nastavljena v opoziciji do predvidene avtonomije, originalnosti in kritične sile avtentične umetnosti, zaradi česar obravnava kulturnih industrij postane neločljiva od ostalih pomembnih tem v analizi kulture, kot recimo vprašanja visoke in množične kulture (Brooker 1999, 52–53).

Podobno je pojem označen v *Ključnih konceptih kulturne teorije* (Edgar in Sedgwick 1999, 103–104), kjer je zapisano, da ta »namerno kontradiktoren termin«, ki pojem kulture sooči z njegovo očitno antitezo v industriji, poizkuša doumeti usodo kulture v izrazito instrumentalno racionalni in zbirokratizirani družbi poznega kapitalizma. Kulturna industrija tudi po tej definiciji sprejema oglaševanje in služi k spremembi uporabnih vrednosti v produkte kapitalističnega sistema, s čimer se izgubi avtonomija subjektov. Poleg tega avtorja namigneta, da kulturna industrija s povečano potrošnjo proizvaja tudi lastno nasprotje in ni popolnoma homogena.

Kljub temu kulturna industrija ni nujno dojeta kot inštrument vladajočega razreda, saj »totalna administracija sodobnega kapitalizma« zaobjema vse, tako buržoazijo kot proletariat (Edgar in Sedgwick 1999, 105). Vprašanje ostaja tudi, kako se vpliv kulturne industrije razlikuje od kulturne dominacije v drugih tipih družb, saj bi recimo tudi vlogo Cerkve v srednjeveški Evropi lahko označili za tedanje kulturno industrijo. Po Marxu so ideje vladajočega razreda v posamezni dobi hkrati tudi ideje tega obdobja, tako da se pojavi vprašanje ali je koncept kulturne industrije, kot ga predstavita Adorno in Horkheimer dejansko prevladujoč in v kolikšni meri je na njuno vizijo vplival kulturni šok, ki sta ga v obdobju izgnanstva doživela ob srečanju z ameriškimi komercialnimi mediji in filmsko industrijo, ameriškim načinom življenja, ki je bil tedaj povsem drugačen od ustaljenega življenja in tradicij na stari celini (Bottomore 2002, 45), o čemer bo več govora v poglavju o kulturni industriji in ameriškem liberalnem kapitalizmu.

Obe definiciji nam vsekakor koristita, a se moramo vseeno navezati na osrednji tekst, ki nam bo najbolj razložil koncept pojma, se pravi na poglavje z naslovom *Kulturna industrija: Razsvetljenje kot množična prevara* iz Adornovega in Horkheimerjevega dela *Dialektika razsvetljenstva*, v katerem so ideje Hegla in Marxa nadgrajene s spoznanji Nietzscheja, Freuda in Webra. Kot je bilo omenjeno že v prejšnjem poglavju, avtorja ne hvalita tehnološkega napredka, temveč dominacijo tehnološke racionalnosti povežeta z zbirokratizirano družbo. Ker je napredek dojet kot iluzija, edina možnost njene kritike in konfrontacije obstaja v razmahu negativne dialektike. V sistem dominacije so se ugnezdili kapitalizem, birokracija in racionalistična znanost, ki s svojimi nastavki naravo spreminjajo v potrošni material, možnosti napredka v odtujevanje, svobodo v nadzor ter težijo k standardizaciji in kontroli (Bronner 2011, 54–55).

Glavna tema dela je formulirana v njegovem predgovoru, in sicer gre za samodestrukcijo razsvetljenstva, kar pomeni, da se razum spoznava skozi lažno jasnost pozitivistične znanstvene misli. Tovrstna moderna znanstvena zavest je glavni vir kulturnega zatona, ki omejuje človeštvo in ga potaplja v novo barbarstvo, namesto da bi izboljševalo lastne pogoje. Kritika pozitivizma je v prvem delu knjige povezana s kritiko znanosti in tehnologije, ki ju označi za ideologije nove dominacije. V nasprotju z Marxovim dojetjem razvoja tehnologije kot vzvoda napredka, je v skladu s kritično teorijo tehnološka zavest ustvarila uniformno množično kulturo, ki ukinja vso kritiko (Bottomore 2002, 18–19). Z utrjevanjem in instrumentalizacijo hegemonije razuma si tako svobodo omejujemo sami (Bronner 1994, 187).

Posameznik je v razmerju do ekonomskih sil povsem izničen, a medtem ko izginja pred aparatom, s katerim upravlja, je z njim bolj oskrbljen kot kadarkoli. Dobrine, ki prinašajo srečo, so zaradi tega hkrati tudi elementi nesreče, razsvetljenje pa se sprevrača nazaj v mit (Adorno in Horkheimer 2002, 12–13). Avtonomija posameznikov se je predrugačila do te mere, da niso več sposobni česar koli razen tehničnih in emocionalnih presoj. Z vedno težjim izražanjem zavesti in predstavljanjem svobodne družbe se krepi vpliv totalitarizma. Usodo razsvetljenstva tako dobro prikazuje Goethejev hrast, ki se je bohotil znotraj nacističnega koncentracijskega taborišča Buchenwald. Celó več, Adorno in Horkheimer nista bila zaskrbljena zgolj s tem, da je iz demokratične Weimarske republike zrasel totalitarni režim, temveč sta bila prepričana, da je fašizem produkt pogojev, ki so obstajali pred njegovim nastankom, in je v bistvu naslednik pogojev liberalizma, ki ga je sam paradoksalno zavračal

(Bronner 2011, 56–57). Tako tudi Bauman (2006, 32) trdi, da nacistični holokavst ni bil antiteza moderni civilizaciji, ampak je zgolj razkril njen drugi obraz, obraz Janusa, brez katerega ne more ločeno obstajati. Bil je torej zakoniti stanovalec v hiši moderne (prav tam, 46).

Kultura vse zaznamuje s podobnostjo, saj so film, radio in vsi njeni ostali vzvodi del istega sistema, ki se ne ozira niti na politična nasprotja. Vsa monopolizirana množična kultura je identična in svoj monopol jasno prikazuje z igro števil, z redukcijo na posel. Standardizacija in serijska proizvodnja sta pripeljali do tega, da je vsa možna izbira nadzorovana in v pravem pomenu besede pravzaprav neobstoječa (Adorno in Horkheimer 2002, 133–134). Standardizacija seveda ni mišljena v smislu neposrednega produkcijskega procesa za tekočim trakom, temveč v smislu produkcije imitacij. Različne znamke imitirajo uspešne kulturne dobrine in na ta način določijo okvirje, znotraj katerih poteka nadaljnja produkcija (Cook 1996, 40). Razlika in konkurenca med produkti je torej zgolj iluzorna, pa naj gre za avtomobilske znamke ali za prezentacije različnih filmskih studiev, kjer razlike v višini proračuna nimajo nič skupnega s stvarnimi, s smislom izdelka, ki je vedno isti in v funkciji kapitala (Adorno in Horkheimer 2002, 136–137).

Kategorije in vsebine kulturne industrije so po Adornu in Horkheimerju (2002, 144) izšle iz liberalizma, saj so »moderni kulturni koncerni ekonomski prostor, kjer z ustreznimi tipi podjetništva trenutno še ostaja pri življenju del sicer razgradnji zapisane cirkulacijske sfere«. Še več, vsak ki se ji upira sme preživeti zgolj tako, da se ji pridruži, saj je v skladu s tendenco liberalizma uspešnejšem znotraj nje zagotovljena prosta pot. Že po svoji naravi kulturna industrija integrira vsako opozicijo. Dejanska impotenca vsakega dela se skriva v njegovi popularnosti (Bronner 2011, 79). Tiranija dejansko ni usmerjena na telo, temveč proti duši, saj kdor se ne konformira, ni obsojen na smrt, temveč na ekonomsko nemoč, ki se kasneje prelevi v duhovno nemoč in na popolno družbeno izločitev. Zanimivo je, da se tovrstna ideologija ohranja zaradi potrošnikov samih, ki zaradi lastnih želja pri njej vztrajajo in brez odpora zapadejo tistemu, kar jim je ponujeno, čeprav jih kulturna industrija vedno znova ogoljufa za tisto, kar jim je ponujeno (prav tam, 146).

Mehanizem delovanja načrtuje kulturna industrija sama, ki podatke pripravi tako, da so predvidljivi in se prilegajo sistemu čistega uma, efekti in tehnične podrobnosti pa prevladujejo nad umetniško vrednostjo. Skozi njen filter gre tako vsa spoznava sveta, saj zunanji svet postane podaljšek tistega, ki ga spoznamo recimo v filmu. Vsaka manifestacija kulturne

industrije reproducira ljudi kot tisto, za kar jih je naredila celota (Adorno in Horkheimer 2002, 138–140). Gledanje in poslušanje vsebin v medijski realnosti postane edina možna izpolnitev prikazanih želja in pričakovanj, legitimni nadomestek za zunanjo realnost. Življenje dejansko začne imitirati umetnost (Steinert 2003, 120).

Konformizem se zadovolji z reprodukcijo vedno istega in zaradi tega teži k nenehnemu gibanju, k nenehni dinamiki. *Panta rhei*, vse teče, je trdil Heraklit, a kulturne industrije so v navideznem gibanju prav zaradi tega, da se nič ne spremeni, »kajti le univerzalna zmaga ritma mehanične produkcije in reprodukcije obljublja, da se ne bo nič spremenilo« (Adorno in Horkheimer 2002, 147). Spreminjanje je konstanta, ki omogoča ohranjanje. Spomnimo se lahko na informativne oddaje, kjer nekatere novice zaokrožijo na vsake par let, na razne sezonske cikle filmov ali, če gremo na politično raven, na zakonodajne spremembe, kjer se določeni členi zakonov v posameznih mandatih spreminjajo tako, da se ne spreminjajo, a vseeno tako, da se bodo v naslednjem mandatu lahko ponovno obravnavali. S pojavom kulturne industrije zgodovina postaja odprta za potrebe sedanosti, saj hvali trenutnost, mehča spono tradicije in je omejena zgolj z diktatom profita. Likvidacija preteklosti in nezmožnost koherence sta njena osnovna efekta (Bronner 1994, 330).

Tako je tudi z zabavo, ki je nastala kot posledica vkalupljenja umetnosti v potrošniško sfero in boljše izdelave blaga, in je kot taka plod kulturne industrije. Novosti na področju zabave so zgolj izboljšave množične reprodukcije in ne nekaj kar bi bilo zunaj sistema. Zabava je podaljšek dela v razmerah poznega kapitalizma, saj jo išče tisti, ki se želi umakniti iz delovnega procesa, a ima tako moč, da iskalec ne more doživeti drugega kot kopijo delovnega procesa (Adorno in Horkheimer 2002, 148–149). Vzemimo za primer prosti čas, se pravi čas, ki se ga ne preživi na delovnem mestu, a je tako kot delovni čas podvržen dominaciji kapitala, saj so vse potrebe spremenjene v komoditete (Agger 1992, 233). Denar ne ureja zgolj razmerja med delom in kapitalom, se pravi produkcijskih odnosov, temveč se izkazuje tudi v kraljestvu kulturnih dobrin. Razlika je zgolj v tem, da »nas kulturne dobrine pripeljejo v takojšen odnos s tem, kar kupimo, kar pomeni, da njihova uporabna vrednost postane menjalna vrednost in se kot taka lahko predstavi kot objekt užitka« (Strinati 2004, 50–51). Dobre, ki jih proizvede kulturna industrija, torej vsebujejo potrebo, da svojo vrednost realizirajo na trgu (prav tam, 56).

Kulturna industrija ustvarja večnega potrošnika in ponuja beg iz realne vsakdanjosti v umetni raj. Koncept kratkočasje, ki ga povzroča, spodbuja resignacijo, ki hoče v njem pozabiti nase.

Njegov temelj je nemoč, beg pred poslednjo mislijo na odpor (Adorno in Horkheimer 2002, 154–157). Vsak korak kulturne industrije je skrbno preišljen, vsi liki, ki jih proizvede, so plod statističnih izračunov in skrbnega načrtovanja, ter kot taki omogočajo poistovetenje. Naključje pri uspehu določenih proizvodov ne obstaja niti naključno, naključja preprosto ni (prav tam, 159). Prevladujoči okus svoj ideal črpa iz uporabne lepote, zvezdniki so podobni reklamnim slikam za blagovne znamke. Oziroma, da se popravimo, so sami blagovne znamke, saj je umetnost po besedah avtorjev (prav tam, 170) »blagovna vrsta, obdelana, dodelana, prilagojena industrijski proizvodnji, naprodaj in nadomestljiva«. Kultura postane podvržena zakonu menjave, da se sploh ne menja več in se staplja z reklamo, ki sama zase postane upodobitev družbene moči (prav tam, 173–175). Triumf reklame kulturne industrije je »prisilna potrošnikova mimesis kulturnega blaga«, ki v času globalizacije iz zahodnega sveta še naprej uspešno globalizira in uniformira cel svet, s tem, da se je obseg ponudb v primerjavi z Adornovim časom še povečal (Hedžet Toth 2008, 387).

Spoznanja iz zadnjega odstavka lahko iz kulture prenesemo tudi na druga področja, predvsem na področje politike, kjer se je fokus z idej prestavil na populistično všečnost in fizično podobo kandidatov in strank. Prav tako kot na področju kulturne produkcije, sodobni politični produkti sledijo statistični analizi in delujejo kot votle medeninaste posode, ki se polnijo zgolj z javnim mnenjem, kar nam lahko da misliti na zapis Adorna in Horkheimerja (2002, 168), da »heroiziranje povprečnega sodi h kultu cenenege«. Oziroma z besedami priljubljenega avtorja bistrih citatov: »Javno mnenje obstaja zgolj tam, kjer ni idej« (Wilde 2003, 20).

Iz prejšnjih odstavkov lahko vidimo, da sta Adorno in Horkheimer vsekakor imela idejo oz., bolje rečeno, predstavo o pojmu kulturna industrija. Vprašanje, ki se ob tem porodi, je zakaj ob opisu fenomena nista uporabila tedaj sprejetega pojma »množična« ali »popularna« kultura in sta skovala novega. Odgovor je zelo zanimiv. Teorije popularne kulture so se dotikale treh ključnih tem, kdo ali kaj determinira množično kulturo, kakšen je vpliv komercializacije in industrializacije nanjo in kakšna je njena ideološka vloga (Strinati 2004, 3), kar je vse zajeto tudi v kulturni industriji. Adorno je bil zaradi svojega izrazito negativnega stališča do množične kulture pogosto označen kot snob, elitist in celo prikriti rasist, a kot smo videli iz opisa kulturne industrije, je tako stališče zavzel, ker je menil, da je množična kultura z namenom kulturne regulacije cinično vsiljena od zgoraj. Izraz »množična kultura« sta avtorja nadomestila z izrazom »kulturna industrija«, ker sta želela že na začetku izključiti razlago, da bi šlo za kulturo, ki se spontano dviga iz ljudskih množic, ali za sodobno obliko ljudske

umetnosti. Ob opisu pojma v tem poglavju smo lahko videli, da se kulturna industrija od tega pojmovanja ostro razlikuje (Jay 1991, 112).

Na koncu poglavja naj omenimo še oceno, ki jo je v svoji knjigi predstavila Deborah Cook (1996, 103), ko pravi, da Adorno ni podrobno opredelil samih tehnik racionalizacije in komodifikacije kulturnih dobrin in da delo v kulturi omogoča preboj določenih nestandardiziranih produktov, čeprav obstaja velika verjetnost, da bi bili instantno imitirani, kar je v bistvu prav ena izmed funkcij kulturne industrije. Poleg tega naj bi bilo pri njem zaznati, da je bolj naklonjen t.i. visoki kulturi, ki ima sposobnost, da zadovolji potrebe, ki niso zgolj narcistične (prav tam, 104). Na tem mestu se ustavimo za trenutek in si pogledimo, da je razmerje med visoko in lahko umetnostjo pri njem dokaj zapleteno. Zapiše (2002, 148) da je »čistost meščanske umetnosti, ki se je utelesila kot carstvo svobode v nasprotju z materialno prakso, od začetka bila pridobljena z izključitvijo spodnjega razreda, katerega pravi občosti je umetnost zvesta ravno z osvobojenostjo od smotrov lažne občosti. Resna umetnost ni bila dostopna tistim, katerih beda in stiska bivanja je resnosti v posmeh in ki morajo biti veseli, da lahko čas, ko ne stojijo za gonilnim kolesom, porabijo za to, da se zgonijo«. Lahka umetnost je pri njem torej predstavljena kot slaba vest resne umetnosti, kulturna industrija pa ju želi spraviti skupaj.

Možnost odpora zoper kulturno industrijo v izbranem tekstu ni predstavljena, a je iz drugih Adornovih del razbrati, da potrošniki kulturnih dobrin niso dovolj izobraženi in da bi boljša izobrazba ljudem omogočila spoznanje o vlogi, ki jo imajo pri vzdrževanju in legitimaciji praks dominacije. Ključno bi bilo izobraževanje od otroštva, kajti le s tem spoznanjem bi lahko izničili prikrite učinke kulturne produkcije (Cook 1996, 119–120). Vsekakor je pomembno spoznanje emancipacijske teorije, da družba nikakor ni samo privesek ekonomije in da je svet, ki retorično prisega na liberalizem, svobodno ekonomijo in toleranco hkrati svet, soočen z dejstvom, da se zakoni ekonomije, katerim podlega tudi kulturna industrija, nikdar ne obnašajo tolerantno (Hedžet Toth 2008, 404). Na kakšne načine se je razvijala in transformirala si bomo pogledali v nadaljnjih poglavjih, najprej pa se bomo preselili v medvojno Nemčijo.

3 KULTURNE INDUSTRIJE IN NEMŠKI NACIONALNI SOCIALIZEM

3.1 Socialni, kulturni in politični oris medvojne weimarske republike

V drugem delu Skandinavske mizantropije, romanu z naslovom *Macht und Rebel*, norveški pisatelj Matias Faldbakken omeni zanimivo spoznanje, oz. t.i. Godwinov zakon, po katerem se vsaka razprava, ne glede na njeno tematiko, slej ko prej dotakne nacistov ali nacistične Nemčije. Tako je tudi v našem primeru, saj si brez te vsebine ne moremo sestaviti celotne slike razvoja in transformacij kulturnih industrij. V tem poglavju si bomo pogledali, kakšne so bile kulturne industrije nemškega nacionalnega socializma, česar pa ne moremo storiti brez poznavanja socialnega, kulturnega in političnega ozadja Weimarske republike, ki je bila neposredna predhodnica nacističnega režima v Nemčiji. Končni poraz je sicer nemški nacionalni socializem res doživel zaradi začasnega in nenadnega mednarodnega zavezništva liberalnega kapitalizma in komunizma, katerega del sta bili tudi slovenska in tedanja jugoslovanska partizanska osvobodilna vojska (Hobsbawm 2000, 6), njegove nastavke pa gre iskati že v koncu predhodne svetovne vojne.

Weimarska Nemčija je bila vse od svojega nastanka zaznamovana z nemiri, hiperinflacijo in z vsesplošno depresijo in je kot taka dober primer, kaj se lahko zgodi z državo, ko v njej ne obstaja nikakršen konsenz glede nadaljnjega razvoja, ko vsaka manjša sprememba sproži intenziven političen spopad in ko se za potrebe agresivnih gibanj hitro najdejo grešni kozli. Na oblast, oz. na sedmino republike so prišli nacionalni socialisti, oz. krajše nacisti. Ne glede na to je bila republika tudi velik politični in kulturni dosežek, saj so Nemci v njej ustvarili družbeni red s stabilnimi socialnimi dosežki, kot so recimo osemurni delavnik, nadomestila za brezposelnost, izboljšani pogoji bivanja, ženska volilna pravica in svobodni tisk. V družbi je bilo tolerirano skoraj vse, od nudizma do komunizma, iz vojne in revolucije pa so se prebijala utopična prepričanja. Totalna destrukcija vojne je res bila skupna vsem narodom Evrope, a je na Nemčiji pustila še dodaten pečat, saj je vojno izgubila in od nje ni imela nobenih finančnih koristi ali varljivega občutka triumfa (Weitz 2007, 2–4).

Na mirovni konferenci v Versaillesu, ki se je začela 18. januarja 1919, med antantnimi zmagovalkami ni bilo enotnega konsenza, kaj storiti z Nemčijo. Francija jo je želela oslabiti do te mere, da je nikdar več ne bi mogla ogroziti in je zaradi tega zahtevala Alzacijo in Loreno, se pravi mejo na Renu, ter čim večje vojne reparacije. Na drugi strani je bil glavni cilj

Velike Britanije uničenje nemškega kolonialnega imperija, ohranitev prevlade na morju in zmernejše stališče glede oslavitve Nemčije, saj jo je videla kot branik Evrope proti Sovjetski zvezi. Prevladala so francoska stališča, saj je bila končna pogodba z datumom 28.6.1919 pravzaprav diktat. Nemška delegacija pri njej ni mogla sodelovati in jo je dobila zgolj v podpis. Poleg ozemeljskih in kolonialnih izgub je morala Nemčija demilitarizirati Porenje, prepovedana ji je bila združitev z Avstrijo, kot edini krivki za vojno ji je bila naložena enormna vojna odškodnina, prav tako pa je bila izvedena njena popolna razorožitev (Prunk 2008, 294–298). Hitler je kasneje po prihodu na oblast pred očmi Društva narodov uspešno in društvu v posmeh kršil vse navedene predpise.

V takih pogojih je 9. novembra 1918 vodja Socialdemokratske stranke Nemčije (SPD) Philipp Scheidemann z balkona Reichstaga razglasil nemško republiko, skoraj sočasno pa je le nekaj sto metrov dalje revolucionar Karl Liebknecht proglasil socialistično republiko po sovjetskem vzoru, ki je bila kasneje krvavo zatrta tudi s pomočjo reakcionarnih paravojaških Freikorps (Kracauer 1974, 43). Dejansko je šlo za spopad na levici, ali kot se je izrazil Eduard Bernstein, borbo socialistov proti socialistom (Gay 1968, 12), ki je svoj višek doživela z vstajo Spartakove zveze v Munchnu (Jay 1994, 309). Iz tega lahko razberemo, da komunisti novonastali republiki niso bili naklonjeni, a vseeno je njen glavni sovražnik kasneje prišel z desne (Weitz 2007, 19).

Po Ericu Weitzu (2007, 84–89) lahko zgodovino republike razdelimo na tri obdobja, in sicer na nestabilni obdobji 1918–1923 in 1930–1933 ter petletno obdobje relativne stabilnosti 1924–1929. Nova ustava je vzpostavila izjemno demokratičen sistem s svobodnimi proporcionalnimi volitvami in za tiste čase naprednimi socialnimi in osebnimi pravicami, a se politična mentaliteta v stanju konstantne frustracije ni mogla razviti do zadovoljujoče mere, saj posamezniki s pridobljenimi svoboščinami niso znali ravnati (Gay 1968, 72). Poleg tega so bili demokratični mehanizmi v republiki še vedno porozni in podvrženi vplivu konservativnih skupin, o čemer priča parlamentarni sprejem *Zakona o zaščiti mladine pred kvarnim in pohujšljivim pisanjem*, ki je bil sprejet leta 1926. Zgodba za tem je, da so se konservativci vrsto let pritoževali nad t.i. šund literaturo, ki je bila izredno prikladna za množično tržišče, a naj bi po njihovem prikazovanju spolnosti in uživanja alkohola neposredno prispevalo k porastu kriminala v državi, sama dela pa naj ne bi imela nobene umetniške vrednosti. S tem zakonom je bilo to pisanje prepovedano, po mnenju Thomasa Manna je šlo za obliko cenzure (Weitz 2007, 106–107).

Večino časa je v republiki vladala koalicija socialnih demokratov (SPD) z bazo v delavstvu, liberalne Nemške demokratične stranke in katoliške Stranke centra (Zentrum), ki je bila versko omejena v večinsko protestantski državi. Na levem bregu so komunisti (KPD) zahtevali socialni sistem z vodilnim položajem delavskega razreda in so trikrat sodelovali v oboroženem odporu zoper državo. Na desnem bregu se je prav tako kopičilo nezadovoljstvo starih nedemokratičnih in anti-republikanskih elit, se pravi aristokracije, vojske in velekapitala, ki so sprva republiko sicer podprle. Dokler se ni uveljavila NSDAP, so bile glavne stranke na tej strani Nemška nacionalna ljudska stranka (DNVP) in Nemška ljudska stranka (DVP) (prav tam, 90–92).

Nasprotniki republike so prihajali iz pisanega nabora družbenih slojev in poklicev, razočaranih veteranov, nižjega srednjega sloja ter laičnih protestantov in katolikov. Uveljavljeni konservativci so se v NSDAP združili z radikalno desnico in skupaj promovirali agresivno obliko politike. Čeprav so opustili idejo o restavraciji monarhije, jim je bila skupna mržnja do revolucionarnih gibanj in iskanje nove poti iz republike (Weitz 2007, 332), kar se je potrdilo na volitvah leta 1933. Nacisti so svoj aktivizem in agresivnost prikazovali v direktnih spopadih s komunisti, socialnimi demokrati in Židi, katere so vse tudi vehementno okrivili za spopade, ki so jih sami povzročili. Tako so recimo pod Goebbelsovim vodenjem organizirali shod v berlinskem predelu Wedding, tradicionalni delavski in komunistični trdnjavi, kar je bila načrtovana in namerna provokacija. Po neizbežnem fizičnem spopadu se je zagnal strankarski propagandni aparat in dogodek slavil kot veliko zmago proti »marksističnemu terorizmu« (prav tam, 346). Tovrstna praksa najbolj neizprosne kulturne industrije ni bila omejena zgolj na prestolnico, saj so po nemških mestih konstantno paradirali njihovi SA jurišniki, prirejali so demonstracije in prebivalce zalagali z letaki. Slogani kot recimo »Nemški delavec v suženjskem odnosu do mednarodnega kapitalizma«, »Enajst let republike, enajst let bede« ali »Marksisti kot množični plačani morilci nemškega naroda«, so postajali nemška vsakdanjost (prav tam, 347).

Siegfried Kracauer je dobro analizo tedanje družbe podal v delu *Uslužbenci*. V knjigi tako izvemo, da je bilo leta 1929 v Nemčiji kar 3,5 milijona uslužbencev in da je bila to tedaj najhitreje rastoča zaposlitvena kategorija, saj se je v istem obdobju, ko se število delavcev ni niti podvojilo, njihovo število kar popeterilo. Racionalizacija je povzročila, da se je kvaliteta obrnila v kvantiteto, v uslužbenske prostore podjetij so se vrinili stroji in fordistične metode tekočega traku. S tovrstno mehanizacijo dela dobivajo množice uslužbencev nižjo funkcijo v

delovnem procesu, kot so jo imele prej (Kracauer 2013, 16–17). Velik del uslužbencev je prihajal iz meščanskega okolja, zaradi česar je Kracauer (prav tam, 25) sklepal, da si družba s povečanjem njihovega števila ustvarja lastno telesno stražo. Za starejše uslužbence je značilno, da so ostali ujeti v začaranem krogu opravljanja banalnih funkcij, mladi pa se poskušajo upirati sistemu, ki jih na koncu otopi in premaga. Nadzor nad zaposlenimi povzroča životarjenje v nepripadnosti na meji med delavskim in meščanskim razredom ter osamitev posameznikov znotraj podjetja. V primeru, da se mora vsak postaviti sam zase, skupnost postane zgolj videz (prav tam, 74–80).

Ni čudno, da se je v urbanem prostoru države usidral zanimiv fenomen, in sicer tavanje po mestu. Velemestni tavač ne izhaja iz lastnega stila temveč iz zmožnosti percepcije stilov drugih, saj opazuje podobe, ki jih reflektira samo mestno okolje (Gleber 1999, 23). V podobi modernih mest se namreč odražajo komoditete kapitalistične družbe, saj podobe, ki nagovarjajo kupca, postanejo vidne na vsakem koraku. Sploh je bilo to vidno v Berlinu, mestu, ki je na svojih ulicah kot eno prvih predstavilo oglasne plakate. Z intenzivno komercializacijo in razvojem tehnologije se je oglaševanje razbohotilo v količinskem in vizualnem smislu (prav tam, 33–34). Po Kracauerju (prav tam, 43–46) je tavanje izšlo iz izkušnje individualne in kolektivne praznote in alienacije, iz občutka zapuščenosti posameznika, iz kaosa ob nastanku mlade republike. Tovrstno tenzijo je mogoče zajeziti zgolj s fragmentirano obliko zabave, se pravi z distrakcijo. Človek v moderni družbi po njem potrebuje vse več stimulansov, saj je celotna družba konstantno v gibanju, tako v delovnem kot v prostem času. Ko se konča gibanje, pot, v birokratiziranem delovnem procesu, se začne drugo potovanje, potovanje po podobah mesta. Pomanjkanje smeri v stvarnem in političnem življenju vodi v vsesplošno dezorientacijo in relativizacijo s kancem melanholije. Pohajanje mu pomaga pri umiku iz uokvirjene časovnosti, čutni vtisi postanejo edina motivacija za njegovo gibanje. Ni zgolj pešec, ki hodi po svojih opravkih, temveč s čutnimi vtisi zaobjema vse, kar ga obdaja (prav tam, 50–51).

Na splošno je bilo weimarsko obdobje, čas novih oblik komunikacije in izražanja. Tehnološke izboljšave so povečale kvaliteto in možnosti oddajanja tako vzpenjajoče se televizije, radia, fotografije in tiskanih medijev. Weimarska družba je postajala bolj in bolj množična potrošniška družba z visoko stopnjo urbanizacije in visoke vpetosti v globalno okolje. Masovni mediji in komunikacija preko novih tehnologij sta v duhu kulturne industrije postali polje političnega in ideološkega boja (Weitz 2007, 208–209). Še več, poleg tehnologij se je v

Nemčijo masovno razširila tudi ameriška zabavna industrija, ki se je preko fordistične produkcije razširila na vse aspekte družbenega življenja. Stefan Zweig je zaradi mednarodnih razsežnosti novih plesov, mode filmske industrije in radia pisal o monotonizaciji sveta, ki pomeni konec vsakršne individualizacije. Podobno je pojav v članku z naslovom *Okras mase* razčlenil Siegfried Kracauer. Pri tem je izpostavil žensko skupino plesalk *Tiller girls*, ki jo je označil za »produkt ameriških tovarn distrakcije, ko dekleta niso več individualni subjekti, temveč skupek, ki se giblje izredno matematično predvidljivo«. Sama predstava je postala okras mase, ki ima svoje lastne zakonitosti in tako kot kapitalistični način produkcije ne izhaja iz narave (Jay 1994, 393–405). Njihovo gibanje na grozljiv način pruski militarizem povezuje s fordistično proizvodno linijo (Weitz 2007, 272).

V svojem delu je Kracauer prodorno analiziral tudi film, in ko govorimo o filmu ne moremo mimo ekspresionističnega filma *Kabinet dr. Caligarija*, ki so ga v Berlinu začeli predvajati februarja 1920. Zaradi svoje tematike o ekstravagantnem zločinu, hipnotizmu in norosti ter mračne atmosfere je film najbolj zaobjel duh weimarskega obdobja. Tudi najbolj znani nemški ekspresionistični slikarji kot recimo Paul Klee, Lyonel Feininger in Vasilij Kandinski so slikali v podobni smeri, saj so z močno osebno noto uporabljali močne barve, primitivne podobe ter spremenjene človeške postave. Nekateri ekspresionisti so v svojem delu izkazovali svoje politično prepričanje. Karikaturist George Grosz je tako načrtno prikazoval debele industrialce in vojne dobičkarje, Otto Dix je v svojih slikah simpatiziral z delavci, Kathe Kollwitz pa je socialno sporočilo okrepila s podobami žalujočih mater in žrtev vojne ter kapitalističnega izkoriščanja. Kljub temu, da vsi niso bili ljubitelji republike, je nacionalni socializem to moderno umetniško gibanje sovražil in jih zaradi njihovih sporočil označeval za kulturne boljševice, njihovo umetnost pa za degenerirano. V obdobju nacionalnega socializma sta bila sprejemljivi zgolj sentimentalni realizem in fotografski naturalizem. Za iskanje resnice ali višjega smisla, ki bi se skrival za videzom oz. podobo, za most med vidnim in nevidnim, v takem sistemu ni bilo prostora (Gay 1968, 102–108). Razen z namenom ustvarjanja lastne mitologije, kot so bile recimo aktivnosti na esesovskem gradu Wewelsburg ali njihove odprave v Tibet.

Pri kulturno-politični analizi obdobja, v katerem se je razvijal nacionalni socializem, ne moremo spregledati niti umetniške in oblikovne šole Bauhaus, ki je sprva imela sedež v Weimarju, a se je kasneje preselila v Dessau in je narekovala ton arhitekturi in uporabni umetnosti dveh generacij. V svojem delovanju se je Bauhaus namerno obrnil od stare umetne

obrtni in tradicije upodablajočih umetnosti k oblikovanju za praktično rabo in industrijsko proizvodnjo ter je kot tak veljal za izrazito subverzivnega (Hobsbawm 2000, 192–193). Walter Gropius, ustanovitelj Bauhauasa, je od vsega začetka delo posvetil kreaciji zgradbe kot enovite umetniške enote, v kateri uporabnost in estetska lepota postaneta eno. Poudarka ni dajal zgolj obrtnemu aspektu gradnje, temveč ga je dojemal zgolj kot osnovni pogoj za arhitekturo, ki temelji tudi na estetski dimenziji in psiholoških opazovanjih. Umetnik v tem primeru postane obrtnik na najvišji ravni. Poleg arhitekture so se inovacij lotili tudi pri oblikovanju pohištva in funkcionalnih aparatov, kot je npr. telefon (Gay 1968, 98–99). Nekateri avtorji so s svojim delom izkazovali tudi lastna politična nagnjenja. Arhitekt Mies van der Rohe je tako postavil spomenik umorjenima revolucionarnima voditeljema Karlu Liebknechtu in Rosi Luxemburg, ostali arhitekti, kot recimo prej omenjeni Gropius in Le Corbussier, pa so sprejemali tudi sovjetska naročila. Šolo so nacisti zaprli leta 1933, ustvarjalce pa prisilili v izgnanstvo v ZDA, kjer so s svojim ustvarjanjem kasneje pomembno vplivali tudi na tamkajšnjo šolo oblikovanja (Jay 1994, 431).

V sprejemanju nove tehnologije so bili nacisti kljub svojemu sovražnemu odnosu do modernosti drugače izjemno moderni. Hitler je bil tako prvi nemški politik, ki je na svoja zborovanja potoval z letalom, na njegovih shodih so bili vedno pripravljene mikrofoni in dobro ozvočenje, v javnem okolju so svojo prisotnost vzdrževali z intenzivno in metodično uporabo radia in televizije. Kljub temu, da je stranka s svojim delovanjem ustvarjala in poglobljala nered, se je prav z uporabo mehanizmov in vzvodov lastne kulturne industrije in množičnih medijev prikazovala kot stranka reda in pravice, stranka odrešenja in izgradnje nove Nemčije (Weitz 2007, 348–349). Nacisti so vedeli, da morajo zmagati v rdečem Berlinu, štirimilijonskem mestu z bogatim kulturnim programom in pestrim kabarejskim nočnim življenjem, ki je postal prava meka za umetnike in boeme iz Nemčije in Evrope, o čemer pričata tudi roman Christopherja Isherwooda *Slovo od Berlina* in film *Cabaret* z Lizo Minnelli v glavni vlogi (Weitz 2007, 41). Leta 1928 je vodenje berlinske NSDAP prevzel Joseph Goebbels in takoj začel s svojim nacističnim programom. Berlin je bil po njegovo leglo nemoralnosti in degeneracije, uživaštva, ki se hrani z delom "spodobnih" državljanov. Zapisal je, da »drugi Berlin čaka na udar, ki bo razbil okove korupcije in spremenil vstalo ljudstvo. Na dan sodbe in svobode« (Weitz 2007, 76). Srhljive besede so se dokončno začele uresničevati pet let kasneje. Oktobra 1929 se je v ZDA sesul trg vrednostnih papirjev, začela se je globalna ekonomska kriza, ki je republiko še bolj destabilizirala in nacistom dala večji

manevrski prostor pri pridobivanju glasov, čeprav je potrebno še enkrat poudariti, da brez podpore stare tradicionalne desnice ne bi mogli zmagati.

Na volitvah 31. julija 1932 so prejeli 37,3 odstotka glasov in tako postali največja stranka v parlamentu. Na ponovnih novembrskih volitvah je njihov procent padel na 33,1. SDP in KPD sta skupaj prejeli več glasov, a so bile razpoke za morebitno koalicijo prevelike. Vodja komunistov Ernst Thalmann je o socialni demokraciji recimo pisal zgolj kot dopolnilu nacizma (Jay 1994, 327). Predstavniki stare desnice, se pravi vojske, zemljiške aristokracije, visokih državnih uradnikov ter nekaterih industrialcev in bankirjev so v tem videli možnost za dokončno prevetritev njim neljube republike. Podporo si je pred volitvami Hitler pridobil tudi z nagovorom v Dusseldorfskem klubu industrialcev (Jay 1994, 119). Kanclerski mandat je od predsednika Hindenburga dobil 30. januarja 1933, njegov podkancler pa je postal predstavnik stranke centra, Zentrum, Franz von Papen. Zanimivo je, da se tretji rajh brez podpore vplivnih reakcionarnih krogov morda sploh ne bi realiziral, in tudi, da je prav stranka, ki je konstantno sodelovala v republikanskih vladah na koncu pokazala svoj pravi preračunljivi obraz in isti republiki podpisala smrtno obsodbo. Za razliko od boljševikov v Sovjetski zvezi nacisti tako na oblast niso prišli z revolucionarnim strmoglavljenjem starih elit, temveč v skupni zaroti z njimi (Geary 1995, 71). Na primeru Weimarske republike se z volilno zmago NSDAP lahko naučimo tudi, da volitve ne morejo biti edini kriterij demokracije v neki družbi, saj je enako pomemben tudi sodni sistem, ki je zaradi lastne konservativnosti pogostokrat spregledal desničarski militarizem, ter bil v svojem gorečem antikomunizmu bolj naklonjen preganjanju delavskih aktivistov. Ko so spodkopani zadnji elementi demokratičnosti se lahko sproži val nepredvidljivih razsežnosti, kar se je na primeru weimarske Nemčije tudi potrdilo (prav tam, 356–368).

3.2 Kulturne industrije nemškega nacionalnega socializma

Brez Hitlerjeve zmage v Nemčiji leta 1933 fašizem ne bi postal splošno gibanje, ideja fašizma kot univerzalnega gibanja, desničarskega ekvivalenta mednarodnega komunizma z Berlinom kot novo Moskvo, pa se ne bi mogla razviti (Hobsbawm 2000, 110). Glavna razlika med fašistično in nefašistično desnico je bila v tem, da se je fašizem opiral na teatralično mobilizacijo množic od spodaj in da so fašisti bili neke vrste revolucionarji kontrarevolucije. Nacionalni socializem oz. nacizem lahko označimo za vrsto fašizma, saj v njem lahko

zaznamo njegove tendence in vzorce (Griffin 1995, 93). To se kaže v njihovem načinu govora, sklicevanju na vse, ki se imajo za žrtve družbe, po pozivanju k popolni preobrazbi družbe in celo po namernem privzemanju simbolov in imen, kot recimo Nationalsocialistična delavska stranka (NSDAP) z lastno, prirejeno, rdečo zastavo (prav tam, 111). Preteklost, na katero so se sklicevali, je bila artefakt, izročila konstrukti. Poleg tega je bil nacizem načeloma sovražen do dediščine razsvetljenstva in francoske revolucije, zato uradno ni mogel verjeti v modernost in napredek, čeprav pri sklicevanju nanju ni imel težav. V svojem delovanju je ponujal dokaz, da lahko ljudje povežejo slaboumne predstave v svetu z mojstrskim obvladovanjem sodobne tehnologije, katere funkcije so prevladale nad njeno vsebino (prav tam, 112).

Osnovno gradivo fašizma je bilo ogorčenje t.i. malih ljudi v družbi, ukleščanih med izkoriščevalski velekapital na eni ter vzpenjajoča se množična delavska gibanja na drugi strani. Njihova pričakovanja in občutki do zasedanja ustreznega socialnega statusa v družbi so se najbolj izrazili v antisemitizmu, saj so Judje zlahka simbolizirali vse, kar je zbuvalo največ sovraštva v nepoštenem svetu. Glede tega velja omeniti, da je bila nenaklonjenost do Judov v zahodnem svetu prisotna že v devetnajstem stoletju in da se je nasilje pogosto sprožalo po ukazu od zgoraj kot recimo v Berlinu leta 1938. Najbolj sta se v radikalno desnico usmerila srednji in nižji srednji sloj, čeprav je fašizem v okolju, kjer je prej prevladoval kmečki klerikalizem, podpirala izobražena, emancipirana in nekoč liberalna manjšina, kot recimo podeželski veterinarji (Hobsbawm 2000, 114–115).

Z vzponom fašizma je močno upadel vpliv ekonomskih faktorjev in monopolov, ki so primat v politiki imeli vse od začetka liberalne dobe in tudi kasneje, ko se je z uvajanjem masovne demokracije poudarek preselil na razmerje med delom in kapitalom. Delo je v fašizmu popolnoma pod državno kontrolo, industrija in oskrba pa ostajata v privatnih rokah. V nacistični Nemčiji je vodstvo postalo razsodnik v sporih med skupinami, zaradi njegove ekspanzivne narave pa je omogočalo deljenje plena med vsemi skupinami vladajočih (Jay 1982, 255–256). Ne gre pozabiti, da so celo nekatera ameriška podjetja, kot npr. Ford, IBM ali General Motors, v tridesetih letih prejšnjega stoletja sodelovala z nemško vlado in tako postavila dobiček pred načelnostjo (Urwand 2015, 14).

Država v tem sistemu z birokratizacijo in centralizacijo ekonomije torej predstavlja anti-monopolistično razpoloženje male buržoazije, a se v resnici ne zoperstavlja interesom velekapitala. Na splošno je mala buržoazija vedno težila k sodelovanju z velekapitalom, ki

njene potrebe zadovoljuje z imperialistično ekspanzijo. Ekspanzija ustvarja profit, ki omogoča nadaljnjo ekspanzijo. Začarani cikel je tako ustvarjen, monopolni kapitalizem pa se ohranja s pomočjo drugih sredstev (Jay 1982, 257–262). Bolj ko je bila družba racionalizirana in kvantificirana, lažje in bolj temeljito so nacionalni socialisti v njej vzpostavljali umetne hierarhije (Adorno 2013, 46).

Fašizem dolgo ni imel izdelane koherentne ideologije in jo je dobil šele v tridesetih letih s člankom Benita Mussolinija in Giovannija Gentileja v italijanski enciklopediji. Fašisti so z akcijo želeli uničiti racionalistični liberalni parlamentarni sistem in ostale družbene predstave, kot sta socializem in komunizem. Ni bil gospodarski sistem in ker je odklanjal uničenje kapitalizma, je bil prisiljen delovati znotraj obstoječega gospodarskega okvira. V skladu z Mussolinijevo definicijo iz enciklopedije (Prunk 2008, 310–311) je »fašizem negacija demokracije in liberalizma, a se ne želi vrniti v dobo pred 1789, saj poti nazaj ni. Monarhični absolutizem je umrl, stranka, ki totalitarno vlada nekemu narodu, je v zgodovini nekaj novega. Poglavitni steber fašistične doktrine je pojmovanje Države, njenega bistva, nalog in smotrov. Za fašizem je država nekaj absolutnega, spričo nje so posamezniki in skupine nekaj relativnega in so možni le, dokler so v Državi. Prisvojila si je tudi ekonomsko polje in se po korporativnih, socialnih in vzgojnih institucijah idejno širi do skrajnih meja«. Na drugi strani je zanimivo oceno fašizma podal Ernest Bloch, ki ga je označil za »mobilizacijo zaostalih sektorjev družbe v boju zoper modernizacijo in socialno emancipacijo delavcev« (prav tam, 312). Badiou (2012, 73) gre pri svoji definiciji še korak dlje, saj gre zanj pri fašizmu za popolno negacijo prava z namenom oz. željo po vzpostavitvi posebnega objekta in negacijo oz. uničenjem drugih. Njegova prava esenca je tako esenca smrti.

Nacionalni socializem je bil v prvi vrsti politična akcija in sprva programsko ni bil posebej razdelan. Leta 1920 se je gibanje iz Delavske stranke preimenovalo v Nacionalsocialistično nemško delavsko stranko (NSDAP), njen prvi program pa je bil mešanica malomeščanskih in populistično nacionalističnih idej, povezanih z radikalnim antisemitizmom. Cilji programa so bili ustvaritev Velike Nemčije, ki bi zajela celotno nemško narodno skupnost, vzpostavitev močne osrednje oblasti, izvedba agrarne reforme, poddržavljenje velepodjetij, odvzem državljanstva Judom in njihov izgon ter vpeljava zakonodaje in kulturne politike po rasnih kriterijih. Že od samega začetka je Hitler poudarjal človeške neracionalne prvine, ki jih mora politično gibanje izkoristiti za mobilizacijo in akcijo. Ključ je, kot bomo bolj podrobno videli v nadaljevanju, videl v obvladovanju množic, oz. kot se je izrazil Mussolini, da mora gibanje

»igrati na vse strune lire, od nasilja do religije, od umetnosti do politike« (Prunk 2008, 313–314). Takoj, ko so vstopili v vlado, so z notranjepolitičnimi ukrepi začeli izpolnjevati svoj program in tako vzpostavili model za popolno politično preoblikovanje neke države, in to ne v obliki zgolj nekoliko spremenjene druge republike, temveč tretjega rajha (prav tam, 344–345).

Nacistični režim je najprej spremenil ustavo, ko je zaradi »zaščite pred komunističnim nasiljem« predsednik izdal Dekret o zaščiti naroda in države, v katerem so bile do nadaljnjega suspendirane osnovne pravice svobode tiska, zbiranja, svobodnega izražanja mnenj, uveljavljena pa sta bili pravica do hišnih preiskav in zaplembe premoženja. Poleg tega je bil obsojen vsak napad zoper avtoriteto oblasti, ponovno pa je bila uvedena smrtna kazen. Dekret je v veljavo prišel 28. februarja 1933, se pravi dober mesec po prevzemu oblasti (Rabinbach in Gilman 2013, 47–48). Pod pretvezo komunistične nevarnosti so torej izvedli pravi ustavni blitzkrieg, kar so kasneje prenesli tudi na področje kulture.

Ideolog nemškega nacionalnega socializma Joseph Goebbels je, kot smo že spoznali, svojo propagandno pot začel že za časa Weimarske republike, kjer se je v člankih dotaknil tudi razlik med nacionalnim socializmom in komunizmom, ki ga je označil za izključno ruskega in brez globalnega potenciala. Nemški delavec bi po njegovo svojo prihodnost moral graditi izključno v Nemčiji (Jay 1994, 127–129). Zaradi kulturnih industrij je bolj pomemben njegov nagovor Kulturni zbornici rajha 15. novembra 1933, v katerem je glede kulture izpostavil, da »nameravajo nacionalni socialisti biti podporniki nemške umetnosti in kulture, saj ni dovolj, zadostiti zgolj potrebam telesa, temveč tudi duše. Ker živimo v mladi dobi, moramo opraviti s preteklostjo, zato se morajo umetniki, ki želijo najti izraz v tej dobi, počutiti mlade in ustvarjati nove kreativne forme« (Griffin 1995, 134). »Sijoči plamen našega entuziazma nikoli ne ugasne. Ta plamen nudi svetlobo kreativni umetnosti moderne politične propagande, ki izhaja iz globočine ljudi. Moč, ki temelji na orožju, je dobra, a bolj zadovoljujoče je zavzeti srca ljudi in jih ohraniti« (Kracauer 1974, 299). Kot izjemen retorik in strasten cinik je propagando definiral kot kreativno umetnost in jo tako razumel kot avtonomno moč, s katero bo zapolnil praznino, ki jo je sama ustvarila. Za promocijo idej, ki sovpadajo z idejo nacionalnega socializma po dominaciji.

Propaganda je bila torej ključni element nacionalnega socializma, zaradi česar so tudi vzpostavili Ministrstvo za javno prosveto in propagando (*Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*). Kar je bilo gospodarsko ministrstvo za težko industrijo in obrambno ministrstvo za vojno industrijo, je bilo to ministrstvo za kulturne industrije tretjega

rajha. Razdeljeno je bilo na sedem divizij: Administracija in pravne zadeve, Množični shodi, javno zdravje, mladina in rasa, Radio, Nacionalni in tuji tisk, Film in filmska cenzura, Umetnost, glasba in teater ter Zaščita pred kontrapropagando (Bytwerk 2004, 59–60). Seznam oddelkov izgleda, kot da bi ga nacisti povzeli iz definicije kulturne industrije, in kaže na izjemno preiščljeno pri njejovi vzpostavitvi. Leta 1933 je imelo ministrstvo 350 zaposlenih, leta 1942 pa že 1900. A to ministrstvo ni bilo zgolj baza za odslužene kadre, saj je bilo po izobrazbeni sestavi najmočnejše od vseh, mnogi izmed uslužbencev so tako imeli poleg preverjene nacistične preteklosti tudi doktorate iz humanističnih in družbenih ved. Po Goebbelsovih besedah je bila njegova osnovna naloga »duhovna mobilizacija Nemčije« (Rentschler 1996, 228).

Namen ministrstva je bil pridobiti podporo vseh državljanov, saj se režim ni zadovoljil z minimalno večino. Goebbels se je zavedal, da se mobilizacija in organizacija ljudstva ne bo dala doseči zgolj z objektivnim delom, ampak z objektivnim delom, ki bo predstavljeno javnosti. Naloga medijev v tem sistemu ni več zgolj informiranje, temveč tudi podučevanje. Propaganda kot aktivni princip razsvetljevanja (Rabinbach in Gilman 2013, 455–456). O njej se je izrazil s sledečimi besedami (Rentschler 1996, 259): »Celo zabava ima lahko politično vrednost, saj se v trenutku, ko se posameznik zave propagande, ta postane neučinkovita. Ko pa propaganda obstaja kot tendenca, se ohranja v ozadju in postane vidna skozi ljudi, šele tedaj postane učinkovita v vsakem oziru«. Pri propagandi je tako ključna psihologija, saj »gibanje z velikimi cilji ne sme izgubiti stika z množicami« in mora ljudem »prikazati resnico tako, da jo bodo lahko razumeli«, se pravi v repetitivnih črno-belih odtenkih (Bytwerk 2004, 43–45).

Nacionalni socializem je imel jasno predstavo o vlogi množičnih medijev, ki naj bi po njihovo služili njihovim državnim potrebam. Namesto o svobodi naj bi mediji tako govorili o disciplini in odgovornosti, o službi narodu. Po prihodu na oblast je Hitler takoj ukinil komunistične in socialistične založniške hiše, druge privatne medije pa je pustil, dokler so prevzeli režimske tematike in metode in so se vključili v državno zbornico tiska. Dominantni so bili strankarski mediji kot Ljudski opazovalec (*Völkischer Beobachter*), katerega naklada je med leti 1933–1940 zrasla iz 150.000 na 1,7 milijona. Goebbelsov dnevni časopis je bil Udar (*Der Angriff*), SS pa je izdajal tednik Črni korpus (*Der Schwarze Korps*). Znotraj NSDAP je vsaka sekcija, kot npr. ženske ali mladi, imela svoj medij (Bytwerk 2004, 90).

Govori agitatorjev so bili v veliki meri naslovljeni ad hominem in so namesto na racionalni razlagi ciljev temeljili na psihološki kalkulaciji. Njihov namen je po Adornovih besedah bil, da so ljudi spreminjali v drhal, v množice, ki so pripravljene na nasilna dejanja brez razumnega političnega smotra (Adorno 2013, 31–32). Tehniki demagoga in hipnotizerja se ujemata s psihološkim mehanizmom, ki v posameznikih povzroča procese regresije, da postanejo zgolj člani množice. Fašistična agitacija se zato osredotoča na predstavo vodje, saj lahko samo on vpliva na psihološko idejo o vsemogočnem praočetu. Je popolnoma personalizirana in se nikoli ne ukvarja z objektivnimi vprašanji (prav tam, 40). Hitlerjeva osebna popularnost je bila tako odvisna od njegovih uspehov, ki so tekom vojne postajali vedno redkejši. Zaradi tega tudi sam ni več nastopal v javnosti, saj bi z neuspehi izgubljal kredibilnost (Bytwerk 2004, 19). Eden izmed poglavitnih prijemov v personalizirani fašistični propagandi je t.i. veliki mali mož, ki sočasno zbuja predstavo, da je vsemogočen, a hkrati tudi eden izmed navadnih ljudi. Na videz popolnoma iluzorna kombinacija, a proizvodnje iluzij se fašizem in nacizem nista nikoli pretirano branila (prav tam, 45).

Tako je bilo tudi na področju kulturnih industrij v nacionalnem socializmu, glede česar je po Rentschlerju (1996, 16–19) mogoče sklepati, da jo je v tretjem rajhu totalitarna država skušala koncipirati kot masovno utvaro, pri čemer ji je najbolj pomagalo Ministrstvo za propagando, ki je želelo preoblikovati nemško kulturo in politično telo. Prav tedanja filmska produkcija nam nudi najboljši primer tovrstne prakse, saj se pri njej dobro vidi, kako je državni aparat nadzoroval celotni produkcijski proces od scenarija do končnega izdelka, ter celo motril odzive javnosti na filme. Filmi tako niso obstajali sami na sebi, temveč so krožili v regulirani javni sferi. Uporabljeni so bili kot temeljni kamen medijske diktature in kot psiho-tehnološko orodje za kanaliziranje impresij in informacij. Poleg tega je celotna produkcija zabave igrala izredno pomembno politično vlogo, saj so mnogi filmi služili kot podobe začasnega izhoda in mitičnega okolja, čeprav so bili v resnici strogo nadzorovani in vpeti v širši nacistični program. Ukaz za film je vedno prišel z vrha. Smoter političnih posegov v umetnost ni bil v tem, da bi se promovirala ustrezna umetnost, temveč, da je vsak poseg promoviral propagando in hkrati omejeval in onemogočal ustvarjanje in promocijo politično neustrezne umetnosti s potencialnimi lastnimi propagandnimi učinki (Erjavec 2009, 20).

Zapleten odnos nacionalnega socializma do modernistične umetnosti ter njegovo totalitarno težnjo po premiku od eksperimentiranja k izražanju kolektivnih idej, lahko najbolje vidimo na primeru nacistične oznake za degenerativno umetnost (*Entartete Kunst*). Nacisti so celo

pripravili avkcijo zaplenjenih del; kar je ostalo, se pravi 1004 slike in 3825 grafičnih del, pa so 20. marca 1939 sežgali na grmadi v Berlinu. Razstava s tem imenom se je odprla 19. julija 1937 in se kasneje selila po ostalih nemških mestih. Razstavo je odprl sam Hitler, ki je v govoru izpostavil željo po eliminiranju elementov modernizma, kot sta ideja kozmopolitanizma in eksperimentiranja s formami, ter pozval k ponovni definiciji » narave realnosti, k vrnitvi k nacionalnemu in rasnemu realizmu v nemški umetnosti«. Kljub temu je bila razstava ironično koncipirana z namenom šokiranja publike in postavljena tako, da bi se v njej našli tudi največji dadaisti (Butler 2010, 86–87).

Sočasno s prikazovanjem del, ki so po Hitlerju »zastrupljale nemško kulturo«, so nacionalni socialisti v obdobju med 1937–1944 prirejali tudi razstave t.i. Velike nemške umetnosti, kjer »je subjekt jasen in razumljiv. Je herojski in v skladu z ideali Nacionalnega socializma, ter razglša vero v arijski ideal nordijskega in rasno čistega človeštva« (Butler 2010, 88). To je vodilo v kičasto umetnost, kjer herojskost dominira nad sentimentalnostjo, s pomočjo dolgočasnih in stereotipnih tehnik pa se ustvari iluzija, da umetnost lahko reflektira realnost. Nationalsocialistična revolucija je tako revolucija duha, kjer je individualna misel popolnoma nadomeščena s kolektivno, oz. kot se izrazi glavni ideolog tretjega rajha dr. Joseph Goebbels »je ukinitev kritike direktno povezana s ciljem čiščenja in koordinacije nacionalsocialističnega kulturnega življenja« (prav tam, 89–90). Vsakršen individualizem je nadomeščen z novo verzijo modernosti, verzijo, ki najbolje odraža in odgovarja novi, nacionalsocialistični realnosti. Nemška umetnost tako ni bila več umetnost sama na sebi, kar pomeni, da naj umetniki v nacionalnem socializmu ne bi več ustvarjali iz lastnih vzgibov in po lastni presoji, temveč za nemško ljudstvo, ki bi lahko tudi edino presojalo o vrednosti umetnosti in o tem, kaj zanj ni primerno (Rabinbach in Gilman 2013, 499–503). Nova ljudska umetnost (*Volkskunst*) bi tako sledila državnim kot osebnim potrebam posameznikov, ter ne bi bila podvržena larpurlartizmu, intelektualnemu liberalizmu in popolnemu komercializmu (Rentschler 1996, 54).

Umetnost so želeli transformirati tako, kot so želeli transformirati ostale aspekte življenja v rajhu. V novem Berlinu, megalomanskem projektu, ki ga je skupaj s Hitlerjem koncipiral njegov arhitekt Albert Speer, bi tako slehernik občutil majhnost napram velikemu imperiju, lastno nemoč in ujetost v kolesje Usode (Bytwerk 2004, 111). V Speerovem (1989, 63–67) dnevniku si tako lahko preberemo, da bi glavna ulica v tem sistemu morala biti široka kar 120 metrov, na njenem severnem koncu, v bližini Reichstaga, bi se bohotila gigantska kupola z

višino 290 ter premerom 250 metrov, pod katero bi se lahko zbralo kar 150.000 ljudi, na južnem koncu ulice pa bi se ob novi železniški postaji dvigal 120 metrov visok slavolok, v katerega bi bila vpisana imena vseh padlih Nemcev v prvi svetovni vojni. Za primerjavo lahko poudarimo, da je slavolok v Parizu visok dobrih 50 metrov. Poleg tega bi bila okoli strnjena vsa pomembna ministrstva, seveda v primernih dimenzijah, razstave zaplenjenega orožja ter celo živalski vrt (prav tam, 118–121). Nacionalni socialisti so tako po Hitlerju (Griffin 1995, 140) dejansko našli čas, da bi postavili temelje novemu Templju umetnosti, in so sposobni, da prepoznajo in odkrijejo kulturno sfero nove nemške države«.

Prodorni so bili tudi na področju filma, saj sta dobo nacionalnega socializma na področju kulture najbolj zaznamovali prav filmska industrija in umetnost, ki služita kot dobra podlaga za analizo kulturnih industrij v njem. Najprej lahko omenimo, da filmi nekega naroda zaradi dveh razlogov zelo dobro odražajo njegovo mentaliteto in karakteristike. Nikoli niso proizvod posameznika, temveč so kolektivne produkcije, saj so režiserji primorani sodelovati tudi s tehniki in ostalimi delavci. Poleg tega apelirajo na anonimno množico in kot taki lahko zadovoljijo njene želje. Filmska industrija je v osnovi zainteresirana za profit, zato se mora do določene mere prilagajati okusu množice (Kracauer 1974, 5–6).

Zgodba nemškega filma se je začela z vladno intervencijo, ko so oblasti leta 1917 za potrebe vojne propagande kot vladno agencijo vzpostavile BUFA-o (*Bild-und Filmamt*), katere glavni nalogi sta bili oskrbovanje vojakov na frontah s filmi in prikazovanje stanja na bojiščih. Na pobudo generalnega štaba je bila kasneje istega leta ustanovljena tudi UFA (*Universum Film A.G.*), katere namen je bil poleg prejšnjih tudi dvig mednarodne javne podobe Nemčije. V prvih letih po vojni je UFA postala privatno podjetje in njeni nameni niso bili povsem v sozvočju s socialistično oblastjo, saj so se v njej ohranili vzorci prejšnjega režima. Poleg tega je v njej prevladal komercialni interes, v njenih filmih pa subtilna propaganda (Kracauer 1974, 35–37).

Najbolj znan nacistični propagandni film *Triumph der Willens* je leta 1934 posnela Leni Riefenstahl, v bistvu pa gre za film o letnem shodu stranke v Nurembergu (Bytwerk 2004, 31). V njem Kracauer (1974, 94–95) množico, ki posluša Hitlerja označi za množični okras in v tem ne vidi naključja, saj so nacisti svoje vzorce črpali tudi iz Wagnerjevih teatraličnih del, kot je recimo Nibelunški prstan. V Nibelungih tako »počasna procesija mitsko okolje okarakterizira izredno statično, kot vegetativni proces skozi katerega se realizira Usoda«. Sam film je sledil tendenci gorskih filmov iz zgodnjih tridesetih let, v

katerih je kasnejša režiserka celo nastopala kot igralka. Elementi gorskega kulta so tako vidni v Hitlerjevem grandioznem prihodu na prizorišče z letalom, ko se impresivna fotografija in panoramski posnetek dopolnjujeta z glasbenimi efekti klasične glasbe (prav tam, 258).

V tem filmu so nacisti šli še korak dalje od znamenitega grofa Potemkina, ki je v 18. stoletju zaradi videza razcveta po ruski stepi postavil kulise mest. Za kuliso so jim namreč služili ljudje sami. Film se ne osredotoča samo na govore nacističnih veljakov, saj želi atmosfero graditi zgolj na emocijah. Zaradi tega so bile mase na konvenciji odprte za sugestijo in jih je popolnoma prevzelo konstantno organizirano gibanje. Pri totalni mobilizaciji je pomagala tudi uporaba simbolov, saj so bile na vsakem koraku izobešene zastave s svastikami, grmade in bakle so razsvetljevale nebo, iz zvočnikov pa so odmevale koračnice (Kracauer 1974, 300). Priprave na kongres so potekale v skladu s pripravami na film, režiserka pa je imela na voljo 30 kamer in 120 članov osebja, dovolj da je iz resničnega življenja ustvarila njegovo podobo. Podobo množic, ki navdušeno sledijo enemu vodji (prav tam, 302–303). Nacisti so se v celoti zavedali moči in zmožnosti filma za mobilizacijo čustev in imobilizacijo uma, ter za ustvarjanje iluzij in očaranje množic. Cel tretji rajh je bil skrbno dodelan film s Hitlerjem v glavni vlogi. Nacisti so bili pionirji spektakularne politike, množičnih medijev, orkestriranih medijskih kampanj in psevdo-dokumentarcev (Rentschler 1996, 1–6).

Podobno je bilo tudi v drugih filmih, če omenimo zgolj film *Upornik (Der Rebell)* Luisa Trenkerja, ki so ga začeli predvajati že v začetku leta 1933, niso skrivali nacističnih nastavkov in vizijo vodje, ki naj bi odrešil trpeče ljudstvo. V tem filmu tako ne manjka simbolov, ki namigujejo na nacionalni socializem, čeprav gre v filmu za osebo, ki se z zastavo v roki upre francoski zasedbi za časa napoleonskih vojn (Kracauer 1974, 261–262). Za obdelavo so zanimivi tudi vojni filmi kot *Zmaga na zahodu (Sieg im Westen)* in *Ognjeni krst (Feuertaufe)*, saj filmi glorificirajo Nemčijo kot dinamično silo, a ne zgolj na vojaškem področju. Prikazana so vsakdanja opravila vojakov, od britja do poliranja orožja, od vojnih akcij do korakanja na paradah, a se te podobe dopolnjujejo s podobami iz politike in zgodovine. V *Ognjenem krstu* tako vidimo podobe okrašenega »starega nemškega mesta« Gdansk, v *Zmagi na zahodu* aluzije na krivični mir iz 1918, ki ga nova vojna odpravlja, in monotonih kolon ujetnikov, ki utrjujejo nemško dominacijo v vojni (Kracauer 1974, 282–287).

Tehnika delovanja je dobro vidna na primeru kratkih vojnih reportažnih novic, ki so bile vsaj v začetku vojne resnične, kratke in izredno dinamične, da so se lahko ponavljale. Goebbels jih je načrtno koncipiral tako, da so bile naslovljene vsem družbenim sferam. Nacistična

propaganda v celoti je bila podvržena montaži, saj je ciljala na psihološko regresijo in manipulacijo volje gledalcev. Določeni efekti in glasba so bili v filmih načrtno uporabljeni, da so sprožili določen emocionalni odziv (Kracauer 1974 278–279). Prav tako je bila načrtno vzpostavljena atmosfera panike in histerije (prav tam, 293). Pri tem so uporabljali tehnike, ki so jih prvi začeli uporabljati v levičarskem taboru. O tehniki montaže, ki so jo razvili radikalni avantgardni režiserji, kot je bil Sergej Eisenstein, je Adorno (Jay 1991, 119) zapisal, da se »film nahaja pred alternativo, kako naj ravna po eni strani brez obrti in po drugi tako, da ne bi zdrsnil v dokumentarnost. Odgovor, ki se v prvi vrsti ponuja, je montaža, ki ne posega v stvari, ampak jih postavlja v konstelacije, podobne pisanju«. Nacisti so jo popolnoma obrnili, saj iz posameznih nepovezanih segmentov niso želeli ustvariti pomena, ampak so prav pomen razdelili na krajše segmente, s čimer je resničnost potovala čez ekran (prav tam, 297).

Nacistična filmska kultura mora biti razumljena tudi v okvirih orkestrskega principa. Po Goebbelsu (Rentschler 1996, 20–22) to pomeni, da nacisti niso pričakovali, da »bo vsak igral isti inštrument, temveč, da bodo ljudje igrali po partituri. Šele vsi inštrumenti skupaj ustvarijo simfonijo«. Ponudba filmov je bila izredno široka, od reportažnih filmov in kratkih dokumentarcev do celovečercer, od nacionalnih epov do dram. Zavedali so se pomena ponavljanja iste stvari v različnih oblikah in variacijah in načrtno gojili medijsko kulturo. Želeli so zaobjeti vse aspekte življenj posameznikov v režimu. To se vidi tudi v njihovem dojemanju estetike, kjer ne moremo mimo prej omenjenih kolosalnih projektov Alberta Speera in dokumentarcev Leni Riefenstahl. Spomnimo se na podobe izklesanih Arijev, novodobnih Siegfriedov, ki nas pričakajo na začetku njenega filma o berlinski olimpijadi, Olimpijada (*Olympia*) iz leta 1936, in ki so posneti pod takim kotom, da v celoti izgubimo konceptualne dimenzijske okvirje. Atleti v njem popolnoma izgubijo osebne poteze in postanejo zgolj brezoblične entitete, ki svoje akcije izvajajo v povsem nerealnem okolju. Nacionalni socializem je estetiziral politično, organiziral demonstracije čiste moči in čistosti geometrijskih vzorcev ter do potankosti stiliziral kolektivno voljo. Kljub temu velja omeniti, da je v zabavni industriji zgolj reproduciral ustaljene ameriške vzorce, od glasbenih hitov in reklam do modnih trendov in zbirateljskih revij.

Hollywood je bila konstantna referenca in nedosegljivi cilj nemške nacistične propagandne vrhuške. Glede tega je Goebbels izjavil, da »se zaveda, da Nemčija nima ameriškega človeškega in materialnega bogastva ter kalifornijskega sonca. Iz tega, kar ima, mora napraviti največ, kar se je do zdaj vedno potrdilo, saj so Nemci nujnost spremenili v vrlino«.

Nemški film je kljub vsemu ostal anahronističen, saj nihče ni moderniziral njegovega industrijskega in estetskega potenciala. To se je kazalo v tem, da je ameriški film tudi v času nacionalnega socializma v Nemčiji ohranil pomemben del navdušenega občinstva. Prav tako je recimo tudi Coca-Cola še leta 1939 v državi imela 2000 dobaviteljev ter 50 polnilnic (Rentschler 1996, 106–107).

V tekstu je že bil omenjen gorski kult, a tudi narava na splošno je bila ena izmed pomembnih tem filmske industrije nacionalnega socializma, saj so nacisti trdili, da častijo svet narave in nedolžnosti, čeprav so mnogo energije zapravili, da so jo preoblikovali po svoji volji. Nemški nacionalni socializem je tako dominacijo nad naravo izvajal z množično uporabo tehnologije in popolnoma racionalizirano državo, ki se je kazala v birokratski ureditvi, vojaškemu aparatu in popolni medvojni izrabi ljudi za namene profita. Idejo romantične preteklosti so povezovali z moderno tehnologijo (Rentschler 1996, 43). Poleg tega so v nasprotju z weimarsko produkcijo zavračali fantastiko in filmski realizem, ki ju je nadomestila drugačna vrsta fantastike, taka v svetlečih uniformah, hipnotičnih ritualih in spektaklih. Meja med realnostjo in fantastiko je bila v nacionalnem socializmu popolnoma zakrita, ustvarjene podobe so prevzele mesto dejanske vsakdanjosti. Fascinacija in fantazija sta bili sistematično uvedeni s pomočjo sodobne tehnologije, kar se je na koncu izkazalo za izredno destruktivno (prav tam, 216–222).

Podobe v množični kulturi iz obdobja nacionalnega socializma pogosto prikazujejo vesele obraze in izdelana telesa, a realnost je bila drugačna. Politični in spolni nazori so mnogim preprečili državljanske pravice, nacisti so jih zapirali, mučili in celo usmrtili. Pod navidezno disciplino teles se skriva njena mračna realnost. Evtanazija, sterilizacija in genocid so v tem obdobju soobstajali za materialno kompenzacijo. Nacionalni socializem pa ni vladal zgolj s terorjem, temveč je ciljalo na emocije prebivalcev. Ta politični red je turizem, potrošništvo in rekreacijo spretno spajal z zakonom, redom in prepovedmi, privlačno filmsko podobo z lastnimi interesi (Rentschler 1996, 10–11).

Na tem mestu se spomnimo na dokaj specifično obliko kulturne industrije, ki so jo nacisti izvedli že maja 1933, in sicer so ljudska srca greli tako, da so ob spremljavi vojne glasbe na trgu pred berlinsko opero javno sežgali 20.000 knjig. Sežgana so bila dela, ki naj bi spodbujala "ne-nemškega duha", od Karla Marxa in Sigmunda Freuda do Bertolta Brechta. Spektakel je vodilo ministrstvo za propagando z Goebbelsom na čelu, ki je tudi pripravilo smernice za uradno črno listo. Na njih lahko preberemo, da so standardi izbora politične

narave in da so uperjeni proti subverzivnim elementom v družbi. Že tedaj so pokazali izreden smisel za sistematizacijo, saj so knjige razdelili na tiste, ki so namenjene za direktno uničenje, kot recimo dela Ericha Marie Remarqua, na tiste, ki naj se shranijo v t.i. »zastrupljenih kabinetih«, kamor naj bi spadala Leninova dela, in na tiste, katere je potrebno še enkrat pregledati, če spadajo v sekcijo 1 ali 2. Asociacije se ponudijo same od sebe; kakor so delali s kulturno dediščino, tako so delali z ljudmi, neizprosno in ponižujoče (Rabinbach in Gilman 2013, 447–451).

O fašizmu in nacizmu je italijanski intelektualec Primo Levi (Griffin 1995, 391–392) poudaril, da »je dolžnost vsakega, da ju reflektira, saj je potrebno razumeti, iz kje sta izšla, in zapomniti, o čem so njuni voditelji govorili v javnosti. Kot karizmatična govorca sta Hitler in Mussolini očarala in zapeljala množice, in čeprav sta razglašala sprevržene in krute ideje, so bile sprejete z množičnimi ovacijami in dobile goreče privrženca. In prav ti privrženca, navadni ljudje, so bili strašnejši od voditeljev, ki jih je bilo malo. Brez vprašanj so bili pripravljeni izpolniti vsakršno nalogo. Zaradi tega se je namesto hitrih resnic, ki nam jih ponujajo, potrebno nasloniti na resnice, ki jih spoznamo preko študija, diskusije in razumevanja«.

4 KULTURNE INDUSTRIJE IN AMERIŠKI DEMOKRATIČNI KAPITALIZEM

4.1 Socialni in politični oris razvoja ZDA v drugi polovici dvajsetega stoletja

Kot smo torej videli v prejšnjem poglavju, se je nacizem v Nemčiji razvil zaradi poraza in posledic prve svetovne vojne. Evropa je bila v tem obdobju popolnoma razrušena, kar pa ni držalo za Združene države Amerike (ZDA), ki so v primerjavi z drugimi velesilami iz vojne izšle dodatno okrepljene. Leta 1913 je gospodarstvo ZDA sicer že bilo najmočnejše na svetu, država pa je proizvajala več kot tretjino svetovne industrijske proizvodnje, podobno kot Nemčija, Francija in Velika Britanija skupaj. Leta 1929 se je razmerje povečalo na 42 nasproti 28 odstotkov v korist ZDA, država pa je do tedaj postala tudi največja svetovna upnica in kot taka osrednje vozlišče krize, ki se je začela tega leta (Hobsbawm 2000, 91–92).

A pojdemo lepo po vrsti. Že od nastanka ZDA so nekateri, kot recimo Alexis de Tocqueville, predvideli, da bo ta država v prihodnosti igrala veliko vlogo, a obseg, ki ga je dosegla, bi tudi za njih bil nepredstavljen. Nekdanji predsednik John Quincy Adams je celo svaril, da bi ZDA lahko postale svetovna diktatorica in bi zaradi tega morale zavestno omejiti svoje politične in geografske ambicije. Kljub temu lahko ameriške navade, institucije in način življenja, ki ga predstavljajo avtomobilizem, demokratične volilne prakse ter industrija zabave in potrošnje, danes najdemo praktično po celem svetu (Lukacs 2004, 435). Iz skromnega začetka se je na prehodu iz devetnajstega v dvajseto stoletje začel prebujati globalni velikan (prav tam, 6), ki je najbolj zaznamoval našo dobo, ki jo lahko označimo za stoletje zmagovalja kapitalizma in svetovnega trga, oz. liberalno stoletje (Badiou 2005, 12).

Za demokratični kapitalizem je predvsem zanimiva teza, ki se je uveljavila v mednarodnem okolju, in sicer, da se demokratične države s tržnim gospodarstvom med seboj ne morejo vojaško spopadati. V tem kontekstu je liberalizem popolnoma naturaliziran in predstavljen kot edina racionalna politična izbira za izzive modernega sveta, demokracije pa naj bi se po Kantu zgolj povezovale med sabo in svoja prepričanja širile po svetu. Razumljen je kot neideološki, nenasilen in pragmatičen, čeprav se v njem da zaznati težnje imperializma in dominacije (Mazower 2009, 11–12).

V kolonialno tekmo so se ZDA vključile relativno pozno, saj so si prve kolonialne posesti na Karibih (Portoriko) in v Pacifiku (Filipini, Guam) pridobile šele po zmagi v vojni s Španijo leta 1898. Iz tega obdobja je izrednega pomena tudi nadzor nad Panamskim kanalom, ki je državi omogočal pomorsko dominacijo tako na Atlantskem kot na Tihem oceanu. Poleg tega se je še bolj utrdila ideja o ZDA kot čuvaju in skrbniku zahodne hemisfere, ki jo poznamo kot Monroejevo doktrino (Brzezinski 2001, 9–11). Prva svetovna vojna je bila naslednji pomemben mejnik v njeni zgodovini, saj se je šele po njej odvil prvi uradni obisk predsednika ZDA v tujini, ko se je Woodrow Wilson udeležil mirovne konference v Versaillesu, kar pomeni, da je do tega dogodka moralo miniti kar 143 let od nastanka države (Lukacs 2004, 31). Naknadno so se ZDA povlekle v samozadovoljno izolacijo, ki se je dokončno prekinila z njenim neizbežnim vstopom v drugo svetovno vojno leta 1941.

S koncem te vojne se je začelo naslednje obdobje, ki ga lahko zaradi nenehnih napetosti med dvema zmagovalkama vojne, kapitalističnimi ZDA in komunistično Sovjetsko zvezo, označimo za obdobje hladne vojne. Po Hobsbawmu (2000, 231–236) je njegova posebnost bila, da neposredne nevarnosti za svetovno vojno ni bilo, saj sta obe velesili sprejeli razdelitev

moči, kar je pripeljalo do zastrašujočega ravnovesja, ki se je kazalo tudi v nesmiselni oboroževalni tekmi. Predvojni mednarodni sistem se je popolnoma sesul, politična prihodnost liberalnega kapitalizma pa je bila negotova zaradi okrepljene komunistične SZ. Zaradi intenzivnega antikomunizma, ki je precenjeval sovjetsko nevarnost, so ZDA kopičile svoj dragi jedrski arzenal do te mere, da bi z njim večkrat lahko uničile svet. Poleg tega so finančno in operativno sodelovale pri rušenju režimov in suverenih vlad, ki niso delovale v skladu z njeno politiko in so s simpatijami gledale na rdečega velikana. Pri tem so se naslonile na vsakovrstne borbe proti komunizmu, kot je bil recimo vodja čilske hunte Augusto Pinochet, ki so v ideal demokracije verjeli tako, kot antilopa razume italijansko renesančno poezijo. Kljub vsemu pa so se anti-komunistična retorika in upi soočili z realnim vzdrževanjem globalnega ravnovesja, počasnega a vztrajnega omejevanja vpliva SZ in preprečevanjem direktnega konflikta s to državo (Medhurst in Brands 2000, 24).

V tem pogledu je bil prelomen nagovor ameriškega predsednika Harryja S. Trumana Kongresu, z dne 12. marca 1947, v katerem je razglasil Trumanovo doktrino, ki je odredila vlogo ZDA v povojnem svetu. V njem na primeru grške prošnje za pomoč razloži, zakaj bi ZDA morale pomagati vsem, ki si njihovo pomoč želijo, saj so kot največja demokratična sila to dolžne storiti. Povedal je, da »je primarni cilj zunanje politike ZDA, da ustvari pogoje, v katerih bo lahko z drugimi narodi živela svobodno, brez zunanjega ustrahovanja, ki je bil povod za zadnjo vojno. V trenutni situaciji mora vsak narod izbrati med alternativnima načinoma življenja, ta izbira pa pogosto ni svobodna. En način temelji na volji večine in je zaznamovan s svobodnimi institucijami, volitvami, svobodo govora in osebno svobodo, na drugi strani pa se manjšina za ohranitev oblasti obrača na teror, represijo in nadzorovani tisk. ZDA morajo z ekonomsko in finančno pomočjo podpirati vse, ki se upirajo zunanjemu pritisku« (Truman 1947). Na koncu je dodal še, da »če bo ZDA v svojem vodenju omahovala, lahko ogrozi svetovni mir in dobrobit lastnega naroda«.

Svojo zunanjepolitično doktrino je predsednik oblikoval na podlagi spoznanj ameriškega diplomata Geoga Kennana, ki je leta 1946 osnoval politiko omejevanja (»*Containment*«) (U.S. Department of State). Zanimivo, da boja zoper Sovjetsko zvezo ni videl toliko na ideološkem področju, kot na poznavanju stare diplomatske šole politike moči, znotraj katere je bilo Rusijo, komunistično ali rojalistično, potrebno omejiti, saj je bila vedno v rokah samodržcev in se je v svojem delovanju zanašala le na ekspanzivno silo in nikoli na razum. ZDA naj bi jo kot največja tekmica morale zadrževati, a ne z neposrednimi konfrontacijami

(Hobsbawm 2000, 238–239). Omejevanje bi moralo biti dolgotrajno in potrpežljivo, a vseeno bi se moral ohranjati trd prijem. Sovjetski pritisk naj bi se tako omejeval z vztrajno aplikacijo protisile in konstantnim odgovarjanjem na njene zunanjepolitične manevre, kar bi dokončno vodilo v njen padec (U.S. Department of State).

Za Kennana (Deibel in Gaddis 1987, 15–17) Sovjetska zveza ni predstavljala vojaške grožnje, saj je bila zaradi vojnih izgub in uničenja popolnoma izčrpana in bi za rekonstrukcijo potrebovala več let. Poleg tega do leta 1949 ni imela orožja, ki bi lahko pariralo atomskemu arzenalu ZDA. V njej je videl predvsem ideološko in politično grožnjo, saj je bilo komunistično gibanje tedaj še homogeno, prav tako pa so Sovjeti zaradi končnega udarca, ki so ga zadali nacizmu, premogli veliko mednarodnega ugleda. V primeru, da bi ideološko prevzela kateregakoli zahodnoevropskega zaveznika ali Japonsko, bi to za ZDA po njegovem videnju pomenilo poraz, ki bi bil podoben zmagi Nemčije v drugi svetovni vojni. V omejevanju je torej videl mehanizem, ki bi Sovjetsko zvezo zadrževal v obstoječih mejah in ji preprečeval pridobivanje dodatnega mednarodnega vpliva in moči, ki bi lahko ogrozila način življenja v ZDA. Njegova predvidevanja so se izkazala za dokaj točna, saj so se komunistični režimi začeli taliti, namesto da bi se prilagodili svetovnim spremembam (prav tam, 145).

Trumanova administracija je bila za uveljavitev ameriške premoči na Zahodu pomembna tudi, ker je leta 1947 ustanovila Centralno obveščevalno agencijo (*Central Intelligence Agency, CIA*), ki ji je kasneje priključila tudi odsek za protisovjetsko propagando. Leta 1951 je bil ustanovljen Psihološki strateški odbor (*Psychological Strategy Board, PSB*), s katerim se je vpliv ustvarjanja propagande centraliziral v Beli hiši in ni bil več odvisen od predstavnškega doma. Prvič ga je vlada ZDA uspešno zagnala zaradi vojne v Koreji, kasneje, v času Eisenhowerjevega predsedovanja, pa se je njegovo delovanje fokusiralo v kampanjo Možnost za mir, z mirom kot retoričnim orodjem za psihološko, ekonomsko, geopolitično in kulturno vojskovanje (Medhurst in Brands 2000, 10–11). Pri tej in naslednjih propagandnih akcijah so sodelovale tako državne agencije kot privatne medijske korporacije (prav tam, 98). Zanimivo je tudi, da sta radia *Svobodna Evropa* in *Svoboda*, ki sta svobodo in ostale kulturne vsebine oddajala po vzhodni Evropi, bila financirana s strani CIE. Propaganda je tako bila konstantna in je delovala tudi v obdobju miru (prav tam, 104–105). Poleg tega je istega leta administracija začela izvajati obsežen Marshallov načrt, v sklopu katerega je mednarodna posojila zamenjala neposredna finančna podpora. V nasprotju z izkušnjami z odnosom zmagovalk prve svetovne vojne je bil cilj vzpostavitev in razvoj močnega evropskega ter

japonskega gospodarstva, ki bi tvorila bazo protisovjetskega zavezništva (Hobsbawm 2000, 245).

Iz tega obdobja lahko omenimo še zanimivo situacijo, ki se je leta 1950 odvila v Organizaciji združenih narodov (OZN), ko se je Sovjetska zveza zaradi mednarodnega nepriznavanja nove kitajske komunistične oblasti začasno umaknila iz Varnostnega sveta OZN in se tako začasno odrekla tudi možnosti veta. ZDA so njeno odsotnost izkoristile za sprejem resolucije, ki je omogočila posredovanje mednarodnih sil v Koreji. Kljub temu pa tedaj OZN zaradi pravice veta v obdobju hladne vojne ni postal orodje v rokah katerekoli izmed velesil, čeprav so poskusi uveljavitve posameznih nacionalnih in ideoloških interesov zagotovo obstajali (Mazower 2009, 99–100).

V istem obdobju so se tudi na domačem političnem prizorišču začele dogajati pomembne spremembe. V petdesetih letih je namreč velik del ameriških korporacij odkril, da dobiček ni odvisen od postavljenih cen, temveč od oglaševanja in podobe, ki jo ima izdelek v javnosti. Navade potrošnikov so postale odvisne od publicitete, uveljavljene znamke pa višje cene tako ne postavljajo, ker bi ponujale bistveno drugačen produkt kot njihovi brezimni sotekmovalci, temveč prav zaradi tega, ker so uveljavljene (Lukacs 2004, 381–382). Spoznanja iz ekonomije so mediji začeli uporabljati tudi na področju visoke politike, zato so z njo začeli intenzivno sodelovati, kar je leta 1960 posledično pripeljalo do izvolitve Johna Fitzgeralda Kennedyja (JFK) za ameriškega predsednika.

Njegova medijska podoba je bila izjemna. Svojega nasprotnika, nekarizmatičnega Richarda Nixona, je na volitvah leta 1960, v nasprotju s prevladujočim mnenjem, premagal z zelo majhno večino (49,7 proti 49,6% ali nekaj več kot 100.000 glasov, op.a.), njegovo kratko predsedovanje pa je bilo videti kot film s tragičnim junakom v glavni vlogi, o čemer so dejansko bili posneti mnogi filmi kot npr. JFK Oliverja Stona in 13 dni (*Thirteen Days*) Rogerja Donaldsona. Njegov naslednik Lyndon Baines Johnson (LBJ) medijsko ni bil tako uspešen, saj je tragedija vietnamske vojne v popularni kulturi popolnoma zasenčila sprejetje Državlanske listine svoboščin (*Civil Rights Act*) iz leta 1964 in državnih vlaganj v sistema izobraževanja in zdravstva (Kellner 2003b, 160–163).

Ob tem velja omeniti, da so se v obdobju po vojni plače v ZDA zaradi ustrezne ekonomske politike višale hitreje kot cene, zato so se njeni državljani začeli navajati na udoben način življenja. Kljub temu se je po stabilnih petdesetih in burnih šestdesetih letih dvajsetega

stoletja v sedemdesetih kvaliteta življenja v ZDA začela nižati. Državljeni niso imeli več največjega BDP na prebivalca na svetu. Zaradi naraščajočega kriminala in drastične inflacije so se ameriška mesta začela nevarno spreminjati, zaradi manjšega vlaganja pa so se nižali tudi ponudba in standardi javnih storitev (Lukacs 2004, 77). Simbolno se je cvetoče obdobje zaključilo z velikim moralnim in dejanskim porazom v vietnamski vojni ter predsedovanjem Richarda Nixona, samooklicanega konservativca, ki je do sicer velike volilne zmage leta 1972 prišel s podporo tihe večine, a ga je zatem odnesel razvpiti prisluškovalni škandal Watergate (Kellner 2003b, 164). Transformacija družbe je bila posledica transformacije znižane dostopnosti in kvalitete dobrin in storitev, ki so bile na voljo. Z množično produkcijo so se začeli namesto trajnih proizvajati cenejši in zamenljivi produkti (prav tam, 115). Vpeljevati se je začel neoliberalni model kapitalizma.

Neoliberalizem je teorija politično-ekonomskih praks, ki pravi, da pot do človeške blaginje vodi preko osvoboditve individualnih podjetniških svoboščin in veščin, ki ga zaznamujejo pravica do zasebne lastnine, prosti trg in prosta trgovina. V takem sistemu je vloga države zgolj, da zagotovi ustrezen institucionalni okvir in jamči za kvaliteto in stabilnost denarja v obtoku. Državni posegi države naj bi bili omejeni na minimum, razen ko bi pripomogli k ustvarjenju zasebnih trgov na področjih, kjer še ne obstajajo, kot npr. izobraževanje, zdravstvo, sociala in voda (Harvey 2012, 7). V neoliberalizmu je država torej razumljena zgolj kot orodje in podaljšek privatnih korporativnih interesov, katerim mora služiti, večanje dobička nosilcev produkcijskega kapitala pa edini vidik gospodarske rasti.

Neoliberalci so se v boj zoper keynesiansko ekonomsko logiko visokih plač, polne zaposlenosti in sistema podpor spustili še pred ekonomsko krizo leta 1973, dokončno pa so se njihove politike v ZDA vpeljale s koncem sedemdesetih let, ko je delež BDP zgornjega odstotka prebivalcev dosegel 15%, se pravi enak odstotek kot pred depresijo v tridesetih letih. Do leta 2000 se je tako zaradi globalne prevlade neoliberalizma prihodek zgornjega promila po zaslužkih povečal iz 2% v sedemdesetih, na 6%. Razmerje med povprečnim zaslužkom delavcev in direktorjev se je v istem obdobju iz 1 proti 30 povečalo 1 proti 500, kar so vsekakor zelo zgovorne številke. Pričajo namreč o tem, da sta se v zadnjem obdobju enormno povečala neenakost koncentracija bogastva pri majhnemu deležu posameznikov (Harvey 2012, 25–26). V skladu z neoliberalno teorijo bi morala večja produktivnost posledično, preko »pretakanja navzdol« (*trickle down effect*), vsem prinesiti višji življenjski standard, a kot lahko vidimo, temu ni bilo tako. Mehanizmi prostega trga, ki naj bi spodbujali konkurenco

in preprečevali ustvarjanje monopolov, so paradoksalno ustvarili izjemen sistemski monopol, ki ne dopušča nikakršne konkurence in vsem ne omogoča enakih informacij (prav tam, 88–92).

Za lep primer lahko vzamemo New York, mesto z močno delavsko zgodovino, ki se je v sedemdesetih moral privaditi na novo realnost. Prednost je dobila vzpostavitev dobre poslovne klime, seveda z javnimi sredstvi in subvencijami. Na splošno je zanimivo, kako privatni sektor ne skopari z javnimi sredstvi, ko mu le ta omogočijo pridobivanje dodatnega dobička, in kako nekateri zasebni podjetniki z lastnimi sredstvi podpirajo javne politike, saj jih pojmujejo zgolj kot dolgoročno naložbo. Tudi New York je postajal dolgoročna naložba, saj se je intenzivno krepilo njegovo kulturno in turistično podobo, ter podobo o raznolikosti življenjskih slogov v njem. Njegovo realnost pa so v resnici vodila javno-zasebna partnerstva in korporacijski mehanizmi upravljanja (Harvey 2012, 65–66).

V tem pogledu tovrsten sistem ni enak predstavi, ki jo je o sistemu svobodne konkurence gojila zgodnja meščanska družba, katere predstavnik je bil teoretik Adam Smith. V njenem pojmovanju se je lahko sistem sam reguliral in se celo zavezal, da bo funkcioniral v skupno dobro in v skladu z individualno učinkovitostjo. Družba prostega trga se je prikazovala kot sfera zunaj gospodarskih in oblastnih razmerij. Ekonomska moč posameznikov je bila predstavljena v tako velikem okviru, da ji ne bi dovoljeval vplivati na cenovne mehanizme, odločitve trga pa naj bi izhajale iz menjalnega procesa. Sistem prostega trga so varovale obče norme, ki so se vezale na državne funkcije in v pravu kodificirane svoboščine (Habermas 1989, 95–97).

Zanimivo je tudi, da se je sočasno z ekonomskim zmagoslavjem neoliberalcev v zahodnem kapitalističnem svetu začel tudi zmagoviti pohod konservativcev, oz. pravcata reakcionarna revolucija. V tem obdobju so se novi konservativci, ki so jih simbolizirali predsednik ZDA Ronald Reagan, premierka VB Margaret Thatcher in nemški kancler Helmut Kohl, lotili dokončnega uničenja socialne države, javnega sistema, dostopnega izobraževanja in ostalih pravic, ki so se akumulirale od konca druge svetovne vojne dalje (Kellner 2003a, 19). Z izvolitvijo Ronalda Reagana se je v ZDA pričela vladavina ideološke desnice, poslovnega egoizma in laissez-faire kapitalizma. Pri njegovem predsedovanju ni šlo zgolj za spopad z »imperijem zla«, kot je Reaganova administracija v duhu najbolj prodorne kulturne industrije imenovala Sovjetsko zvezo, temveč se je za lepimi besedami in izdelano zunanjo podobo obračunavalo tudi z dediščino Rooseveltovega New Deal, se pravi množičnim vlaganjem v

javne projekte (Hobsbawm 2000, 253). Kot se za izkušenega igralca spodobi, je njegovo predsedovanje zaznamovalo dokončen vzpon sistema, ki ga lahko označimo za mešanico industrije zabave in neizprosnega ekonomskega izkoriščanja (Kellner 2003b, 166–167).

Na koncu tega razdelka lahko dodamo še, da za državnike, kot sta bila Wilson ali Truman ZDA niso bile zgolj narod med narodi, temveč poseben narod, ki bo z močjo svoje pravičnosti in pravičnostjo svoje moči spreminjal svet. Njegovi cilji, kot so mir, osebna svoboda, demokracija in materialno blagostanje, naj bi postali univerzalni, njegovi interesi, globalni. Z borbo proti totalitarnim režimom naj bi ZDA ohranjale svetovni mir, ki je tudi merilo in pogoj za ohranjanje njihove lastne družbene dobrobiti. V vodenje t.i. »svobodnega sveta« je ZDA tako postavila kombinacija moči, produktivnosti in svobode (Medhurst in Brands 2000, 234–238). Kljub temu pa ameriška globalna premoč krepi in celo ustvarja pogoje, ki povečujejo njeno globalno nemoč, tako da je moč hkrati stvarnost in utvara (Brzezinski 1995, 84–85). V kakšni meri in na kakšne načine se njena moč izkazuje na področju kulturnih industrij si bomo pogledali v nadaljevanju.

4.2 Kulturne industrije ameriškega demokratičnega kapitalizma

Kulturna dominacija je bila v preučevanem obdobju podcenjeni element moči ZDA na globalnem prizorišču, saj je njena masovna kultura s svojim hedonizmom postala pravi globalni magnet in še danes zavzema velik delež v svetovni filmski in glasbeni industriji. Znotraj ameriškega kulturnega imperializma so izkušnje in merila ZDA postale globalni standard (Brzezinski 2001, 28–29). Po Burku (Strinati 2004, 2) je ideja moderne kulture povezana z razvojem nacionalne zavesti v poznem osemnajstem stoletju, zato si bomo najprej pogledali osnove ameriške nacionalne kulture.

Idejo ZDA lahko zelo nazorno zaznamo v inavguracijskem govoru bivšega predsednika Geoga W. Busha, ki je vizijo ZDA prepredel z mitskimi in skoraj sanjskimi podobami. Zgodba o ZDA je po njegovem tako »zgodba o konstantnem širjenju svobode, ne zgolj v domovini, temveč tudi po svetu. Kot generacije pred nami smo od zvezd poklicani, da se postavimo zanjo. To so večne sanje o Ameriki, ki so z današnjim dnem ponovno obujene« (Campbell in Kean 2012, 35).

Ameriške sanje (*American Dream*), izraz, ki ga je skoval pisatelj in zgodovinar James Truslow Adams, so na splošno eden izmed dominantnih ameriških mitov. Avtor je želel poudariti, da so to »sanje o deželi, v kateri bi življenje bilo bogatejše in polnejše za vsakogar in v kateri bi vsak imel možnost za uspeh, na glede na njegov družinski izvor ali družbeno pozicijo. To niso zgolj sanje o materialnem blagostanju, temveč o socialnem redu, ki bi to možnost omogočal«. Skupaj z mitom o konstantnem premikanju meje proti zahodu celine (*American Spirit*) se tako ustvarja nacionalni karakter, s predpostavko, da vsi državljani verjamejo v isto idejo. Prednost pri izgradnji nacionalne identitete je tradicionalno imel beli heteroseksualni moški, a svojo pravo podobo lahko dobi šele, ko tudi pripadnik deprivilegirane manjšine, kot npr. temnopolti deček, na začetku šolskega dneva izreče prisego črtam in zvezdam, zastavi ZDA. Ne glede na njeno segregacijsko preteklost se v tem dejanju kaže moče združenega naroda s svobodo in pravico za vse (Campbell in Kean 2012, 11–21).

Če povedanemu dodamo misel iz Dialektike razsvetljenstva (Bronner 2011, 77–78), da je življenje v dobi kapitalizma konstanten iniciacijski obred, kjer mora vsak pokazati, da se popolnoma identificira z dominacijo, ki mu je konstantno vsiljena, lahko potrdimo, da je obdobje prevlade ameriškega liberalnega kapitalizma posledično pomenilo vodilno vlogo ZDA tudi na področju svetovnih kulturnih industrij in je vodilo v njihovo amerikanizacijo.

V devetnajstem stoletju se je v Veliki Britaniji ta izraz sicer še identificiralo z demokratičnim populizmom, se pravi s strahom pred prevlado množic na političnem polju, in celo s pričakovanim znanstvenim napredkom, saj naj bi Američani simbolizirali interes v znanje namesto v praznoverje (Strinati 2004, 27–28). Kljub temu je svojo pravo podobo amerikanizacija pridobila šele v sozvočju z množično kulturo, katere zibelka so bile ZDA. Za kritike množične kulture, kot recimo Britanca Q.D. Leavisa, amerikanizacija tako ni predstavljala zgolj estetske grožnje, temveč tudi grožnjo nacionalni kulturi posamezne države (Strinati 2004, 19). George Orwell njene prave grožnje ni videl v ljudskosti, temveč v zoperstavljanju tradicionalni angleški kulturi, a tudi v tem, da je razbijala uveljavljene skupnosti delavskega razreda, saj je razbijala pristne vzorce socialne integracije (prav tam, 24). Kulturni kritik Richard Hoggart jo je označil za obliko bleščečega barbarizma in se je bal njenega manipulacijskega in izkoriščevalnega vpliva nad delavskim razredom, predvsem nad delavsko mladino. V masovni kulturni industriji z druge strani Atlantika, ki so jo predstavljali tudi kriminalni romani, erotične revije in komercialna glasba iz džuboksov, je videl možnost izgube zavesti in kulture delavskega razreda v brezsmiselnih in trivialnih težnjah za praznim,

a bleščečim izgledom. Ameriške sanje so tako postajale del fantazij masovne kulture, oziroma, kot se izrazi nemški režiser Wim Wenders, so ZDA z amerikanizacijo »kolonizirale podzavest« (prav tam, 25–26).

Preden se dokončno posvetimo kulturnim industrijam ameriškega liberalnega kapitalizma, ki so si z amerikanizacijo utirale pot, moramo nekaj besed kljub vsemu nameniti tudi Henryju Fordu in njegovemu načinu produkcije, ki je to obliko kapitalizma najbolj zaznamoval. Fordistični model je namreč tisti, v katerem povečanje produkcije potrošnih dobrin in ekspanzija trga postaneta glavni in ekonomski interes v proizvodnji. Masovna proizvodnja dobrin se ne bi mogla uresničiti, če zanjo ne bi bilo tehnoloških kapacitet in Taylorjevega koncepta razdelitve dela, v katerem vsak delavec za tekočim trakom opravlja zgolj eno repetitivno delo in je plačan dovolj, da lahko kupi proizvod, ki ga proizvaja (Steinert 2003, 75). Seveda imajo v tem sistemu dobiček zgolj lastniki podjetja, se pravi lastniki proizvodnega kapitala, ki si ga povečujejo po principu snežene kepe. Delavec v bistvu s tem, ko kupi proizvod iz podjetja v katerem dela, učinkovito odplača samega sebe. Proizvodnja po Marxu (Bachlin 1951, 8) tako z določenim produktom ne zadovoljuje zgolj potrebe, ampak jo z njegovo pomočjo dodatno spodbuja. Zelo dober vpogled v ta mehanizem nudi Steinbeckov roman *Sadovi jeze* (*Grapes of Wrath*).

Fordov postopek so sprejele tudi druge vrste proizvodnje, kot recimo proizvodnja hitre prehrane z McDonaldsom na čelu, na množičnem trgu pa se je pojavilo blago, ki je bilo prej rezervirano zgolj za izbrance (Hobsbawm 2000, 266). Masovna proizvodnja je seveda zajela tudi produkcijo in distribucijo kulturnih dobrin ter se zaradi instrumentaliziranega odnosa do dela in prostega časa še dodatno uveljavila. V prostem času, ko ne prodajamo svojega dela, se tako predajamo ponudbi na komodificiranem trgu zabave, na trgu, ki ga obvladuje kulturna industrija (Steinert 2003, 76). Mediji za njene produkte ustvarijo potrebno občinstvo, ki se nanje naveže. Televizijska ponudba je podobna tisti v supermarketu, ko obstaja iluzija izbire med različnimi produkti, ki so na voljo (prav tam, 102).

V skladu s teorijo množične družbe sta industrializacija in urbanizacija destabilizirali odnose, ki so prej bili vezivno družbeno tkivo. Hkrati sta nove družbene temelje vzpostavila na znanstvenemu raziskovanju, tovarniškem delu in dinamičnih mestih, v katerih prebivajo atomizirani posamezniki, ki so med sabo povezani kot atomi. Odnosi med njimi niso več blizki in integrirani, temveč pogodbeni, oddaljeni in sporadični. Posameznik je bolj kot nekoč odvisen zgolj od sebe, ter v parcializiranemu družbenem polju težje najde trdno identitetno

navezavo, oz. pripadnost. V takem atomiziranem in odtujenem polju se posamezniki hitreje najdejo pod vplivom kulturne industrije oz. množične kulture, ki to tudi s pridom izkorišča, s tem, ko na račun atomiziranih posameznikov ustvarja dobiček (Strinati 2004, 6–10).

To nas pripelje do ideje občinstva, ko ljudje, ki so organizirani kot masa izgubijo svoje človeške lastnosti in kvalitete, saj z drugimi v masi niso povezani niti kot posamezniki niti kot člani skupnosti, temveč kot smo videli že prej, atomizirani posamezniki z zelo krhkimi vezmi do drugih. David Reisman je ameriško družbo označil za »osamljeno množico« (Strinati 2004, 12). Po Macdonaldu je masovna kultura standardizirana, repetitivna in izumetničena, saj spodbuja trivialne in takojšnje užitke namesto resnih, globljih in avtentičnih vrednot. Je kultura, ki ji primanjkuje intelektualnih izzivov in stimulacij, saj je omejena zgolj na proizvajanje fantazij in iluzornih izhodov (prav tam, 13). Tržni zakoni so tako iz sfere blagovnega prometa prodrli v sfero, ki je v rokah tako zasebnikov kot publike, povezanost javne komunikacije pa je razpadla v akte posamične recepcije (Habermas 1989, 178–179). Pobudniki in nosilci kulturnih industrij večje povpraševanje dosegajo s prilagoditvijo razvedrilnim potrebam potrošnikov z nizkim izobrazbenim standardom, namesto da bi jih vzgajali in izobraževali za kulturo, kakršna je v svoji substanci (prav tam, 183–184). Za ohranitev prevlade in ob izgubi delavstva so se z mehanizmi zabave naslonili na ohranjanje in gojenje t.i. kulturnega proletariata. Njeni produkti so potrošne dobrine, ki so ustvarjene z namenom pridobivanja novih potrošnikov, izgradnje njihovih identitet in akumulacije kapitala v privatnih korporacijah (Kellner 2003a, 16).

Konstruirana medijska realnost je neizogibno tudi realnost poslušalcev in gledalcev, ki vse informacije dojemajo kot fikcijo in si iz njih sestavijo lastno sliko. Tako vse postane predstava z gledalcem-potrošnikom v osrednji vlogi (Steinert 2003, 62). Poleg tega niti razmejitve med političnimi novicami in zabavnim televizijskim programom ne obstaja več (prav tam, 27–29). Zaradi tega obstaja prepričanje, da se prave politične odločitve sprejemajo pod krinko zabave. Tovrstna fuzija politike in kulturne industrije povzroča paranoidno atmosfero, ki bi jo najlažje umestili v kak politični triler, kar Hollywood s pridom tudi izkorišča. Iz tega vidika je zanimivo število predsedniških filmov, ki so se uveljavili v zgodnjih devetdesetih letih, od filma *Dave* s Kevinom Klinom v glavni vlogi, kjer originalnega predsednika med prešuštvovanjem zadene srčna kap, zato ga nadomestijo z dvojnikom, do Eastwoodovega filma *Popolna oblast*, kjer je predsednik, ki ga upodablja igralec Gene Hackman, vpleten celo v umor.

To nas pripelje do naslednje točke, in sicer do množičnih medijev, ki se v totalitarnih sistemih neposredno enačijo s propagando in represijo, v liberalnem kapitalizmu pa se ne prikazujejo kot taki (Strinati 2004, 5). Svobodo mnenja, izražanja in diskusije v ZDA namreč zagotavlja prvi amandma Ustave. Tretji ameriški predsednik Thomas Jefferson (Bernays 1952, 27–28) je o tej svobodi zapisal, da je »osnova našega vladanja mnenje ljudi, ki se mora ohranjati za vsako ceno. Časopisi brez vlade imajo prednost pred vlado brez časopisov, a vsak državljan bi jih moral biti sposoben prebrati«. V ZDA so množični mediji tako postali glavni sopotnik politike.

Ameriškemu sistemu ni bila tuja niti propaganda, saj je ameriški guru spina, Edward Bernays, leta 1928 celo napisal knjigo s tem naslovom, v uvodu svoje druge knjige, *Odnosi z javnostmi (Public Relations)*, pa je celo zapisal, da je »vodilo vsakega zdravnika, da ljudem ne nudi zgolj tablet in operacij, temveč, da jih usmeri in prilagodi na življenje, ki ga morajo voditi. Prav tako se pri odnosih z javnostmi ne sme omejiti zgolj s tehnikami, temveč se je za doseganje zelenih učinkov potrebno prilagoditi na okolje, v katerem se deluje« (Bernays 1952, 8–9). Javnost namreč odloča na volitvah, informacije pa dobi prav iz množičnih medijev, ki imajo zaradi tega izreden vpliv.

Bernays je najbolj znan po kampanji, ki jo je pripravil za promocijo cigaret Lucky Strike ameriškega privatnega podjetja American Tobacco Company. V njej se je osredotočil predvsem na promocijo in spodbujanje kajenja pri ženskah, saj je njihovo tržišče razumel kot »zlato rudnik« (Tye 1998, 23). Pri tem se je osredotočil na teorijo, da v modo prihaja hujšanje, zato je za svojo kampanjo izbral slogan: »Posezi po cigareti Lucky namesto po slaščici« (*»Reach for a Lucky instead of a Sweet«*, op.a.). Paradoksalno se je cigareta zaradi tega uveljavila kot simbol neodvisne in drzne ženske (prav tam, 35). Za promocijo produkta je tako njegova ekipa napravila celotno podobo suhega človeka, ki bi namesto po hrani posegal po tobaku, ne glede na škodljive učinke, ki jih povzroča (Tye 1998, 24). Na nek način je pri privatnem kapitalu hujšanje izredno v modi, saj tako delovna sila ne povzroča stroškov za prehrano in tudi ne zapravlja nepotrebnega časa na malici. Metafora se lahko prenese tudi na državo, kjer je, kot smo videli v prejšnjem podpoglavju, z neoliberalizmom v modo prišel izraz »vitka država«, se pravi država brez stroškov, ki se ukvarja zgolj s poslom in ne toliko s skrbjo za dobrobit potreb državljanov.

Poznan je tudi po sodelovanju v PR kampanji zoper levičarskega gvatemalskega predsednika Jacoba Arbenza, čigar oblast je vlada ZDA zrušila leta 1954. Ni odveč omeniti, da je poleg

interesov vlade ZDA v regiji glavni dobitnik rušenja legitimne gvatemalske vlade bilo privatno podjetje United Fruit Company, ki bi drugače izgubilo dobičkonosen posel. Sam Bernays je v uvažanju sadja iz centralnoameriških držav videl velik pomen za ZDA, saj naj bi tovrstna trgovina ohranjala stabilnost držav v regiji in ustvarila ekonomsko bazo, poleg tega pa se ladje, ki bi iz ZDA vozile razne produkte, v domovino ne bi vračale prazne (Tye 1998, 162). Tudi za vojno v Zalivu, ki se je začela 1990, v času predsedovanja Georga H. W. Busha, so medijsko podporo nudili tako državnim kot privatnim medijem. Uporabljene so bile preverjene propagandne tehnike od podajanja napačnih informacij do popolnega demoniziranja nasprotnika, ki vojaško ni bil močan in je bil celo pripravljen na pogajanja. Za ustrezno propagando je kuvajtska vlada najela eno izmed večjih PR agencij, Hill & Knowlton, ki je med drugim v posloplju OZN pripravila razstavo iraških grozodejstev, televizijske hiše pa so o dogajanju med vojno poročale kot da bi šlo za miniserijo s neizbežnim, a predvidljivim koncem, vojaško zmago ZDA (Kellner 2003a, 199–210).

Kljub vsemu lahko, ob primerjavi propagande liberalnega kapitalizma in recimo propagande tretjega rajha, opazimo pomembno razliko, in sicer, da so se tu strankarski agitatorji predvsem po drugi svetovni vojni umaknili navidez politično nevtralnemu PR strokovnjakom, ki so najeti zato, da v javnosti omadeževano politiko prodajajo tako, kot bi prodajali pralni prašek, se pravi popolnoma nepolitično. Pri tem jim nedvomno pomagajo izkušnje, ki so jih pridobili iz trženja ostalih potrošnih dobrin. Še več, sami niso zgolj priče izginevanja politične javnosti, ampak pri tem s polno zavestjo tudi sami sodelujejo. Politika se tako dokončno integrira v sistem potrošnje (Habermas 1989, 238). Lep primer tega so politični kongresi in zborovanja, ki so v preteklosti imeli ogromen mobilizacijski potencial, danes pa so v najboljšem primeru podlaga statistov za nastop pred kamerami, ko predstavniki apolitizirane politike z všečnimi nastopi nagovarjajo potencialne volivce-potrošnike v njihovih domovih po televiziji ali praktično kjerkoli preko digitalnih kanalov. Brez ustrezne publicitete in z ogromnim Damoklejevim mečem v obliki indeksov popularnosti, ki visi nad vratovi politikov, politične oblasti ni mogoče dolgo ohranjati (prav tam, 239–240). Racionalna razprava in moč boljšega argumenta tako ne predstavljata več splošno sprejetega merila (Debeljak 1999, 116).

Od 1960 dalje so se v ZDA izredno razmahnili tudi umetniško tržišče in institucije, ki ga podpirajo, se pravi galerije, gledališča in muzeji. Korporacije in zasebne fundacije so začele umetnosti namenjati veliko več sredstev kot kdajkoli prej. Povečana finančna podpora pospešuje stike z javnostjo in povečuje priljubljenost imena proizvodov ter korporativno

zunanjo podobo nasploh. Ključnega pomena pri tem je srednji sloj, ki umetnost pojmuje kot nekaj, kar razodeva univerzalno človeško držo in takšno financiranje podpira (Debeljak 1999, 175–176). Korporacije si tako in z različnimi dobrodelnimi akcijami v družbi in med volivci dvigujejo ogled, a se paradoksalno borijo proti plačevanju davkov in državi, ki bi imela dovolj sredstev, da miloščina ne bi bila več potrebna.

Poleg tega tradicionalni sistem pokroviteljstva v odnosu med pokroviteljem in umetnikom ni vključeval odnosov ekonomske menjave, zasnovanih na denarju. Umetnik je od pokrovitelja prejemal tudi fizično varnost in družbeno oporo, njegov namen pa je bil povečevanje pokroviteljevega imena. V nasprotju s tem je kapitalistični način proizvodnje zasnovan na smotni racionalnosti in konstantnemu povečevanju dobička, čemur je podvržena tudi umetniška proizvodnja. Umetnikovo delovanje je tako podvrženo tržni konkurenci, njegovo lastništvo je omejeno z avtorskimi pogodbami in dogovarjanjem s posredniškimi ustanovami, prav tako pa se je prisiljen osredotočiti na specializirano proizvodnjo umetniških del (Debeljak 1999, 84–85).

Za primer vzemimo abstraktne ekspresioniste v ZDA, od katerih so mnogi sodelovali pri Federalnem umetniškem projektu (*Federal Art Project*). Zavedali so se težav pri iskanju pomenskih reprezentacij sveta in poti v realnost, zato so ustvarjali podobe sanj, različnih čustev, ter lastne subjektivnosti. Najbolj znan predstavnik gibanja je bil slikar Jackson Pollock, ki je v svojem delovanju popolnoma opustil večšine uveljavljene umetnosti, a se zaradi obdobja, v katerem je živel, ni mogel poistovetiti z vizionarskimi tehnikami avantgarde ter se zato kot drugi ekspresionisti pri iskanju motivov poglobil v lastno razrvano osebnost. Kljub vsemu so ga ameriški umetnostni kritiki označili za »triumf ameriškega slikarstva«, saj se je z njim umetnost odprla za vsakogar (Fuller 1980, 76–78).

V času hladne vojne je abstraktni ekspresionizem postal pravo strateško orožje, saj je s svojim svobodnim izražanjem predstavljal ostro nasprotje sovjetskemu socialnemu realizmu in političnemu sistemu nasploh. Centralno vlogo pri njegovi promociji po svetu je predstavljal Muzej modernih umetnosti v New Yorku (*Museum of Modern Arts, MOMA*), ki so ga finančno vzdrževali Rockefellerji in ostali pripadniki vladajočega kapitalističnega razreda. Njegove vrednosti pri ustvarjanju opozicijskega mišljenja v vzhodnem bloku se je zavedala tudi CIA, ki je prav zaradi tega tudi aktivno prispevala k njegovemu vzponu. S koncem petdesetih let se je abstraktni ekspresionizem počasi izpel, zato je bila potrebna nova

inicijativa. Leta 1962 ga je nadomestili popart, ki je postal ustrezeni znanilec prevlade potrošništva v družbi (Fuller 1980, 79–84).

Andy Warhol, h kateremu se bomo vrnili v zadnjem poglavju, je s svojimi deli umetnosti namreč odvzel sposobnost, da razbije monopole uveljavljene realnosti. Namesto tega so njegova dela postala refleksije prevladujoče ideologije in dominantnega načina produkcije. Njegov napad na personalizirano izražanje ni bil začetek revolucionarne prakse, temveč predhodnik tega, kar Fuller (1980, 21) označi za pornografijo obupa. V načinu množične produkcije je imaginacija postala del realnosti, ki jo ponujajo vzpostavljeni ideološki sistemi oglaševanja, kulture in religije, umetnost pa je postala čista ideologija (prav tam, 33–37).

Sočasno s prebojem likovne umetnosti se je na Zahodu zaradi koncentracije kupne moči in hitrosti tehnoloških sprememb uveljavila tudi kultura mladih. Kavbojke in rock so postali njena mednarodna uniforma in znamenje. Na področju kulturnih industrij so se mladinski slogi najbolj širili preko glasbene produkcije in distribucije, preko vzpenjajočega se turizma in preko povečane dostopnosti izobraževanja. Vzpon lahko potrdimo s številkami, saj je bila vrednost prodaje plošč v ZDA leta 1955 277 mil USD, leta 1959 600 mil USD, leta 1973 pa že kar 2 MRD USD. Ne gre spregledati, da je večji trg s ploščami bil v bogatejših državah (Hobsbawm 2000, 326–327). Osebna in družbena osvoboditev sta se razvijali skupaj, upor je bil namenjen tako družbeni kot moralistični represiji, izražanje spolne svobode se je mešalo z gradnjo barikad in študentskimi protesti (prav tam, 332).

V glasbi se je razmahnila eksotičnost, kar pomeni, da so se prvine domače glasbe iz celega sveta popolnoma integrirale v sodobno generično popularno glasbo. Tuje je na ta način postalo domače in se znotraj kulturne industrije lažje prodaja. Najbolj klasičen primer tega je jazz, ki se je začel kot subkulturna glasba, a je v tridesetih letih dvajsetega stoletja postal popolnoma mednarodni. Tako kot je mednarodna tudi celotna glasbena industrija (Steinert 2003, 82–83). Prav jazz pa po Adornu (Jay 1982, 297) ne transcendira alienacije, ampak jo celo povečuje. Namesto osvoboditve je njegova glavna funkcija, da na represiven način zmanjšuje razdaljo med odtujenimi posamezniki in njihovo afirmativno kulturo. Poleg tega ustvarja lažen občutek vračanja k naravi, čeprav je v celoti proizvod družbe. Zaradi tega, ker kolektivne fantazije nadomesti z individualnimi, ga je označil za psevdo-demokratskega, a tudi za psevdo-individualističnega, ker je vsaka improvizacija plod ustaljenih temeljnih form in vsebin, kar vodi v popolno fetišizacijo. Zaradi prevlade konformizma v glasbenih kulturnih normah je poslušalčeva sposobnost omejena na stanje vodljivosti in strahu pred novostmi

(prav tam, 303). Znotraj obstoječih mehanizmov pa resnično svobodna družba ne more biti možna (Strinati 2004, 62).

Iz glasbene kulturne industrije liberalnega kapitalizma se preselimo še na filmsko, točneje k Hollywoodu, simbolni tovarni ameriških sanj. Zaradi velikega rizika vlaganj v filmsko industrijo ji veliki kapital sprva ni bil naklonjen (Bachlin 1951, 16), a ko je končno vstopil vanjo, se je utrdila prevlada velikih studiev. Lastniki proizvodnih sredstev, združeni v kolosalne truste, so lažje nadzorovali manjše produkcijske hiše in konstantno večali lastne produkcijske zmogljivosti (prav tam, 69–70). V obdobju med obema vojnama je industrija ostala pod hegemonijo srednjega razreda, njen družbeni ideal je bila ameriška različica trdnih družinskih vrednot, ideologija pa ideologija domoljubja. Osnovni motivi so bili izbrani na podlagi okusa bralcev srednjega razreda, o čemer recimo priča najuspešnejši film iz tega obdobja *V vrtincu* (*Gone with the Wind, 1939*), ki je bil posnet po istoimenskem romanu. V petdesetih letih se je zgodila velika sprememba, ki je naznanila zlato dobo srednjega in višjega razreda, ko je njegova mladina začela sprejemati glasbo, oblačila in jezik urbanega delavskega razreda (Hobsbawm 2000, 329–330).

Filmska industrija je vedno težila k produkciji spektakla na velikih zaslonih za široko občinstvo. Bistvo spektakla se je ohranjalo ne glede na razvoj tehničnih zmožnosti prezentacije. Meje časa in prostora v njej so zabrisane tudi s postmoderne stališča, saj se sodobni film napaja z nostalgijo, preko katere črpa in reciklira ideje in podobe. Zaveda se statusa filma kot kulturnega produkta, zato se poslužuje ponovnih prezentacij (*remake, ang.*) in nadaljevanj (*sequel, ang.*). Tako kot pri popularni glasbi gre torej tudi pri filmu za kombinacijo ponavljanja znanih form in pričakovanih presenečenj ob njegovih robovih (Strinati 2004, 223–225).

Caldwell glavne žanre in tendence v filmski produkciji razdeli na vojne zgodbe ter zgodbe o posameznikih, ki premagajo vse ovire, na genealoške mite oz. na zgodbe neizpoljenih potencialov in na zgodbe o uspehu. Kulturno funkcijo vojnih zgodb vidi v izgradnji moralnega karakterja in zmagi volje, genealoških mitov v legitimaciji akumulacije kapitala, zgodb o uspehu pa v odnosih med ljudmi in ustvarjanju poslovnih mrež (Caldwell 2008, 38). Poleg tega so za filmsko, televizijsko in digitalno medijsko industrijo značilni ekstremna delitev dela in tekmovanje, vzpostavljen pa je sistem v katerem tisti na vrhu poberejo večino (prav tam, 96). V njej se je tako kot v drugih industrijah uveljavila korporativna logika, ki sledi nižanju stroškov in fiskalni fleksibilnosti (prav tam, 370–372).

Kar se tiče vsebine, velja izpostaviti, da so se v filmu vedno prikazovale tegobe vsakdanjega življenja in socialno-politični boji. Lep primer so filmi o zapeljivem tajnem agentu 007, Jamesu Bondu, ki nedvomno sledijo določeni strukturi pravil in dogodkov, kar ohranja njihov uspeh. V njih je zaznati tako binarna razmerja med akterji, se pravi med Bondom in glavnim negativcem, kot tudi med celotnimi ideološkimi sistemi, se pravi med liberalizmom, ki ga pooseblja Anglež, in totalitarizmom zločinskih organizacij, v čemer so se zrcalila hladnovojna razmerja. Ob tem velja poudariti, da Bond kot predstavnik zahodnega, "svobodnega" sveta, nikoli ne izgubi (Strinati 2004, 91–96).

Poleg tega je smiselno, da si pogledamo tudi transformacijo vojnega filma v Hollywoodu med šestdesetimi in osemdesetimi leti. V šestdesetih sta v filmski produkciji večinsko prevladovala protivojni diskurz in kontrakultura, razen nekaterih izjem, kot npr. *Zelene baretke (Green Berets)* z vseameriškim junakom Johnom Waynom v glavni vlogi, v osemdesetih pa se je s prihodom Reagana na oblast zadeva popolnoma spremenila. Najznačilnejši predstavnik tega je nedvomno lik Ramba (*First Blood*), pravega patriota, ki svoj vietnamski sindrom zdravi tako, da se bori proti skorumpirani birokratski državi. To je popolnoma sovpadalo z neoliberalno ideologijo vitke države z nizkimi davki in izdatki, individualnim podjetništvom in preživetjem najboljših, oz. najbolj podjetnih. Rambo je predstavljen kot osamljeni križar, ki v Vietnamski vojni ni izgubil zaradi sebe, temveč zaradi tega, ker z davki preveč obremenjena demokratska vlada ni delovala dovolj odločno. Pod novim vodstvom se ZDA ne bi nikoli predale. Ideologija jasno nagovarja Jaz posameznikov, predvsem belih moških, ki so v rasno raznoliki ZDA istodobno začeli izgubljati primat in se v novem svetu počutijo ogrožene. Ideologija prostega trga je bila predstavljena tako, da jim bo vrnila prejšnjo slavo, ki jim jo je s socialnimi transferji odvzel birokratski aparat (Kellner 2003a, 59–64).

Desnica je junaka novega kova sestavila iz podob kontrakture šestdesetih, upornika, ki okoli glave nosi trak, *je* samo naravno hrano, ki jo po možnosti tudi sam ubije, je blizu naravi in naravnost sovraži organizirano oblast in birokracijo. Iz nacistične kulturne industrije, ki smo jo spoznali v prejšnjem poglavju, lahko povežemo, da se tudi tu gojita kult telesa in militarizma, s to razliko, da se tu oblasti neposredno ne glorificira, čeprav je osnovni namen enak. Gre za utrditev oblasti in obstoječega reda preko podob iz filmske industrije, ki neposredno nagovarjajo državljan-potrošnike (Kellner 2003a, 65–73). Rambo seveda ni osamljen primer, saj se je na velikem zaslonu pojavil še v treh nadaljevanjih, v katerih poravna račune v Vietnamu, se skupaj z lokalnimi ljubitelji svobode v Afganistanu spopade s

celotnim sovjetskim vojnim strojem in v filmu iz leta 2008 odreši ljudi v Burmi. Poleg te franšize ne gre pozabiti niti vojaške epopeje *Top Gun* iz leta 1986, ki se vrti okoli tekmovalnosti med glavnima junakoma Maverickom in Icemanom, in kjer je prostor za samo enega zmagovalca (prav tam, 74–79). Ponovno je jasno, da so to ZDA pod novim, neoliberalnim vodstvom, ki denar svojih državljanov ne zapravlja na nepotrebnih izdatkih, ki se lahko urejajo na prostem trgu, kot npr. socialna varnost, izobraževanja in zdravstvo, temveč financira zgolj področja, kjer bi lahko bila ogrožena njihova svoboda, se pravi vojsko. S filmi, ki promovirajo in glorificirajo militarizem, tudi realne vojne, kot so npr. invazija na Grenado iz 1983 ali Zalivska vojna iz 1990, postanejo del istega spektakla, kjer se mešajo realnost in fikcija, ter interesi vojaške in kulturne industrije (prav tam, 198).

Hollywood je pri obsegu kritike in radikalnih pozicij izredno omejen, saj gre nenazadnje za skupek privatnih in komercialnih podjetij, ki si svoje baze, izvir njihovih prihodkov, ne želijo odtujiti. Radikalne pozicije v industriji se morajo tako prilagoditi v okviru obstoječih meja, razen, ko radikalna pozicija ne prinaša dodatnih ugodnosti. Tako so recimo kontrakturni filmi šestdesetih kot npr. *Goli v sedlu (Easy Rider)* in *Woodstock* svojo ideologijo prenesli na širše občinstvo. Podobe, simboli in delovanje kontrakture so postali del skupne identitete in so od tedaj sopotniki potrošniške družbe (Kellner 2003a, 102–105).

Hollywoodska filmska produkcija popolnoma dominira na globalnem nivoju, saj je še leta 2010 obsegala kar 67% svetovne filmske produkcije. Ob koncu minulega stoletja je v ZDA profit ob izvozu filmov v tujino narasel kar za 124%, med dvajsetimi najbolj gledanimi filmi v letu 2008 pa je bilo kar 14 ameriških, ostalih šest pa je nastalo v koprodukciji z drugimi državami. Ameriški film očitno sprejemajo ljudje iz vseh kulturnih in družbenih okolij, kar je po besedah ustanovitelja Ameriške filmske zveze (*Motion Picture Association of America, MPAA*) Jacka Valentija »posledica njegovega kreativnega obsega, zmožnosti podajanja zgodbe, strateških odločitev direktorjev filmskih podjetij in ustrezne uporabe distribucije in marketinga« (Campbell in Kean 2012, 310–311). Vsekakor gre še danes za najbolj uspešno kulturno industrijo ZDA, ki svojo popularnost ne ohranja zgolj s produkti, temveč tudi s kontrolo nad metodami produkcije.

Razvoj tehnologije je odločno prispeval k transformaciji kulturnih industrij ameriškega liberalnega kapitalizma, ki so ga najbolj zaznamovali eksotična glasba, mladostna kultura, komercializirana televizija in radosti velikega zaslona, v novi dobi pa se je primat preselil k internetu in pametnim telefonom. Poleg tega je potrošniška družba popolnoma spodkopala

klasično visoko kulturo. Vse podobe, od glasbe do filma, od bralne kulture do internetnih aplikacij, so tako namenjene zgolj komercialni potrošnji in instantni množični zabavi (Campbell in Kean 2012, 515). To je, kot bomo videli v nadaljevanju, še posebej vidno v kulturnih industrijah globalnega korporacijskega kapitalizma.

5 KULTURNE INDUSTRIJE IN GLOBALNI KORPORACIJSKI KAPITALIZEM

5.1 Socialni in politični oris sodobnega globaliziranega sveta

V tem poglavju si bomo tako kot v prejšnjih najprej pogledali širšo družbeno-politično sliko preučevanega obdobja, kar bomo storili v treh etapah. Najprej si bomo sestavili grobo časovno sliko, nato se bomo poglobili v procese globalizacije in korporativnega kapitalizma, ter ju na koncu še povezali.

Začnimo z letom 1989, ki ga je Fukuyama (2006, 52) famozno označil za »*annus mirabilis*«, se pravi čudežno leto. V svojem eseju iz tega leta je zapisal, da se je v svetu izoblikoval konsenz, ki naj bi dokončno legitimiziral prevlado liberalne demokracije kot globalnega političnega sistema. S prevlado nad dedno monarhijo, fašizmom in komunizmom naj bi se dokazal kot ultimativna oblika ideološke evolucije človeštva in oznanil začetek konca zgodovine (Fukuyama 1992, 11). Kot lahko vidimo 25 let pozneje, temu ni tako, čeprav se je s tem datumom dejansko uveljavila drugačna globalna politična klima. Poleg padca berlinskega zidu so po Wallersteinu (2004, 23) ta prehod zaznamovali še kulturne revolucije leta 1968, vojna na področju bivše federativne republike Jugoslavije, teroristični napad na Svetovni trgovinski center 11. septembra 2001 in začetek vojne v Iraku leta 2003, ki jih bomo prav tako omenili. Po Badiouju (2005, 21) lahko dodamo še, da smo v 20. stoletju postopoma prešli od političnega projekta k avtomatizmom profita, znotraj katerih ni mogoče imenovati odgovornih, saj so poimenske osebe nadomestili anonimni subjekti, kot so na primer delniške družbe.

Glavni vprašanji v sodobni globalni kulturi sta tako kateri jezik se v njej uporablja in kdo nagovarja svet, se pravi kdo jo uteleša. ZDA so po padcu komunističnih režimov svojo vodilno vlogo dodatno utrdile. Kljub vsemu se njihov primat ne ohranja zgolj preko uradne politike, temveč preko privatnih multinacionalnih korporacij, kar je pomembna razlika.

Multinacionalke sledijo tendencam globalnega združevanja in internacionalizma, ki ga na ravni držav predstavljajo Organizacija združenih narodov (*United Nations, UN*), Svetovna zdravstvena organizacija (*World Health Organization, WHO*) in Mednarodni denarni sklad (*International Monetary Found, IMF*). Privatne korporacije, v našem primeru tiste s področja medijev in produkcije kulture, so postale skrbniki tega, čigav glas se bo slišal na globalnem prizorišču (Tomlinson 1991, 13–14). Pozabiti ne gre niti na Washingtonski konsenz iz leta 1989, pri čemer gre za tržno usmerjena načela, ki so jih pripravile vlada ZDA in mednarodne finančne institucije. Gre za vodila fiskalne discipline, javnih finančnih transferjev v privatni sektor, davčne reforme, liberalizacije obrestnih mer, liberalizacijo trga in tujih investicij, privatizacijo in deregulacijo (CID 2003).

Vzhodni blok na spremembe časa ni našel ustreznega odgovora in se je predvsem na vojaškem področju spustil v tekmo, ki je ni mogel dobiti. Poleg tega ne gre spregledati niti vloge zahodnih medijev, ki so prispevali k razmahu gibanj za družbene spremembe v vzhodnem bloku (Giddens 2002, 14). Tako socialistične države kot njihove komunistične partije so začele padati kot domine. Škodo so posledično utrpeli tudi komunistične in socialistične stranke na Zahodu, ki so s padcem socialističnih režimov izgubile del svoje identitete (Wallerstein 2004, 75–77). Prva je volitve po zahodnem vzoru razpisala Madžarska, nato Poljska, zaradi množičnega eksodusa iz države se je zrušil vzhodnonemški režim, na koncu pa se je svoji vodilni vlogi odpovedala tudi KP Sovjetske zveze. Celotna Vzhodna Evropa je bila v kaosu in kot taka idealna za eksploatacijo s strani agentov neoliberalnega kapitalizma (Fukuyama 1992, 27). Tehnica se je ponovno, kot v primeru galske osvojitve Rima, popolnoma nagnila na stran zmagovalca. Zahodni kapitalistični model družbene ureditve si je tako na pogorišču glavnega ideološkega tekmeca ustvaril podlago za nadaljnje podvige.

ZDA so dosegle popolno hegemonijo, ki po Giddensu (2002, 23–24) deluje na treh nivojih, in sicer na ekonomskem, geopolitičnem in kulturnem nivoju, ki je za naše preučevanje najpomembnejši. Kulturni vpliv ZDA je viden v filmski, glasbeni in ostalih kulturnih industrijah, preko njih pa se izvaja kulturna standardizacija, ki se paradoksalno izraža v množici različnih stilov in form. Atraktivnost ZDA se v globalni dobi izkazuje preko t.i. mehke moči, se pravi s prepričevanjem namesto prisile. Surova vojaška moč ni več odločilna, saj ZDA kljub najmočnejši vojaški poziciji v svetu ne uživajo sorazmernega zaupanja (Martell 2010, 272–275). Do napadov 11. septembra 2001 je bila hegemonija ZDA v svetu,

ki je sprejel kapitalistični sistem in demokracijo, popolnoma sprejemljiva in legitimna (Todd 2005, 4), ta dogodek pa naj bi po Wallersteinu (2004, 7–8) pokazal meje vojaške moči ZDA, globino anti-ameriških čustev po svetu, streznitev po kozmopolitskih devetdesetih letih in protislovne pritiske ameriškega nacionalizma, ki jih je utelešala Busheva administracija. Sami napadi so merili v ekonomsko in politično osrčje ameriške moči. Giddens (2002, 16) ocenjuje, da je njihov strošek za ameriško ekonomijo predstavljal 640 MRD dolarjev.

Če pustimo ZDA ob strani, je za izbrano obdobje značilno tudi, da se je popolnoma uveljavil izraz globalizacija, ki naznanja novi, globalizirani svet. Po Kellnerju (Axtmann 1998, 1–2) se lahko uporablja kar namesto imperializma, saj ga zaznamujejo dominacija industrijsko razvitih držav nad državami v razvoju, dominacija nadnacionalnih korporacij nad nacionalnimi in lokalnimi ekonomijami, ter povečanje razlik med regijami. Gre za proces, ki se manifestira v vseh aspektih, od turizma in ekonomije do ekologije, ter, kar je za nas najpomembnejše, kulturnih industrij, kjer se kaže predvsem v homogenizaciji kulture v vsakdanjem življenju (prav tam, 25). Glavni borbi znotraj globalizacije potekata med odvisnostjo in avtonomijo ter med kozmopolitskim pogledom in fundamentalizmom. Slednji se predstavlja za varuha tradicije, čeprav je otrok globalizacije (Giddens 2002, 48–49). Za Bourdieuja (2008, 344–345) pa glavna borba poteka med komercialnimi interesi trga in vladajočih ter kulturnim odporom, ki je baziran na obrambi brezčasne umetnosti, ki je neodvisna od realnosti, ki jo obdaja.

Za naše preučevanje je pomembna predvsem neoliberalna verzija globalizacije, ki se prikazuje kot esencialna, saj naj bi predstavljala institucionalni okvir kapitalizma, ki naj ne bi dopuščal alternativ, in se izkazovala kot popolnoma benigni proces (Pikalo 2003, 29–31). Njene značilnosti je Amoor (Pikalo 2003, 123–125) združil v štiri točke, in sicer, da deluje z namenom varovanja in nadaljnje akumulacije kapitala, da teži k homogenizaciji državnih politik, da dodaja in razširja nivo transnacionalne oblasti nad državami ter da iz javnega političnega procesa izključuje uporne družbene sile. Svobodni trg naj bi bil naravno stanje, v katerega naj se ne bi posegalo od zunaj, saj naj bi se kot najboljša švicarska ura usklajeval in urejal sam. Politika neoliberalizma je, da globalizacijo predstavlja nepolitično, a prav tovrstno predstavljanje krepi njeno politično moč (prav tam, 195). Po Heldu (Martell 2010, 13) tovrstna globalizacija vsebuje razširjanje dejavnosti preko državnih meja, regulacijo mednarodnih odnosov, pospeševanje globalnih interakcij in procesov preko razvoja transporta

in tehnologij, spajanje različnih idej in informacij ter preseganje lokalnega okolja z vsakršnimi dejavnostmi.

Globalno in lokalno se tako v svetu globalnega korporacijskega kapitalizma združujeta v nečemu, kar Robertson (1997, 28–29) označi za glokalizacijo. Pri tem gre za mikromarketing, kjer se globalne dobrine in oglaševanje prilagajajo lokalnemu okolju, potrebam in tradicijam. Trg ustvarja in se prilagaja diferenciranim potrošnikom in niansam v globaliziranem svetu. Prisotna je ideja, da lokalno in globalno nista kompatibilna, čeprav prilagajanje posebnostim na lokalnem nivoju omogoča globalno nadvlado, o čemer pričajo tako poslovanje McDonaldsa, svetovno oddajanje CNN in Hollywood, ki v filmih izbira mednarodne igralske zasedbe (prav tam, 38).

Izzive globalizacije je v dveh tendencah, ki sta v svojem bistvu obe nedemokratični, dobro povzel Barber (1992). Na eni strani je izpostavil tribalizacijo določenih kultur in skupin, ki niso pripravljene sklepati kompromisov in so za svoja prepričanja pripravljene umreti. To je označil pod imenom Jihad, s čimer predpostavi, da se identiteta poveže s konstantnim vojnim stanjem. Na drugi strani se odvija ekonomska integracija v komercialno homogeno in svetovno mrežo, kar avtor po najznačilnejši verigi s hitro prehrano imenuje McWorld. Za njegovo dinamiko so značilni ustvarjanje enotnega trga z uniformnimi potrošniki, pridobivanje surovin iz celega sveta za privatne interese korporacij, izboljšanje komunikacijskih tehnologij in soočanje z okoljsko problematiko. Jihad goji lokalne identitete, a je v svojem bistvu izrazito ekskluzivističen. McWorld je tako njegovo pravo nasprotje, saj prinaša relativen mir in blagostanje, a se za bleščečo podobo skrivata pasivizacija in nekaj, kar bi Borgi iz kultne nadaljevanke Zvezdne steze (*Star Trek*) imenovali »*futile resistance*«, se pravi, da je vsakršen odpor brezupen, saj ga sistem takoj integrira. Možnost za ohranitev ideala demokracije med obema grožnjama avtor vidi v konfederativni zvezi med avtonomnimi skupnostmi, ki bi bile manjše od obstoječih držav in bi se povezale v participatorne regionalne zveze.

Globalizacija je pomembne spremembe prinesla tudi pri dojemanju enega izmed stebrov moderne dobe, se pravi nacionalne države, saj se je globalni kapitalizem nadgradil do te mere, da države niso več osnovni pogoj za njegovo rast, saj najbolje uspeva prav tam, kjer se je njihova vloga zmanjšala. Za uveljavljanje imperialne moči se je sodobni kapitalizem torej popolnoma preusmeril h globalnim korporacijam in svojo hegemonijo tako paradoksalno utemeljuje na fiktivni fragmentaciji trga, idej in političnih struktur (Tomlinson 1991, 24–26).

Države so prikazane kot neučinkovite institucije, ki samo omejujejo delovanje podjetij na prostem trgu, zato je v interesu neoliberalizma, da jih zreducira na minimum, kljub temu, da prav države finančno zadovoljujejo tudi privatne korporativne interese, ki glede tega nimajo nobenih zadržkov (Chomsky 2005, 21).

Največje korporacije imajo večje letne prihodke kot nekatere države, kar zagotovo prispeva h koncentraciji ogromne politične moči, ki bi drugače pripadala suverenim državam. V iskanju največjega dobička se ne ozirajo na družbene in okoljske posledice, ki jih povzročajo z iskanjem najcenejših virov in delovne sile. Glavna razlika med njimi in državami je torej v tem, da ne nosijo odgovornosti za svoja dejanja in se pri tem zgovarjajo na regulacijske mehanizme držav, ki jim jih omogočajo. Poleg tega korporacije seveda same lobirajo za ohlapno zakonodajo in finančno podpirajo voljne politike (Giddens 2002, 21). Z vzponom korporacij so se vzpostavile tudi nevladne organizacije, kot je recimo Greenpeace, ki vplivajo na javno mnenje, čeprav so tudi te organizacije postale zgolj globalne blagovne znamke (prav tam, 26).

Ekonomске posledice neoliberalnih politik so se povsod pokazale za približno enake, in sicer so to porast ekonomske in družbene neenakosti, brezobzirno razlaščenje revnih, katastrofalno onesnaženo okolje, nestabilna svetovna ekonomija, deindustrializacija in gospodarsko opustošenje nekoč cvetočih centrov, kot je recimo Detroit, ter neizmerno bogatenje peščice izjemno bogatih. V svoji brezobzirnosti ne omogoča nobenih drugih možnosti, saj predstavlja dobo v kateri so sile kapitala izredno napadalne in se soočajo s slabo organizirano opozicijo. Njegov učinek je tudi depolitizirano prebivalstvo, ki se zaradi poslabšane družbene in ekonomske klime prepušča apatiji, depresiji in cinizmu. Aktivno politično udejstvovanje in širša družbena razprava sta pri neoliberalizmu diskreditirana in nezaželena, kar se izkazuje pri vedno nižji volilni udeležbi na volitvah in negativnem odnosu do izoblikovane politične skupnosti (Chomsky 2005, 16–18). Po besedah Chomskega (1997, 309) so se tako uresničili strahovi Thomasa Jeffersona, saj so bančne institucije postale težko obvladljive in si pridobile obsežen nadzor nad svetovnim redom. Poslovanje Wall Streeta in ostalih finančnih institucij, kot so bonitetne hiše ali privatne banke pa se ne utrjuje z avtoritarnimi prejemi, temveč preko prostovoljnega liberalnega mehanizma, ki posledično legitimizira samega sebe (Todd 2005, 136).

Poleg tega korporacije, kot je recimo Walmart, ki že vrsto let sledijo nižanju stroškov in v zaposlenih vidijo zgolj igro števil, povečujejo izdatke, ki jih namenjajo skupnosti v obliki

karitativnih dejavnosti, oz. miloščine (Foster 2008, 123). To smo sicer spoznali že v prejšnjem poglavju, a ni odveč omeniti, da z vlaganjem v skupnost v obliki prostovoljnih prispevkov, korporacije zgolj sledijo lastnemu interesu in si tako večajo ugled. V javnem mnenju poberejo smetano, saj jim ni potrebno vzpostavljati in vzdrževati nobene infrastrukture, kot naj bi jo vzdrževale države, tako da z vlaganjem nimajo nobenih stroškov. Samo država, ki bi z davki, ki bi jih plačevale iste korporacije, lahko zagotavljala splošne usluge, je v očeh javnosti še bolj osovražena.

Sprejem določenih finančnih usmeritev in institucij pomeni sprejem političnega projekta, ki eno izmed mogočih prihodnosti ukalupi v nujnost. Ustvarjena prihodnost tako postane edina možna, kot nekakšna simbolična usoda (Bourdieu 2008, 110–111). Za Lyotarda (2004, 29–31) moderni veliki zgodovinski projekt udejanja univerzalnosti ni bili opuščeni ali pozabljeni, temveč je bil uničen. Zmagoslavje kapitalistične tehno-znanosti nad drugimi kandidati za univerzalno smotrnost človekove zgodovine pa vidi kot način rušenja projekta pod videzom njegovega udejanjenja. Vladavina subjekta nad objekti ne spremlja več svobode ali javnega izobraževanja, temveč je kriterij zgolj še uspeh. O družbi izobilja in brezmejne potrošnje je tako mogoče govoriti zgolj retroaktivno, saj se je namesto nje pojavila družba razlaščenja, dolgov, negotovosti in prekarnosti (Jameson 2012, 236). Na volitvah tako zmagojuje politiki, katerih edina vizija je, da so brez vizij, in ki zagotavljajo, da bodo volivce-potrošnike pustili v atomizirani in sedativni samoti (Bauman 1997, 148–150).

Poraz velikega projekta je tako simptom postmodernizma, ki je za Lasha (1993, 14) strogo kulturni pojav oz. kulturna paradigma. Je prostorsko-časovna konfiguracija, ki prostorsko obsega fleksibilno simbolno strukturo, časovno pa ima svoj rok trajanja. Razdelil ga je na dva tipa, in sicer na prevladujočega, ki privilegira implozijo komercialnega in zatona avantgarde, ter na opozicijskega, ki privilegira realno kot podobo. Prvi umešča subjekte v fiksirane prostore in pospešuje družbene hierarhije, drugi pa je toleranten do različnih subjektivnih pozicij. Prvi poudarja hegemonistični projekt srednjega razreda in si prizadeva uveljaviti vrednote potrošniškega kapitalizma znotraj delavskega razreda, drugi pa poskuša na simbolni ravni pospeševati različne tipe kolektivne identitete za člane srednjega in radikalni upor za člane delavskega razreda (prav tam, 45–46).

V postmodernistični ekonomiji se je specializirala potrošnja, ki jo zaznamuje postfordistični premik od množične k fleksibilni produkciji, povečalo pa se je tudi povpraševanje po dobrinah (Lash 1993, 47–49). Za glavne veje kulturnega področja je označil izobrazbo, avdio-

vizualne dejavnosti, založništvo, turizem in reklame. Pri kulturnih dobrinah pomembna razlika obstaja med reprezentacijami, simboli in informacijami, pri čemer je glavna razlika, da se simboli ne morejo nanašati na realnost, ampak zgolj na pomen ali na označenca. Tako je namen televizijskih in časopisnih novic ter neleposlovne literature prinašanje informacij, filmi, likovna umetnost in leposlovje so sestavljeni iz reprezentacij, modni in arhitekturni stili pa so zgolj simbolni (prav tam, 52–53).

V svetovno potrošniško kulturo so močno vpeti tudi globalni mediji in informacijski sistemi, preko katerih se širijo njeni produkti, podobe in ideje. Njihova moč se od politične in ekonomske moči razlikuje po tem, da ni omejena zgolj s finančnimi sredstvi in kontrolo nad državnim aparatom, ampak se izraža preko simbolov, kreacije vrednot in podajanjem znanja (Martell 2010, 68–69).

Globalne kulturne industrije postajajo vedno bolj diferencirane, saj je njihov namen doseči čim širši razpon občinstva, se pravi potrošnikov, kar pomeni, da so razne na videz avtonomne subkulture prav tako vpete v obstoječi sistem (Axtmann 1998, 35). Potrošnik ne kupuje več zgolj izbranega artikla, temveč celoten življenjski slog, identiteto in podobo. Organizirana proizvodnja kupcem ob nakupu ustvarja utvaro občutka originalnosti, čeprav praktično vsi nakupujejo iste stvari. Res je, da so artikli bolj dostopni, a so tudi neprimerljivo bolj standardizirani, da ne omenjamo tega, da so celo prodajni prostori po svetu postali identični (Debeljak 1999, 118). S podpiranjem iluzije o osebni svobodi želi korporativni kapital v svoj ustroj le pritegniti nove elemente družbenega življenja.

Kapital se je prilagodil tudi kibernetiki revoluciji. Z razvojem komunikacijske tehnologije se ukinjata prostor in čas, kapital pa je tako mogoče instantno prenesti z enega področja na drugega. Je prosto lebdeč in ločen od svoje vsebine (Jameson 2012, 172–173). Deteritorializacija mu omogoča, da se premakne v dobičkonosnejše oblike produkcije in da povsem opusti produkcijo, ter se prepusti fiktivni igri števil in špekulacij (prav tam, 185). Kljub osvobojevalnemu potencialu informacijske tehnologije, kapitalistični proizvodni odnosi v obstoječem sistemu ohranjajo prevladujočo vlogo. Sodobni kapitalizem tako še vedno temelji na blagovni proizvodnji in akumulaciji kapitala (Debeljak 1999, 107). Korporativno lastništvo informacijskih industrij ni poskrbelo za bolj informirano in ozaveščeno družbo, ampak je bilo usmerjeno v proizvajanje prav nasprotnega učinka, saj so nekoč vsem dostopne informacije postale zgolj blago na tržišču (prav tam, 109). Prostor prostega dostopa do

informacij se nezadržno in neusmiljeno krči, čeprav se možnost prostega ustvarjanja vsebin še vedno ohranja.

Oris sodobnega sveta, v katerem prevladujejo multinacionalne, ali bolje rečeno globalne korporacije, lahko na koncu povzamemo z besedami Pierra Bourdieuja (2008, 364–368), ki je zapisal, da sodobni kulturni imperializem preko odnosa s komunikacijskimi kanali izvaja simbolično nasilje. Znotraj njih se posamezni partikularizmi interpretirajo kot univerzalni pojavi in tako postanejo strukturna norma. Merilo v sodobnem svetu je tako postala ameriška družba post-fordizma in post-keynesianizma, ki jo označujejo sistematično uničevanje mehanizmov socialne države, razbijanje sindikalnih gibanj in »diktatura« delniškega podjetništva. Korporativne ZDA z merili Washingtonskega konsenza ustvarjajo standardizirani svet po svoji predstavi, znotraj katere je trg dojet kot dober, svoboden ter temelji na individualnih atributih in vodi v ekonomsko rast. V nasprotju z njim je glavni zlikovec tovrstnega dojemanja država, ki je arhaični in okoreli ostanek preteklosti, ki s svojim delovanjem povzroča zgolj stagnacijo in preprečuje vsakršno osebno pobudo. Glavna nosilca teh meril sta postala strokovnjak ter svetovalec za odnose z javnostmi, ki sistemu nudi zunanjo podobo. Tovrstne spremembe so jasno vidne tudi na področju in v oblikah kulturnih industrij globalnega korporacijskega kapitalizma, kar bomo spoznali v nadaljevanju.

5.2 Kulturne industrije globalnega korporacijskega kapitalizma

V prejšnjem poglavju smo torej spoznali, da je sodobna tehnologija omogočila boljše povezanost med različnimi deli sveta, kar posledično pomeni, da je stik z raznimi kulturnimi vsebinami takojšen. Močnejšo vlogo pri njihovi produkciji in distribuciji imajo bogatejše države in mednarodne korporacije, zaradi česar se po svetu v kulturnih industrijah hitreje širijo prav njihovi produkti. Poleg tega obstaja tudi vprašanje dostopnosti do vsebin, ki je neporocionalno boljša v Severni Ameriki in Evropi, kjer je bilo leta 2007 več kot 40 uporabnikov interneta na 100 prebivalcev, kot npr. v Afriki, kjer je bilo takih uporabnikov zgolj 5% (Martell 2010, 79–80). Novi načini komunikacije in vse večja mobilnost človeške stike tlačijo v nadzorovane trgovske prostore, ki spreminjajo družbeno vez v različne proizvode, uporabnike pa v potrošnike. Vse, česar ni mogoče komercializirati, je obsojeno na izginotje in propad. Medčloveške odnose nadomešča trgovsko blago (Bourriaud 2007, 12). Na

področju umetnosti vzpostavljanje novih tipov kulturnih transakcij vodi v družbo statistov s središčno iluzijo interaktivne demokracije (Bourriaud 2007, 25)

Kulturni imperializem se izkazuje v povsem vsakdanjih opravilih in rutinah, kot so recimo prehranjevanje v restavracijah s hitro prehrano, kupovanje korporativnih dobrin, kot je npr. iPhone ali spremljanje nanizank, ki jih proizvajajo privatne medijske hiše (Tomlinson 1991, 87). Cees Hamelink (prav tam, 110) je v svoji knjigi zapisal kritiko takšnega sistema, saj »destruktivni proces, ki se vleče že od sredine dvajsetega stoletja, ogroža diverzitetu kulturnih sistemov. Sinhronizacija z zahodnim kulturnim modelom je postala globalna in vseobsegajoča«. Velike korporacije, kot npr. *News Corporation*, *Disney*, *Viacom*, *Sony* in *Time Warner*, težijo k pridobivanju največjih možnih dobičkov, kar jim omogočata prav napredek tehnologije in deregulacija. To lahko dobro vidimo tudi na primeru Murdochovega medijskega imperija *News Corporation*, katerega del so tudi televizijski kanali *Fox* ter filmska produkcijska hiša *20th Century Fox*. Ni odveč omeniti, da se v izbranih medijskih produktih zrcalijo tudi predsednikova konservativna stališča (Martell 2010, 83).

Osrednji stebri dobe prevlade globalnega korporacijskega kapitalizma so postali komodifikacija, individualizacija, potrošništvo in splošna fragmentacija za zadostitev vseh različnih okusov (Kellner 2003a, 256). Proces oblagovljenja je bolj kompleksen na področju reprodukcije kot na področju produkcije ali menjave. Objekti kulturne industrije v dobi globalnega korporativnega kapitalizma namreč niso več ločeni od njihove distribucije in mehanične reprodukcije, ampak so s temi procesi prepleteni. Reprodukcijska tako ni več mehanična in standardizirana, temveč se dinamično prilagaja in nadgrajuje (Lash in Lury 2008, 111). Kultura potrošništva je postala glavni socializacijski agent, ki obljublja svobodo, avtonomijo in takojšnjo zadovoljitev, na drugi strani pa kolonizira skupno in samo strukturo sebstva. Ustvarja navidezno resničnost, v kateri se lahko izpolnitev doseže zgolj in samo s potrošnjo. Cena neomejenega posedovanja je za Haltona (1997, 272) izguba posedovanja nad samim sabo. Namesto po poti Zgodovine postmoderni človek hodi po poti podob in fantazij (prav tam, 273).

Ritzer (Martell 2010, 90–95) tovrstne spremembe poveže z idejo McDonaldizacije, v kateri globalni trg obvladuje le peščica korporativnih konglomeratov, ki lastne potrošniške produkte replicirajo po celem svetu. Zanimivo je, da svoje produkte tudi lokalizirajo, kar posledično pomeni, da se globalne in lokalne značilnosti združijo pod okriljem maksimizacije dobička, lokalnost pa predstavlja zgolj tržno nišo. Tako je industrija hitre prehrane izredno

prilagodljiva in ponudbo prilagaja lokalnemu tržišču, čeprav še vedno omogoča povsem zahodno izkušnjo, ne glede na to, da v azijskih državah nudi rezance in v Turčiji tradicionalen zamrznjen jogurt (Kellner 2003b, 39–45). Tudi kulturne industrije so postale tovrstni hibridi, znotraj katerih nastajajo nove standardizirane forme z različnimi kulturnimi elementi. Produkti ameriške glasbene industrije tako vsebujejo elemente glasbe iz Latinske Amerike, v filmih, kot je recimo *Ubila bom Billa (Kill Bill)* Quentina Tarantina, pa se prikazuje tudi fuzija ameriške popularne kulture z azijsko (Martell 2010, 97).

Z globalizacijo se je kultura popolnoma industrializirala, saj se je iz reprezentacij preusmerila na objekte. Postala je sistem, ki je neposredno povezan z izkustvom uporabnikov, oz. potrošnikov ob njem. Zunanost kulturnih proizvodov je postala prav tako pomembna kot ideje, ki jih vsebujejo, kar je popolnoma skladno z ekonomskim sistemom, v katerem uspeva (Lash in Lury 2008, 181–202). Vsaka kulturna dejavnost, ki je podrejena ekonomiji, le reproducira sistem (Groys 2002, 16). Popularnim trendom sledijo tudi korporacije, kot npr. Coca-Cola, ki je od leta 1996 sponzor večjih nogometnih tekmovanj in olimpijskih iger. Za razliko od Pepsija, ki svoje produkte trži z veliki zvezdami, je Coca-Cola ubrala drug pristop. V njenem videospotu za svetovno prvenstvo 2010 za pesem z naslovom *Wave Your Flag* tako nastopajo množice brezimnih navijačev, kar pomeni, da cilja neposredno na potrošnike (Lash in Lury 2008, 43). Multinacionalke, ki podprejo globalne dogodke, se tako vanje integrirajo in postanejo neodtujljivi del v njihovi medijski podobi (prav tam, 56).

Poleg tega se je kultura razširila po vsem družbenem polju do te mere, da je v našem družbenem življenju vse postalo kulturno v neteoretiziranem smislu. Po ekspanziji nacionalnih trgov in starejšega kapitalističnega sistema kulturna ideologija postmodernega multinacionalnega prostora predstavlja tretjo veliko ekspanzijo kapitalizma po zemeljski obli (Jameson 2001, 59–61), zaradi česar bomo nekaj besed namenili tudi temu fenomenu.

Po Jamesonu (Kellner 2003a, 236) postmodernizem predstavlja vzpon brezizrazne in umetne uravntimerke, znotraj katere se postmoderne podobe reproducirajo brez substance, globljega pomena in povezave s preteklostjo. Funkcionalnost modernih identitet so v postmodernizmu nadomestili zabava, izgled in potrošnja (prav tam, 242). Podobe kulturnih industrij so prestopile nekoč začrtano mejo med realnostjo in fikcijo ter tako postale težnje in upi fizične realnosti. Njegovo povezavo s prevlado multinacionalnega kapitalizma zaznamujejo nove oblike potrošnje, vnaprej načrtovana kratka operativna doba izdelkov, hiter ritem modnih stilov in vseprisotnost oglaševanja in medijev (Jameson 2012, 28–29).

Glavne razlike med modernizmom in postmodernizmom, ki so zaznamovale preskok v dobo globalnega kapitalizma, v tabeli dobro razdela Hassan (Harvey 1993, 43). Nekatere značilnosti modernizma oz. starega sveta so pri njem tako: forma, ki je končna, namen, načrt, hierarhija, umetniški objekt, kreacija, prisotnost, selekcija, simptom, izvor in transcendenca. V nasprotju s temi so za postmodernizem značilni anti-forma, igra, naključje, anarhija, performans ali *happening* dekonstrukcija, odsotnost, kombinacija, želja, sled in imanenca. V njem se je izgubila vsaka sled za kontinuiteto vrednot in prepričanj, prav tako pa se zavračajo tudi obstoječi standardi estetske presoje, zaradi česar se lahko v njem spektakel presoja zgolj po stopnji svoje spektakularnosti (Harvey 1993, 57). V družbi množičnega in konstantnega spektakla se je torej pomen iz korenin premaknil na površino (prav tam, 61).

Postmodernizem opisuje družbo, v kateri so masovni mediji in popularna kultura postale ene izmed najpomembnejših institucij, ki osmišljajo našo realnost. Ob svojem začetku so mediji postavljali ogledalo družbi, sedaj pa je realnost postala zgolj odsev na tem ogledalu (Strinati 2004, 206). Novi postindustrijski srednji razred je ustvaril simbole, ki so realizirali vrednost industrijskega blaga in vrednost drugih simbolov. Sam razred je ustvarjen na račun kapitala in predstavlja tudi pogoj njegove akumulacije. Njegovo delovanje zaznamujejo premiki v delovni etiki, kot tudi premik od produkcijskega kapitalizma k potrošniškemu kapitalizmu, kjer se element distribucije uveljavlja pred elementom produkcije. Kot posledica prej omenjene akumulacije kapitala je v velikih mestih Zahoda v osemdesetih letih terciarni sektor, ki deluje v poslovnih stavbah, iz mest popolnoma izrinil industrijo, v njih pa se je začel širiti sloj mladih hedonističnih urbanih profesionalcev (Lash 1993, 250). Carl Freedman je glede sprememb v kulturni industriji globalne dobe podal zanimivo misel, da »se je njegova generacija v odnosu do starejše motila, saj se je iz pankerske mladosti v zrelih letih razvilo oportunistično podjetništvo« (Lash in Lury 2008, 79). Kot opombo lahko na tem mestu izpostavimo deli Bretta Eastona Ellisa, kot sta *Ameriški psiho* (*American Psycho*) in *Manj kot nič* (*Less than Zero*), ki odlično prikažeta upanja, delovanje in tragedije tega novega urbanega sloja, čigar kulturne prakse in vrednote ter njihove lokalne ideologije so artikulirale dominantno ideološko paradigmo sodobne stopnje kapitalizma (Jameson 2012, 60).

Postmodernizem najdemo v vseh zvrsteh umetnosti. V poeziji se je v šestdesetih letih pojavil kot reakcija na kompleksno modernistično poezijo, v arhitekturi se ga zazna kot reakcijo proti modernistični arhitekturi, v likovni umetnosti kot popart in poznejši fotorealizem, v glasbi kot sintezo klasičnih in popularnih zvrsti, v filmu pa v obliki naprednega filma in komercialnih ter

žanrskih filmov. Kot vidimo, se je vzpostavil predvsem iz nasprotovanja modernizmu, ki si je podredil univerze, galerije in ostale ustanove, ki skrbijo za financiranje umetnosti. Modernistični subverzivni in bojeviti stili, ki jih v arhitekturi zaznamuje Bauhaus, ki smo ga spoznali v drugem poglavju, v beletristiki pa kompleksna literatura Jamesa Joycea, za generacijo, ki je svojo življenjsko pot začela v šestdesetih, niso predstavljali šoka, temveč so jih dojemali kot del uveljavljene oblasti in kot nefleksibilne dogme, ki jim je mesto samo še v zgodovinskih učbenikih. Poleg tega se je drastično stanjšala meja med t.i. visoko in popularno kulturo, obsežni filozofski in antropološki sistemi pa so v akademskih krogih svoje mesto odstopili nedoločljivim teorijam (Jameson 2012, 7–8).

Postmoderna kultura se paradokсно sama razglša za avantgardo, hkrati pa oznanja, da avantgarde ni več (Lash 1993, 251–252). Tovrstna avantgarda je obmirovala v času in namesto da bi napovedovala in teleološko ustvarjala bodoči svet, zgolj sooblikuje sedanost (Bourriaud 2007, 16). Družbene utopije in revolucionarno upanje so v globaliziranem svetu prostor odstopile vsakdanjim mikroutopijam in mimetičnim strategijam (prav tam, 29). Konec unikatnega zasebnega sveta modernističnih ustvarjalcev in upor proti modernizmu lahko posledično pomenita, da ustvarjalci ne bodo več mogli izumljati novih stilov in svetov na način, kot so jih prej (Jameson 2012, 13). Namesto novih monumentalnih del, se pretežno ustvarjajo zgolj njihove fragmentirane uprizoritve in interpretacije (prav tam, 94).

Spremembe in koncept postmodernizma so najbolj vidni na področju arhitekture, saj se modernizmu pripisuje krivda za uničenje mestnega tkiva in prejšnje kulturne soseščine, postmodernizem pa se predstavlja kot nekakšen estetski populizem, saj teži k temu, da se zabriše meja med elitno in množično kulturo in da se pojavijo »teksti nove vrste, polni form, kategorij in vsebin prav tiste kulturne industrije, ki jo tako strastno zavračajo prav vsi ideologi moderne od Leavisa in ameriške nove kritike do Adorna in frankfurtske šole. Postmodernizem dejansko fascinira prav ta »degradirana pokrajina bleščic in kiča, TV nadaljevank in kulture *Reader's Digest*, reklam in motelov, hollywoodske B produkcije in paraliterature« (Jameson 2001, 8–9). Za kulturne industrije globalne dobe je torej značilno oponašanje socialnih, ekonomskih in političnih praks v družbi. Zaradi vsesplošne fragmentacije to posledično vodi v prevlado drugačnosti, ki izvira predvsem iz manjšinskih in revnih getoiziranih predelov velikih mest. Kulturne industrije to dosežejo in integrirajo v sam sistem do te mere, da postane njegov neločljivi del (Harvey 1993, 113–114).

Na tem mestu lahko kot izredno dober primer postmodernistične arhitekture izpostavimo hotel Bonaventure v centru Los Angelesa, ki ga je v sedemdesetih letih dvajsetega stoletja zasnoval arhitekt John Portman. V nasprotju s spomeniki modernistične arhitekture, kot je recimo Corbusierova Hišna enota (*Unité d'habitation*) v Marseillu ali, če smo bolj drzni, olimpijski stadion v Berlinu in Stalinovih Sedem sester v Moskvi, postmodernistična arhitektura v mestno podobo ne želi vstaviti drugačnega, vzvišenega in utopičnega, jezika, temveč sama želi govoriti jezik mesta (Jameson 2012, 18–19). Ločitev od starega mestnega okolja je imela močan simbolni pomen, saj je nakazovala spremembo in odpor do degradiranega mesta, njegovo sprejemanje pa lahko predstavlja zgolj odpoved nadaljnjih učinkov in političnih preobrazb. Poleg tega je hotel obdan s steklom, kar pomeni, da hotela samega na sebi ne moremo videti, saj je to kar vidimo zgolj popačen odsev mesta, ki ga obdaja. V njem torej vidimo samega sebe. Postmodernistični objekt v tem primeru zaznamuje globalno in decentralizirano korporacijsko mrežo, ki opazovalca-potrošnika posrka vase s tem, da mu nudi samega sebe (prav tam, 20–23). Odnosi med avtorjem in opazovalcem v postmodernizmu tako niso več enoznačni, temveč soodvisni (Bourriaud 2007, 27).

V likovni umetnosti smo že spoznali popart, ki ga bomo na tem mestu podrobneje razdelali, saj predstavlja enega izmed stebrov kulturnih industrij v obdobju globalnega kapitalizma. Popart namreč nakazuje na to, da je umetnost in potrošne produkte, kot je recimo znamenita Warholova Campbelllova konzerva juhe, možno reproducirati v neskončnost, vse dokler se tudi umetniško ustvarjanje ne integrira v potrošniško ekonomijo (Strinati 2004, 208). Lahko bi ga označili tudi kot umetnost o znakih in znakovnih sistemih, saj se je znak, kot npr. prej omenjena pločevinka juhe, materializira v novem, umetniškem predmetu. Prav zaradi prepoznavnosti znaka, umetnine ni več mogoče ločiti od originala. Enakost znaka opozarja na dejstvo, da je že original bil plod oblikovalske večšine, oba z umetniškim izdelkom pa sta namenjena za prodajo na trgu (Mattick 2013, 198–200). Umetniško delo v popartu tako postane popolno tržno blago, kar dobro simbolizirata sitotisk Barbare Kruger z naslovom "*Kupujem, torej sem*" in besede umetnika Jeffa Koonsa »zahodni kapitalistični sistem razume predmet kot povračilo za opravljeno delo ali za uspeh. Ko so predmeti enkrat nakopičeni, določajo osebnost jaza, ter uresničujejo in izražajo njegove želje« (Bourriaud 2007, 105–6).

Svoje delovanje je Andy Warhol (Mattick 2013, 193–194) opisal z besedami »če hočete vedeti vse o Andyju Warholu, pogledjte samo na površino mojih slik, mojih filmov in mene samega, in tam sem jaz. Zadaj ni ničesar«. Ta izjava zelo dobro povzame duha, ki je kulturne

industrije začel zajemati v drugi polovici dvajsetega stoletja. Po mnenju kritika Arthurja Danta, naj bi Warhol pokazal, da umetnosti ne smemo opredeljevati estetsko in zgolj z vizualnimi značilnostmi. Če njegova dela primerjamo z recimo deli Van Gogha, lahko opazimo, da je subjektivno odtujenost zamenjala njegova fragmentacija (Jameson 2001, 21).

Osrednja umetnostna forma, ki priča o visoki meri spremenljivosti in odvisnosti od konteksta, je postala instalacija. Njena posebnost je, da jo je mogoče prilagoditi različnim razstavnim prostorom in kulturnim kontekstom, pri čemer je najpomembnejše razlikovanje med odprtimi in zaprtimi prostori (Groys 2002, 7–8). Načelo novosti deluje tudi pri izbiri objektov, ko umetnik zavestno izbira nekaj, kar še nima statusa umetnosti (prav tam, 49). Muzeji moderne umetnosti tako niso več shrambe ali hodniki z vonjem po sivki, temveč so prevzeli funkcije sakralnih objektov, kjer se razstavljene umetnine ponovno rodijo in so posvečene v večno življenje (prav tam, 67). Odnosi med umetniki in njihovo produkcijo se preusmerjajo k območju povratnega odziva, saj je občinstvo vse bolj vključeno. Avra umetnosti tako ni več v skrivnem svetu, ki ga prikazuje umetniško delo, niti v sami formi, temveč v osrčju kolektivne forme, ki jo proizvaja s tem, ko se razstavlja (Bourriaud 2007, 53–60). Določene artefakte sodobne umetnosti bi tako iz muzeja preprosto predstavili v drugo sodobno svetišče, se pravi trgovino, a jih tam ne bi več prepoznali kot umetnost, saj glavna razlika ni več v obliki, temveč v rabi (prav tam, 106).

Pri celostni sliki globalnih kulturnih industrij ponovno ne moremo mimo medijev, ki so namenjeni najširšemu občinstvu, njihova funkcija pa je, da zabavajo in informirajo, ter tako posameznikom strukturno vcepljajo določene vrednote, ideje in prepričanja. To smo že spoznali. Bistveni elementi njihovega sodobnega propagandnega modela so koncentracija lastništva in usmerjenost k pridobivanju dobička, opiranje na informacije, ki jih posredujejo vlade ter poslovni krogi, in discipliniranje, ki se odvija preko kritike in diskreditacije določenih vsebin. Zaradi komercializacije bo trg sledil interesu oglaševalcev in podprl tiste medije, ki mu lahko zagotovijo reklamiranje njegovih izdelkov (Chomsky 1997, 72–91). Do demokracije ima dvojni odnos, saj vzpon globalne informacijske družbe predstavlja ogromen demokratizacijski potencial. Na drugi strani pa mediji težijo k temu, da s trivializacijo in personalizacijo političnih problemov uničujejo javni prostor, ki so ga predhodno sami odprli. Zaradi ogromnih multinacionalnih medijskih korporacij se namreč krepi moč interesov privatnega kapitala, ki z njimi sodeluje (Giddens 2002, 79).

Ključnega pomena za promocijo in propagiranje popularnega okusa in kulture je postala kontrola nad tokom informacij. Vzemimo samo primer knjižnega založništva v ZDA, kjer je bila koncentracija lastništva že v devetdesetih taka, da sta samo dva procenta založniških hiš imela kontrolo nad kar 75% izdanimi knjigami. Produkti sami na sebi nimajo več vrednosti, kot so jo imeli včasih, ključnega pomena pri trženju so postale znamke. Korporativno sponzoriranje umetnosti, univerz in filantropskih dogodkov je postalo ena izmed najprestižnejših dejavnosti, ki ohranjajo njihova imena (Harvey 1993, 160). V zadnjih desetletjih so kulturne industrije multiplicirale medijski spektakel v novih digitaliziranih prostorih do te mere, da je postal eden ključnih vodil ekonomije, politike, družbe in vsakdanjega življenja. S prodorom novih tehnologij je spektakel dosegel nove razsežnosti in se združil v skupku informacij, zabave in potrošništva, ki ga Kellner (2003b, 1–3) označi za infotainment. Konec prejšnjega tisočletja je bila tako industrija zabave v ZDA vredna kar 480 MRD dolarjev, kar pomeni, da so tam potrošniki zanjo zapravili več kot za zdravstvo.

Kulturna industrija se je prepustila principom instrumentalne racionalnosti in postala orodje v rokah Hollywooda in koncentriranega kapitala v založništvu in oglaševanju. Vir izgradnje človekovega potenciala se je spremenil v sistem kontrole, katerega glavna cilja sta kopičenje virov in dobičkov s strani korporativnih oligopolov (Lash in Lury 2008, 2). Tako ni čudno, da so velik uspeh doživeli resničnostni šovi, kot recimo Veliki brat (*Big Brother*), ki mu je uspelo, da je Orwellov koncept distopične družbe totalnega nadzora preobrnil v kratkočasno televizijsko relaksacijo, kjer gledalci prevzamejo vlogo vsemogočnega opazovalca, ki mu v prostorih, kjer prebivajo tekmovalci, nič ne ostane skrito. Njihova moč nad tekmovalci se ne ustavi zgolj pri tem, saj imajo na koncu prav gledalci/potrošniki možnost, da na podlagi dejanj v šovu, določijo zmagovalca (Kellner 2003b, 18). Kulturna industrija torej s tem in podobnimi resničnostnimi oddajami sleherniku omogoča pobeg iz realnega življenja in mu nudi iluzoren občutek moči in kontrole, čeprav so pravi veliki brat postale privatne korporacije, ki s takimi mehanizmi obvladujejo njegovo življenje.

Vsebine ekrana se pred nami pretakajo vsak dan brez prekinitve, saj niti reklame nimajo reflektivne funkcije, kot jo imajo recimo prekinitve v gledaliških ali opernih predstavah. Njihova funkcija je zgolj ustvarjanje priložnosti za hitre opravke. Kritična distanca in razmislek do televizijskih vsebin tako povsem izgubita svoj pomen (Jameson 2001, 160). Z interaktivnimi vsebinami pametnih telefonov in tablic ter konstantnim dostopom do interneta pa se izgubi celo potreba po prekinitvah zaradi hitrih opravkov, saj jih s seboj lahko vzamemo

kamorkoli. Podobno je tudi s fotografskimi in kinematografski postopki, preko katerih se naloge izvršijo hitreje kot preko slikovnih ali literarnih, saj naslovniku omogočajo hitro dešifriranje podob in frekvenc, oz. bolj pomnožita fantazme realizma. Posledično se slikar in pisatelj znajdeta pred dilemo ali sprejeti obstoječa pravila umetnosti in se tako prilagoditi množičnem povpraševanju, ali pa podvomiti vanje in tako tvegati izgubo kredibilnost med občinstvom (Lyotard 2004, 15–16).

Po Lashu in Luryjevi (2008, 3–5) lahko poglavje zaključimo z idejo, da klasične kulturne industrije v globalnem svetu niso izginile, a se globalne kulturne industrije od njih pomembno razlikujejo. Po Adornu in Horkheimerju so kulturni produkti dobrine, ki s kroženjem prispevajo k akumulaciji kapitala, v globalni dobi pa niso več statični identitetni objekti, temveč se znotraj procesa spreminjajo. Kulturne entitete tako prevzamejo lastno dinamiko, s katero si dodajajo vrednost. V globalnih kulturnih industrijah so končni produkti tako plod načrtovanja kot lastnega razvoja, in ob svojem nastanku niso dokončni. V tem se pozna, da se je produkcija iz fordizma preusmerila na postfordizem, ki svojo moč bazira na produkciji razlik. Fokus se je namreč iz posameznih identičnih dobrin preusmeril na znamke, kot so npr. Nike, Apple ali Microsoft. Za razliko od komoditet znamke nimajo neposredne menjalne vrednosti, ampak se njihova vrednost izkazuje na delniških trgih. Znamke ne označujejo fiksnega produkta, ampak predstavljajo celo serijo različnih produktov. Zastavljene so tako, da dosežejo največji obseg in zadovoljijo vse okuse (prav tam, 116). Tudi globalne kulturne industrije pod baldahinom sodobnega kapitalizma pokrivajo vso žanrsko pestrost po principu za vsakogar nekaj, a vse zgolj za nekatere. Tako kot vedno v zgodovini za tiste, ki jih ustvarjajo.

6 ZAKLJUČNI DEL

Pot preučevanja kulturnih industrij nas je uspešno pripeljala do zaključnega poglavja, v katerem bomo smiselno povezali spoznanja, ki smo jih pri tem zaznali, ter potrdili hipotezo, da se kulturne industrije vzpostavijo neodvisno od totalitarne ali demokratične narave političnega sistema, v katerem delujejo, ter da se izjemno dobro prilagodijo širši politični in ekonomski globalni situaciji.

Kulturne industrije so torej komercialne in državne organizacije v umetnosti in medijih, ki so zavezane produkciji, sponzorstvu, razstavljanju in distribuciji kulturnih dobrin in dejavnosti. Kot smo spoznali, jih ni mogoče obravnavati ločeno od kapitalističnega sistema produkcije, saj se preko njih kultura in umetnost ukalupita v sistem potrošnje in tržnega izkoriščanja, se pravi v popolno dominacijo nosilcev produkcijskega kapitala. Predvsem na področju komunikacij in zabavne industrije je vse bolj prisotna izrazita komercializacija, koncentracija lastništva in uporaba svetovnega trga za namen širše distribucije in generacije profita. Res je, da kulturne industrije omogočajo zabavo in sprostitev, a hkrati ustvarjajo tudi odtujenega in komodificiranega potrošnika, ki je prav preko njih konstantno, se pravi ne samo znotraj delovnega razmerja, temveč tudi v svojem prostem času, vpet v kapitalistično razmerje menjave denarja za blago. Izpostavimo lahko celo, da v tem vidiku kulturne industrije predstavljajo triumf kapitalizma na področju, kjer se ne proizvaja blaga ali sredstev.

Nemški nacionalni socializem je uvidel moč kulturnih industrij, zaradi česar se je nacistični režim izrazito posluževal njihovih zmožnosti in kapacitet. Takoj po prihodu na oblast je bilo ustanovljeno Ministrstvo za propagando, ki je skrbelo za »ume in srca državljanov«, ter za njihovo ideološko nespornost. Nacionalni socializem tako ni vladal zgolj s terorjem, temveč je ciljalo na emocije prebivalcev. S podobami gora, narave, mirnega družinskega življenja in izdelanih arijskih teles se je približal okusu in umetniškemu spektru t.i. malega človeka. Za idiličnimi podobami pa so se skrivale deportacije in peganjanja vseh drugačnih, homoseksualcev, komunistov, invalidov in Židov. Poseben kulturno-umetniški stil se je izoblikoval tudi, ker je režim večino levo usmerjenih weimarskih umetnikov, literatov in ustvarjalcev, kot so bili igralka Marlene Dietrich, režiser Fritz Lang in literat Bertolt Brecht, bodisi zaprl ali pa prisilil v emigracijo.

Odnos med nacionalnim socializmom in kulturnimi industrijami je bil izrazito zgodovinsko moderen v tem smislu, da je sam postavljaj in ustvarjal podobe in smernice. Predvsojno in

weimarsko, predvsem ekspresionistično umetnost, je označil za degenerativno in jo kot višek perfidnosti kot tako tudi javno razstavljal. Nacisti so bili poznani tudi po tem, da so javno sežigali dela, ki niso ustrezala njihovi ideološki predstavi o svetu. V odnosu do umetnosti je bil torej izključujoč, namesto da bi jih, kot smo videli na primeru kulturnih industrij v dobi ameriškega demokratičnega ter globalnega korporacijskega kapitalizma, inkorporiral v celotno shemo. To je tudi njegova glavna razlika v primerjavi s kulturnimi industrijami v drugih dobah. Poleg tega je bil osrednji produkt kulturnih industrij nacionalnega socializma tudi Hitler sam, o čemer priča film *Triumf volje*, ki ga je na mitingu NSDAP leta 1934 posnela režiserka Leni Riefenstahl.

Po vojni in zmagi nad nacizmom v svetu ni zavladal pričakovani mir, temveč ga je nadomestilo stanje konstantne napetosti med dvema zavezniškima blokoma, kapitalističnim, ki so ga vodile ZDA, in komunističnim pod patronatom Sovjetske zveze. Kljub temu do vojaškega spopada ni prišlo, saj so se glavne bitke odvijale na ekonomskem, ideološkem, obveščevalnem in kulturnem področju. Ameriška administracija je že pod Trumanom pripravila strategiji zadrževanja Sovjetske zveze in pomoči državam, da ne padejo pod njen vpliv. Strategiji sta vključevali tudi uporabo medijske in kulturne propagande znotraj kulturnih industrij. Tu je šlo tudi za produkcijo in promocijo novodobnih umetniških zvrsti, kot je npr. izredno individualističen abstraktni ekspresionizem, ter simbolno in dejansko nagrajevanje političnih disidentov iz vzhodnega bloka.

V obdobju se je uveljavil izraz ameriške sanje, ki predstavlja enega največjih ameriških mitov, in je povezan z blagostanjem, ki so ga državljani ZDA doživljali v letih po svetovni vojni, ko so se plače zaradi ustrezne ekonomske politike višale hitreje kot cene, produkcija dosegljivih dobrin pa je dosegla do tedaj nepredstavljljive razsežnosti. Obdobje rasti se je simbolno zaključilo z velikim moralnim in dejanskim porazom v vietnamski vojni ter predsedovanjem Richarda Nixona in začetkom vpeljevanja neoliberalnega kapitalističnega modela, ki je popolnoma razvrednotil javne dobrine in storitve. Sočasno s tem se je pokazala integracijska moč kulturnih industrij demokratičnega kapitalizma, ki so uporne simbole kontrakture šestdesetih prevzele za svoje in jih spreobrnilo z namenom promocije individualizma. V tekstu je s tem namenom podrobneje razdelan film *Rambo*.

Podobe iz ameriške industrije zabave so preplavile svet in postavile standarde, h katerim so se začeli obračati nadebudni umetniki po celem svetu, tudi tisti, ki jim je bilo ustvarjanje v domačih okoljih kakorkoli onemogočeno. S konstantno kulturno produkcijo so se posledično

povsem zbrisale meje med resničnostjo in iluzornimi podobami velikih in malih ekranov. Največjo vlogo pri promociji ameriških vrednot in ideologije sta sicer imela filmska in glasbena industrija, a tudi na področju likovnih umetnosti se je pokazal izjemen integracijski potencial kulturne industrije ameriškega demokratičnega kapitalizma. Nezadovoljstvo z uveljavljenimi formami in umetniškimi smermi je namreč vodilo v nove umetniške modele, kot npr. popart, ki niso ostali na margini industrije, temveč so sčasoma postali njen integralni del. Popart omenjamo tudi zato, ker je dokončno prestavil oz. zbrisal meje med umetnostjo in potrošništvom, ko umetniško delo tudi dejansko postane produkt na trgu.

To nas pripelje do analize zadnjega poglavja o kulturnih industrijah globalnega korporacijskega kapitalizma, v katerem je povezava med spodbujanjem potrošništva in iskanjem največjega možnega dobička na strani korporacij ter iskanjem hitrih zadovoljitev in želja, oz. težnje po posedovanju dobrin na strani potrošnikov, privedla do popolne prevlade korporativnih interesov. Zmaga Zahoda v hladni vojni je privedla do sveta, v katerem se je popolnoma uveljavil kapitalizem, zaradi česar ga lahko označimo za globalnega. Prav tako so tudi privatne korporacije pridobile večjo politično in ekonomsko moč, kot so jo imele kadarkoli prej. Nevidna roka trga je namreč nevidna zgolj za tiste, ki z njo ne upravljajo.

Korporacijske kulturne industrije se na globalno raven niso razširile zgolj zaradi ugodnega političnega vzdušja, temveč tudi zaradi tehnološkega in komunikacijskega napredka, ki ga poseblja svetovni splet, sovpadajo pa tudi s t.i. postmodernizmom v družbi. Moderni zgodovinski projekti, ki sta si jih na svetovni razstavi v Parizu leta 1937 z gledno predstavljala sovjetski in nemški paviljon, so se v skladu z njim fragmentirali in partikularizirali. Fordistični sistem proizvodnje se je umaknil storitvenemu sektorju, vsebina podobi. To je najbolj relevantno tudi glede transformacije osrednjega pojma, saj namen umetnosti ni več, da poseže v obstoječe stanje, temveč ga zgolj reflektira in reproducira. Partikularnost je postala njen osrednji gradnik, saj ne samo, da kulturne industrije posežejo v lokalne značilnosti in jih predstavijo na globalni ravni, kar je bilo vidno že prej, recimo v primeru jazza, temveč je prav specifičnost tista, ki jih poganja. Internet omogoča, da potreba po kakršnikoli obliki zabave doseže vse potrošnike, ki so zanjo pripravljeni plačati.

Z vlaganjem v množične medije se ustvarja in spodbuja globalni okus, ki temelji na zabavi, potrošništvu, občutku posebnosti, a hkrati standardizaciji, ter otopelosti v svetu iluzij. Vlogo, ki jo je pri ustvarjanju in spodbujanju kulturnih industrij prej imela država, kot smo videli na primeru nacistične Nemčije in celo hladnovojnih ZDA, je popolnoma prevzel privatni interes

multinacionalnih korporacij in koncernov, ki svojo politično moč vzdržujejo tako, da pri borbi za vodilna mesta v državah financirajo lastne kandidate, ki se nato zavzemajo za deregulacijo in privatizacijo.

Kot vidimo, kulturne industrije odražajo dobo v kateri se nahajajo, najsi gre za iskanje ideoloških sovražnikov in ustvarjeno idilično podobo, ki jo je v nacionalnem socializmu odražal rasno čist svet, v demokratičnem kapitalizmu ameriški sen, v globalnem korporacijskem kapitalizmu pa konstantna potrošnja in poraba. Vedno delujejo v skladu s širšim politično-ekonomskim kapitalističnim sistemom, preko njih pa se izražajo družbena razmerja. Tudi razlik med njimi je več, od stopnje vpletenosti države v njihovo produkcijo, do integracijskega potenciala, ki ga posedujejo, ter v premiku iz totalitete v partikularnost. Za primer, na katerem spoznamo razliko lahko vzamemo celo Adolfa Hitlerja, ki je v nacionalnem socializmu posebej mobilizacijsko kulturno industrijo, povojni svet je vedenje o njemu gojil zato, da se njegove ideje ne bi več vrnilo, čeprav so nacistični znanstveniki sodelovali celo pri NASA projektih, v kulturnih industrijah globalne dobe pa je postal zgolj še podoba na internetu, t.i. meme, ki je popolnoma arbitraren, brez preteklosti in vzet izven konteksta. Pod sedativno krinko zabave se torej nahaja slutnja fašizma, natanko to, pred čemer je svaril Adorno.

7 LITERATURA

- Adorno, Theodor W. in Max Horkheimer. 2002. *Dialektika razsvetljenstva: filozofski fragmenti*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Adorno, Theodor W. 2013. Freudovska teorija in struktura fašistične propagande. *Problemi: revija za kulturo in družbena vprašanja* 51 (1/2): 31–57.
- Agger, Ben. 1992. *The Discourse of Domination: From the Frankfurt School to Postmodernism*. Evanston: Northwestern Univ. Press.
- Axtmann, Roland, ur. 1998. *Globalization and Europe: Theoretical and Empirical Investigations*. London: Pinter.
- Bachlin, Peter. 1951. *Ekonomska historija kinematografije*. Zagreb: Državno izdavaško podjetje Hrvatske.
- Badiou, Alain. 2005. *Dvajseto stoletje*. Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo.
- 2012. *Philosophy for Militants*. London: Verso.
- Barber, Benjamin R. 1992. *Jihad vs. McWorld*. Dostopno prek: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1992/03/jihad-vs-mcworld/303882/> (15. junij 2015).
- Bauman, Zygmunt. 1997. Searching for a Centre that Holds V *Global Modernities*, ur. Mike Featherstone, Scott Lash in Roland Robertson, 140–154. London: SAGE.
- 2006. *Moderna in holokavst*. Ljubljana: Študentska založba.
- Bernays, Edward. 1952. *Public Relations*. Norman: University of Oklahoma Press.
- Bottomore, Tom. 2002. *The Frankfurt School and its Critics*. New York : Routledge.
- Bourdieu, Pierre. 2008. *Political Interventions: Social Science and Political Action*. New York: Verso.
- Bourriaud, Nicolas. 2007. *Relacijska estetika/ Postprodukcija*. Ljubljana: Maska.
- Bronner, Stephen Eric. 1994. *Of Critical Theory and its Theorists*. Cambridge: Blackwell.

- 2011. *Critical theory : a very short introduction*. New York : Oxford Univ. Press.
- Brooker, Peter. 1999. *A Concise Glossary of Cultural Theory*. London: Arnold.
- Brzezinski, Zbigniew. 1995. *Izven nadzora: Globalno vrenje na pragu 21. stoletja*. Ljubljana: Arah.
- 2001. *Velika šahovska tabla*. Podgorica: CID.
- Butler, Christopher. 2010. *Modernism*. New York: Oxford Univ. Press.
- Bytwerk, Randall L. 2004. *Bending Spines: The Propagandas of Nazi Germany and the German Democratic Republic*. East Lansing: Michigan Univ. Press.
- Caldwell, John Thornton. 2008. *Production culture : industrial reflexivity and critical practice in film and television*. Durham: Duke Univ. Press.
- Campbell, Neil in Alasdair Kean. 2012. *American Cultural Studies : an Introduction to American Culture*. New York: Routledge.
- Center for International Development at Harvard University (CID). 2003. *Washington Consensus*. Dostopno prek: <http://www.cid.harvard.edu/cidtrade/issues/washington.html> (17. julij 2015).
- Chomsky, Noam. 1997. *Somrak demokracije*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- 2005. *Profit pred ljudmi*. Ljubljana: Založba Sanje.
- Cook, Deborah. 1996. *The Culture Industry Revisited: Theodor W. Adorno on Mass Culture*. Boston: Rowman & Littlefield Publishers.
- Debeljak, Aleš. 1999. *Na ruševinah modernosti : institucija umetnosti in njene zgodovinske oblike*. Ljubljana: Sophia.
- Deibel, Terry in John Gaddis, ur. 1987. *Containing the Soviet Union: a Critique of US Policy*. Washington : Pergamon-Brassey's International Defense Publishers.
- Denzin, Norman K. in Yvonna S. Lincoln, ur. 2013. *Strategies of Qualitative Inquiry*. Los Angeles: SAGE.
- Edgar, Andrew in Peter Sedgwick, ur. 1999. *Key Concepts in Cultural Theory*. London: Routledge.

- Erjavec, Aleš. 2009. *Estetika in politika modernizma*. Ljubljana: Študentska založba.
- Foster, Ryan. 2008. Corporate Social Responsibility and Labour Market Discipline: Contesting Social Reproduction in Low-Wage America V *Global Economy Contested: Power and Conflict Across the International Division of Labour* ur. Markus Taylor, 117–138. New York: Routledge.
- Foucault, Michel. 2001. *Arheologija vednosti*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Fukuyama, Francis. 1992. *The End of History and the Last Man*. London: Penguin.
- 2006. *After the Neocons: America at the Crossroads*. London: Profile Books.
- Fuller, Peter. 1980. *Beyond the Crisis in Art*. London: Writers and Readers.
- Gay, Peter. 1968. *Weimar Culture: the Outsider as Insider*. New York: Harper & Row.
- Geary, Dick. 1995. *Hitler in nacizem*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Giddens, Anthony. 2002. *Runaway World: How Globalisation is Reshaping our Lives*. London: Profile Books.
- Gleber, Anke. 1999. *The Art of Taking a Walk: Flanerie, Literature and Film in Weimar Culture*. Princeton: Princeton Press.
- Griffin, Roger, ur. 1995. *Fascism*. Oxford: Oxford Univ. Press.
- Groys, Boris. 2002. *Teorija sodobne umetnosti: izbrani eseji*. Ljubljana: Študentska založba.
- Habermas, Jurgen. 1989. *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: ŠKUC.
- Halton, Eugene. 1997. The Modern Error: Or, the Unbearable Enlightenment of Being V *Global Modernities*, ur. Mike Featherstone, Scott Lash in Roland Robertson, 140–154. London: SAGE.
- Harvey, David. 1993. *The Condition of Postmodernity*. Cambridge: Blackwell.
- 2012. *Kratka zgodovina neoliberalizma*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Hedžet Toth, Cvetka. 2008. *Hermenevtika metafizike*. Ljubljana: Društvo 2000.

- Hobsbawm, Eric. 2000. *Čas skrajnosti: svetovna zgodovina 1914–1991*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Jameson, Fredric. 2001. *Postmodernizem*. Ljubljana: Analecta.
- 2012. *Kulturni obrat : izbrani spisi o postmoderni, 1983-1998*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Jay, Martin. 1982. *Dijalektička imaginacija : povijest Frankfurtske šole i Instituta za socijalno istraživanje 1923-1950*. Sarajevo: Svjetlost.
- 1991. *Adorno*. Ljubljana: KRT.
- , ur. 1994. *The Weimar Republic Sourcebook*. Los Angeles: Univ. of California Press.
- Kellner, Douglas. 2003a. *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London: Routledge.
- 2003b. *Media Spectacle*. London: Routledge.
- Kracauer, Siegfried. 1974. *From Caligari to Hitler : a Psychological History of the German Film*. Oxford: Princeton University.
- 2013. *Uslužbenci*. Ljubljana: Založba *cf.
- Lash, Scott. 1993. *Sociologija postmodernizma*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Lash, Scott in Celia Lury. 2008. *Global Culture Industry: the Mediation of Things*. Cambridge: Polity.
- Lukacs, John. 2004. *A New Republic: A History of the United States in the Twentieth Century*. New Haven: Yale Univ. Press.
- Liotard, Jean-Francois. 2004. *Postmoderna za začetnike*. Ljubljana: Analecta.
- Marsh, David in Gerry Stoker. 2010. *Theory and Methods in Political Science*. London: Palgrave.
- Martell, Luke. 2010. *The Sociology of Globalization*. Cambridge: Polity Press.
- Mattick, Paul. 2013. *Umetnost in njen čas: Teorije in prakse moderne estetike*. Ljubljana: Sophia.

- Mazower, Mark. 2009. *No enchanted palace : the end of empire and the ideological origins of the United Nations*. Princeton: Princeton Univ. Press.
- Medhurst, Martin J. in H.W. Brands, ur. 2000. *Critical Reflections on the Cold War : Linking Rhetoric and History*. College Station: Texas A&M Univ. Press.
- Milić, Vojin. 1978. *Sociološki metod*. Beograd: Nolit.
- Pikalo, Jernej. 2003. *Neoliberalna globalizacija in država*. Ljubljana: ZPI.
- Prunk, Janko. 2008. *Racionalistična civilizacija*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Rabinbach, Anson in Sander L. Gilman, ur. 2013. *The Third Reich Sourcebook*. Los Angeles. University of California Press.
- Rentschler, Eric. 1996. *The Ministry of Illusion : Nazi Cinema and its Afterlife*. Cambridge: Harvard Univ. Press.
- Robertson, Roland. 1997. Glocalization: Time–Space and Homogeneity–Heterogeneity V *Global Modernities*, ur. Mike Featherstone, Scott Lash in Roland Robertson, 25–44. London: SAGE.
- Sagadin, Janez. 1993. *Poglavja iz metodologije pedagoškega raziskovanja*. Ljubljana: ZRSŠ.
- Speer, Albert. 1989. *Spomini*. Maribor: Obzorja.
- Steinert, Heinz. 2003. *Culture Industry*. Cambridge: Polity.
- Strinati, Dominic. 2004. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge.
- Todd, Emmanuel. 2005. *Po imperiju: zlom ameriškega reda*. Ljubljana: Pasadena.
- Tomlinson, John. 1991. *Cultural Imperialism*. Baltimore: John Hopkins Univ. Press.
- Truman, Harry S. 1947. President Harry S. Truman's Address Before a Joint Session of Congress, March 12, 1947. *The Avalon Project*. Dostopno prek: http://avalon.law.yale.edu/20th_century/trudoc.asp (18. junij 2015).
- Tye, Larry. 1998. *The Father of Spin: Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*. New York: Holt.
- U.S. Department of State. 2012. *Milestones 1945–1957: Kennan and Containment*. Dostopno prek: <https://history.state.gov/milestones/1945-1952/kennan> (18. junij 2015).

Urwand, Ben. 2015. *Hitlerjev pakt s Hollywoodom*. Ljubljana: UMco.

Wallerstein, Immanuel. 2004. *Zaton ameriške moči*. Ljubljana: Založba *cf.

Weitz, Eric. 2007. *Weimar Germany: Promise and Tragedy*. Princeton: Princeton Univ. Press.

Wilde, Oscar. 2003. *Nothing Except my Genius: The Wit and Wisdom of Oscar Wilde*.
London: Penguin.