

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anita Kovačević

Vpliv Freudove psihoanalize na vzpon potrošniške družbe v 20. stoletju

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anita Kovačević

Mentorica:izr. prof. dr. Karmen Šterk

Vpliv Freudove psihoanalize na vzpon potrošniške družbe v 20. stoletju

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

The Ego is not the master in its own house.

Sigmund Freud

Most people do not really want freedom, because freedom involves responsibility, and most people are frightened of responsibility.

Sigmund Freud

Life, as we find it, is too hard for us; it brings us too many pains, disappointments and impossible tasks. In order to bear it we cannot dispense with palliative measures... There are perhaps three such measures: powerful deflections, which cause us to make light of our misery; substitutive satisfactions, which diminish it; and intoxicating substances, which make us insensible to it.

Sigmund Freud

Words have magical power. They can bring either the greatest happiness or deepest despair; they can transfer knowledge from teacher to student; words enable the orator to sway his audience and dictate its decisions. Words are capable of arousing the strongest emotions and prompting all men's actions.

Sigmund Freud

Največja zahvala gre mojemu ljubemu Aleksandru. Hvala ti za najin svet. Tvoje bistvo je moj dom.

Posebna zahvala gre moji mentorici, dr. Karmen Šterk za njene nasvete, koristne usmeritve, uvide in izredno kolegialnost.

Želela pa bi se zahvaliti tudi moji družini in vsem, ki so me na moji poti spremljali in spodbujali. Hvala vam in rada vas imam.

Magistrsko delo posvečam svojemu dedku Omerju.



IZJAVA O AVTORSTVU

magistrskega dela

Podpisani/-a Anita Kovačević, z vpisno številko 21120691, sem avtor/-ica magistrskega dela z naslovom: Vpliv Freudove psihoanalize na vzpon potrošniške družbe v 20. stoletju.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo magistrsko delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela;
- sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem poskrbel/-a, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem pridobil/-a vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisal/-a v predloženem delu;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljane tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorski in sorodnih pravicah (UL RS, št. 16/07-UPB3, 68/08, 85/10 Skl.US: U-I-191/09-7, Up-916/09-16)), prekršek pa podleže tudi ukrepom Fakultete za družbene vede v skladu z njenimi pravili;
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za družbene vede;
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko magistrskega dela ter soglašam z objavo magistrskega dela v zbirki »Dela FDV«.

V Ljubljani, dne

Podpis avtorja/-ice: _____

Vpliv Freudove psihoanalize na vzpon potrošniške družbe v 20. stoletju

Pri raziskovanju rasti in razcveta potrošništva v 20. stoletju se odpre mnogo vprašanj. Eno izmed ključnih je, kaj je pravzaprav tisto, kar človeka vodi k neki odločitvi za nakup. Pričujoče besedilo se osredotoča na raziskovanje Freudove psihoanalize in kako so njegova dognanja pripomogla k porastu potrošništva, tj. da je posameznik svojo identiteto in moč začel izražati skozi potrošništvo. Če izhajamo iz Freudove predpostavke, da posameznike vodijo njihove primitivne iracionalne sile, kar pomeni, da so ljudske mase v svoji osnovi iracionalne, je torej tisto, kar je namen oblikovanja „zgednega“ posameznika, nudenje usmeritve tako na področju državljske identitete, kot tudi na področju potrošniške identitete. Na nivoju posameznika-potrošnika te „usmeritve“ delujejo predvsem pri posameznikih s patologijami oz. tistih, pri katerih je zaradi neprimerne prilagoditve načelu realnosti (tj. realnosti, v kateri živimo) prišlo do poškodbe pri tvorbi „zdravega“ ega. Pripadnost in moč tovrsten posameznik išče zunaj sebe. Tovrstne patologije so pogoste (predvsem mejne osebne motnje, kot je narcisistična osebnost) in za rast potrošništva dobrodošle. Freudova psihoanaliza, poleg poudarjanja pomena nezavednega pri delovanju posameznika, nudi tudi obrazložitev, kaj tovrstne patologije iščejo in k čemu stremijo. Poznavanje tega pa je popolnoma spremenilo način naslavljanja ljudi (na vseh področjih njihovega udejstvovanja). Raziskovanje v tem magistrskem delu je temeljilo na analizi in interpretaciji sekundarnih virov (teoretični del) ter dveh družboslovnih intervjujih (empirični del).

Ključne besede: psihoanaliza, Freud, Self, želja, potrošništvo.

The influence of Freud's Psychoanalytic Theories on the rise of consumerism in the 20th century.

The research of growth of consumerist society of 20th century gives rise to a multitude of questions. One of the key questions however would be: what exactly is it that drives a person to decide on a purchase? This thesis focuses on examining psychoanalytical theories of Freud and how they contributed to the uprise of consumerism. Proceeding from Freud's hypothesis that primitive and irrational forces drive human beings, which means the masses are fundamentally irrational, the purpose of shaping a model individual is providing guidance in terms of civic identity as well as consumer identity. At the level of individual consumers, these guidelines are successful mostly in individuals with pathological traits or those, in which the inadequate adaptation to the reality principle (the reality being the one we find ourselves in) resulted in an unhealthy ego formation. These type of individuals will look for affiliation and power in the outside world. These type of pathological traits are not uncommon (especially borderline personality disorders, such as narcissistic personality) and contribute to the rise of consumerism. In addition to emphasizing the importance of unconscious in everyday actions, Freud's psychoanalytical theories also provide a background on what certain pathological personalities look for and what they are hoping to achieve. Understanding these principles brought on a drastic change in addressing the audience and the masses. The research part of this thesis is a result of analysing and interpreting secondary resources (theoretical work) and two sociological interviews (empirical part).

Key words: psychoanalysis, Freud, Self, Desire, Consumerism.

KAZALO

| | |
|--|----|
| 1 UVOD | 5 |
| 1.1 OPREDELITEV RAZISKOVALNEGA PROBLEMA | 5 |
| 1.2 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE | 7 |
| 1.3 RAZISKOVALNE METODE IN TEHNIKE | 7 |
| 2 POJMOVANJE OSEBNOSTI PO SIGMUNDU FREUDU | 8 |
| 2.1 TOPOLOŠKI MODEL OSEBNOSTI | 8 |
| 2.1.1 NEZAVEDNO | 8 |
| 2.1.2 PREDZAVESTNO | 10 |
| 2.1.3 ZAVESTNO | 11 |
| 2.2 STRUKTURNI MODEL OSEBNOSTI | 12 |
| 2.2.1 ID | 13 |
| 2.2.2 EGO | 15 |
| 2.2.3 SUPEREGO | 16 |
| 3 PRIHOD SIGMUNDA FREUDA V ZDA | 18 |
| 3.1 EDWARD BERNAYS IN NASTANEK ODNOSOV Z JAVNOSTMI | 18 |
| 3.2 OSREDNJI POMEN NEZAVEDNEGA V ČLOVEŠKEM DELOVANJU | 20 |
| 3.3 ŽELJE IN NJIHOVA IZPOLNITEV | 21 |
| 3.4 OBLIKOVANJE POPOLNEGA DRŽAVLJANA IN POPOLNEGA POTROŠNIKA | 25 |
| 3.4.1 „THE SELF“ IN ROJSTVO NARCISISTIČNE KULTURE | 27 |
| 3.5 PSIHOLOGIJA MNOŽIC | 31 |
| 4 ZAKLJUČEK | 34 |
| 5 LITERATURA | 38 |
| PRILOGE | 40 |
| PRILOGA A | 40 |
| PRILOGA B | 44 |

1 UVOD

1.1 OPREDELITEV RAZISKOVALNEGA PROBLEMA

Pri raziskovanju rasti in razcveta potrošništva v 20. stoletju se odpre mnogo vprašanj. Eno izmed ključnih je, kaj je pravzaprav tisto, kar človeka vodi k neki odločitvi za nakup? Ali je to potreba po določenem produktu/storitvi ali pa je zgolj želja?

Je tisto, kar motivira posameznika k potrošniškem ravnanju zavestno, ali nezavedno? Kaj nas poganja v našem delovanju in udejstvovanju (na vseh področjih)? Kdaj naše zavestno popusti in ga preglasijo nezavedni vzgibi? To so vse področja, ki so me kot posameznico (in nenazadnje kot potrošnico) vedno zanimala in v tem magistrskem delu sem se posvetila raziskovanju področij psiholoških (psihoanalitičnih) vplivov na posameznika v njegovem osebostnem razvoju in kako je razumevanje teh vplivov in vsebin pripeljalo do vzpona potrošniške družbe v 20. stoletju. Namreč, razumevanje krhkosti posameznikove osebostne strukture skozi Freudovo psihoanalizo je omogočilo uporabo močnega orodja za prepoznavanje in predvidevanje potreb ter želja posameznikov, kar je vplivalo tudi na način oglaševanja produktov, storitev in različnih ideologij v 20. stoletju. Pri poskusih zadovoljevanja želja, ki so del fantazijskega, sanjskega oz. nezavednega dela posameznikov, pa se porodi novo vprašanje, namreč: „Ali so želje posameznikov kot potrošnikov sploh lahko kdaj docela zadovoljene?“ Če je odgovor da – potem kdaj? Če je odgovor ne – potem zakaj ne?

Freudov prihod v ZDA oz. natančneje – vpliv njegovega dela in psihoanalitičnih odkritij na njegovega nečaka, Edwarda Bernaysa, je postavil okvirje za razvoj novih učinkovitih propagandnih sporočil, ki niso temeljila samo na potrebi, temveč tudi na željah posameznikov.

Pomen magistrskega dela je bil raziskovati, kako so vplivi Freudove psihoanalize popeljali do tega, da je posameznik svojo identiteto in moč začel izražati skozi potrošništvo. Če izhajamo iz Freudove predpostavke, da posameznike vodijo njihove primitivne iracionalne sile, kar pomeni, da so ljudske mase v svoji osnovi iracionalne, je torej tisto, kar je namen oblikovanja „zglednega“ posameznika, nudenje usmeritve tako na področju državljske identitete, kot tudi na področju potrošniške identitete. Na nivoju posameznika-potrošnika te „usmeritve“ delujejo predvsem pri posameznikih s patologijami oz. tistih, pri katerih je zaradi neprimerne prilagoditve načelu realnosti (tj. realnosti, v kateri živimo) prišlo do (razvojne) poškodbe pri

tvorbi „zdravega“ ega. Pripadnost in moč bo torej iskal zunaj sebe. Tovrstne patologije so pogoste (predvsem govorim o mejnih osebnostnih motnjah) in za rast potrošništva dobrodošle. Freudova psihoanaliza, poleg poudarjanja pomena nezavednega pri delovanju posameznika nudi tudi obrazložitev, kaj tovrstne patologije iščejo in k čemu stremijo. Poznavanje tega pa je popolnoma spremenilo način naslavljanja ljudi (na vseh področjih njihovega udejstvovanja).

Magistrsko delo je razdeljeno na teoretični in empirični del.

V teoretičnem delu sem s pomočjo sekundarne literature podrobneje raziskovala 5 tematik:

- teorije osebnosti,
- področje zadovoljevanja posameznikovih želja,
- oblikovanje odnosov z javnostmi v 20. stoletju,
- vlogo nezavednega in selfa pri oblikovanju „potrošnikov po meri“,
- ranljivost množic.

V empiričnem delu sem opravila intervju z dvema certificiranimi psihoanalitičnima psihoterapevtoma, katerih področje ekspertize je ravno psihoanaliza. Oba trenutno opravljata doktorski študij na Univerzi Sigmunda Freuda na Dunaju.

Empirični del mi je pomagal še dodatno razumeti vpliv in razpon delovanja Freudove psihoanalize na posameznika.

1.2 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE

Pri raziskovalnem delu sem si zastavila naslednjo tezo:

„S poznavanjem (nezavednih) želja posameznikov poznamo glavna gonila za nakup in potrošniško naravnost posameznikov.“

Za (še bolj) poglobljeno raziskovanje zgoraj omenjene teze sem si pri raziskovanju pomagala z naslednjim raziskovalnim vprašanjem:

„Ali je izpolnitev (nezavednih) želja posameznika kot potrošnika sploh možna?“

Raziskovanje sem oprla na temeljit pregled sekundarnih virov literature ter opravljanje družboslovnega intervjuja.

1.3 RAZISKOVALNE METODE IN TEHNIKE

V magistrskem delu sem se poslužila naslednjih metod in tehnik raziskovanja:

- analiza in interpretacija sekundarnih virov,
- družboslovni intervju.

Z analizo in interpretacijo sekundarnih virov sem raziskovala razsežnosti vpliva Freudovih zamisli v 20. stoletju in kako so njegove ideje (predvsem poudarjanje pomena nezavednega in kaj ga vodi) vplivale na oblikovanje novih oblik oglaševanja in nagovarjanja ljudi ter oblikovanje „posameznika-potrošnika“.

Družboslovni intervju sem opravila z dvema certificiranima psihoanalitičnima psihoterapevtoma, ki sta specializirana na področju psihoanalize. Namen intervjujev je bil še podrobneje spoznati in se seznaniti s pomenom nezavednega ter Freudovimi dognanji (struktura oz. plasti osebnosti, kakšne so posledice pri „poškodovanem“ in/ali neprilagojenem egu posameznika itd.).

2 POJMOVANJE OSEBNOSTI PO SIGMUNDU FREUDU

2.1 TOPOLOŠKI MODEL OSEBNOSTI

Freud govori o tem (2012, 126), da je „domneva o nezavednem nujna in legitimna“ ter da imamo za obstoj nezavednega več dokazov. Nujna je, kot nadaljuje Freud (2012, 126), ker so podatki zavesti polni vrzeli – tako pri zdravih kot pri bolnih pogosto pride do psihičnih aktov, katerih pojasnitev predpostavlja druge akte, o katerih pa zavest oz. zavestno ne govori. Takšni akti, kot navaja Freud (2012, 126) niso samo spodrseljaji in sanje pri zdravih ljudeh – namreč vse, kar imenujemo psihični simptomi in naša najbolj osebna vsakdanja izkušnja, nas seznanja z domisleki, katerih izvora ne poznamo, in pa z miselnimi rezultati, katerih nastajanje nam je ostalo skrito.

Freud navaja (2012, 304), da obstajajo zelo močni duševni procesi in predstave. Tu pride v poštev kvantitativni, tj. ekonomski moment, ki ima lahko močne posledice za duševno življenje posameznika – tudi posledice, ki spet lahko postanejo zavestne v obliki predstav; vendar pa sami ne postanejo zavestni. Zadošča reči, kot to navaja Freud (2012, 304), da na tej točki vskoči psihoanalitična teorija in ugotovi, da te predstave ne morejo biti zavestne, ker se temu upira neka sila (vendar v psihoanalitični tehniki obstajajo sredstva, s katerimi lahko to nasprotujočo silo onesposobimo in ustrezne predstave spravimo do zavesti). Stanje, v katerem so se nahajale, navaja Freud (2012, 304), preden so bile spravljene do zavesti, imenujemo potlačitev; silo, ki je povzročila ali ohranjala to potlačitev, pa imenujemo odpor.

Kot povzame Musek (1988, 107), so med posameznimi psihičnimi nivoji oziroma topičnimi plastmi meje: določajo jih psihični pritiski in sile ter njim nasprotni proti pritiski ter protisile. Če o teh mejah spregovorimo bolj sistematično, jih razdelimo na „nezavedno“, „predzavestno“ in „zavestno“.

2.1.1 NEZAVEDNO

Freud pravi (2012, 303), da je razločevanje zavestnega in nezavednega v psihičnem temeljna predpostavka psihoanalize in to ji omogoča, da razume pogosta in pomembna patološka dogajanja v duševnem življenju in jim poišče mesto znotraj znanosti. Če parafraziramo (Freud 2012, 303) – psihoanaliza torej ne more umestiti bistva psihičnega v zavest, temveč mora

zavest razumeti kot eno izmed kvalitets psihičnega, ki se pridružuje drugim kvaliteta ali pa izostane.

Čeprav si izraza „nezavedno“ Freud ni sam izmislil, kot navaja Lešnik (2009, 124) in je misel o nezavednih psihičnih procesih tudi že obstajala, je njegova izpeljava povsem nova, zato je upravičeno govoriti o Freudovem ali freudovskem nezavednem. Brez nezavednega „ni mogoče misliti zavesti, ki pa je hkrati edina dostopna za opazovanje, saj je nezavedno nekaj, česar po naravi stvari ni mogoče opazovati neposredno“ (Lešnik 2009, 124–5). Splošneje rečeno, kot navaja Lešnik (2009, 125): „Freudova psihoanaliza pokaže, da se to, kar se kaže kot produkt zavesti, dejansko oblikuje na nekem „drugem prizorišču“, tj. v nezavednem.“

Freud trdi (2012, 144), da so jedro nezavednega t. i. „zastopstva gona“, ki skušajo odvajati svojo investicijo – torej vzgibi želje. Ti gonski vzgibi, nadaljuje Freud (2012, 144), so med seboj usklajeni in obstajajo drug poleg drugega, ravno tako ni medsebojnega vpliva in drug drugemu ne nasprotujejo. Če se pa sočasno aktivirata dva vzgiba želje, navaja Freud (2012, 144) in se nam njuna cilja zdita nezdružljiva, vzgiba drug drugega ne odbijata ali odpravljata, temveč se združita in oblikujeta neki vmesni cilj, neki kompromis.

V sistemu nezavednega, kot poudarja Freud (2012, 144), ni negacije, ni dvoma in ni stopenj gotovosti. Te zadeve, kot nadaljuje Freud (2012, 144), med nezavednim in predzavestnim nivojem osebnosti vnese šele delo cenzure – negacija je višje stopenjski nadomestek za potlačitev. V nezavednem, kot trdi Freud (2012, 144), obstajajo samo vsebine z bolj ali manj močno investicijo. Podobno Freudove ugotovitve interpretira tudi Musek (1988, 107), ki navaja, da med zavestnim in nezavednim delujejo močne protisile, ki se realizirajo po eni strani kot odpor proti ozaveščanju nesprejemljivih nagonskih impulzov, po drugi strani pa kot vzrok potlačevanja in izrinjanja tistih vsebin, ki so „prepoznane“ kot zastopstvo nesprejemljivih vzgibov in zato ogrožajo ravnovesje zavestnega bitja. Te protisile, nadaljuje Musek (1988, 107), ne delujejo samo na meji med zavestnim in nezavednim, temveč tudi na nivoju predzavestnega.

Freud interpretacijo o investicijah, ki se nahajajo v nezavednem, še malce bolj utemelji, in sicer trdi (2012, 145), da je intenzivnost investicij mnogo bolj gibljiva v nezavednem, saj: „S procesom premestitve lahko neka predstava odstopi drugi celotno količino svoje investicije, s procesom zgostitve lahko vzame nase celotno investicijo več drugih“ (Freud 2012, 145). Freud je predlagal (2012, 145), da imamo oba procesa (tj. proces premestitve in proces zgostitve) za znamenje t. i. „primarnega psihičnega procesa“. V sistemu predzavestnega pa,

kot navaja Freud (2012, 145), vlada „sekundarni proces“, kjer se lahko tak primarni proces, ki se odigra na elementih sistema predzavestnega, zdi naenkrat komičen oz. vzbuja smeh.

Freud pravi (2012, 145), da so procesi sistema nezavednega brezčasni in jih tok časa ne spremeni, saj do časa, kot ga razume naša zavest, sploh nimajo nikakršnega odnosa. Freud nadaljuje (2012, 145), da se prav tako malo (oz. nič) procesi nezavednega ozirajo na realnost: „Podrejeni so načelu ugodja; njihova usoda je odvisna samo od tega, kako močni so in ali izpolnjujejo zahteve uravnavanja ugodja-neugodja“ (Freud 2012, 145).

2.1.2 PREDZAVESTNO

Freud povzema (2012, 304–5), da se naš pojem nezavednega dobi iz nauka o potlačitvi – potlačeno je torej za nas zgled nezavednega. Vendar pa, kot nadaljuje Freud v svoji razlagi (2012, 304–5), imamo dve vrsti nezavednega, tj. t. i. „latentno nezavedno“, ki je sposobno ozaveščanja, ter „potlačeno nezavedno“, ki pa ni sposobno ozaveščanja samo po sebi (oz. brez pomoči). To „latentno nezavedno“, ki je pravzaprav nezavedno samo deskriptivno, ne pa v dinamičnem smislu, kot navaja Freud (2012, 304–5), je to, kar imenujemo „predzavestno“. Predzavestno je torej deskriptivno nezavedno, nezavedno pa je dinamično potlačeno nezavedno (Freud 2012, 304–5).

Zgoraj opisano Freudovo definicijo predzavestnega dobro povzame tudi Lešnik (2009, 169–70), ki trdi, da je deskriptivno gledano predzavestno nezavedno, vendar je hkrati latentno zavestno, tj. mogoče ga je obuditi. Lešnik nadaljuje (2009, 170), da je to zlasti značilnost spominov in vednosti, pa tudi vtisov in občutkov, na primer: občutka krivde, ki sicer izvira iz nezavednega (predstave, ki ga generirajo, so nezavedne), vendar ga ustrezen sprožilec (zaznava, gonski vzgib) takoj spet obudi.

Zaradi „mejne“ pozicije predzavestnega (Lešnik 2009, 170) opis njegove funkcije ni vedno konsistenten s sistemsko razdelitvijo psihičnega aparata, vendar je koncept nujen za Freudovo predstavitev psihičnega aparata; nezavedno se ne more prebiti v zavest drugače, kakor da tvori derivate v predzavestnem, ti pa se lahko oblikujejo le, ko prestanejo kritiko cenzure (torej kot popačeni); ko ti derivati prestanejo naslednji cenzuro (selekcijo), postanejo tisto, kar poznamo kot zavestne tvorbe (Lešnik 2009, 170).

Musek povzame (1988, 108), da so po Freudu torej meje med topičnimi nivoji duševnosti psihično realne, prehodi med temi nivoji ter „promet“ in „izmenjava“ med njimi so dinamično določeni s silami prebijajočih se nagonskih impulzov na eni strani ter protisilami (odporom, cenzurami in potlačevanjem) na drugi strani.

2.1.3 ZAVESTNO

Kot navaja Freud (2012, 204), je „biti zavestno“ najprej čisto deskriptiven termin, ki temelji na najbolj neposrednem in zanesljivem zaznavanju. Vendar pa nas izkustvo uči, kot nadaljuje Freud (2012, 304), da noben psihični element (niti npr. predstava), po navadi ni ves čas zavesten. Za omenjene psihične elemente, kot pravi Freud (2012, 304), je značilno celo, da njegovo zavestno stanje hitro mine; še ta hip zavestna predstava v naslednjem trenutku to že ni več, le da lahko v določenih pogojih, ki se jih da zlahka vzpostaviti, zopet postane zavestna. Temu stanju, ki je v enem trenutku zavestno, nato ne več, lahko rečemo, da je bilo latentno, kot pravi Freud (2012, 304) in ob tem mislimo, kako je bila kadarkoli sposobna ozavedanja. Pa tudi če rečemo, da je bila nezavedna, zaključimo svojo misel Freud (2012, 304), smo stanje korektno opisali.

Freudovo definicijo zavesti zelo dobro interpretira Lešnik (2009, 250), ki jo opisuje kot čutni organ za zaznavanje psihičnih kvalitete. Zavest je tako nujno povezana z zaznavo, kot nadaljuje Lešnik (2009, 250), da ju je Freud povezal v sistem zaznava-zavest: Zaznava je pri tem obrnjena tako proti zunanosti kakor proti notranosti in sistem iz obeh smeri sprejema dražljaje (pri čemer deluje kot dražljajski ščit), ki pa ne ostanejo zapisani v njem (spominska sled); spominska obnova je funkcija predzavestnega (Lešnik 2009, 250). Naloga zavesti je, Lešnik nadaljuje (2009, 250), da vzbujenje, ki ga povzroči dražljaj, odvede in veže v skladu z načelom realnosti. Zavest in zavestna dejavnost sta torej pri človeku razvita zato, da bi omogočili zadovoljevanje potreb z upoštevanjem drugih in z upoštevanjem realnosti nasploh – zavest je torej le del duševnega, je „podaljšek“ duševnega aparata, ki posreduje med nagonskimi impulzi in zadovoljitvami na tak način, da najde sprejemljive in človekovi realnosti prilagojene načine zadovoljevanja (Musek 1988, 109).

Za nastanek zavesti je zaslužen govor (Lešnik 2009, 251), ki vzpostavi sistem predzavestnega (stvarna predstava-besedna predstava). Kot navaja Freud (2012, 309): »Kako nekaj postane

zavestno?« bi se torej ustrezneje glasilo: »Kako nekaj postane predzavestno?« In odgovor bi bil: »Prek povezave z ustreznimi besednimi predstavami.« (Freud 2012, 309).

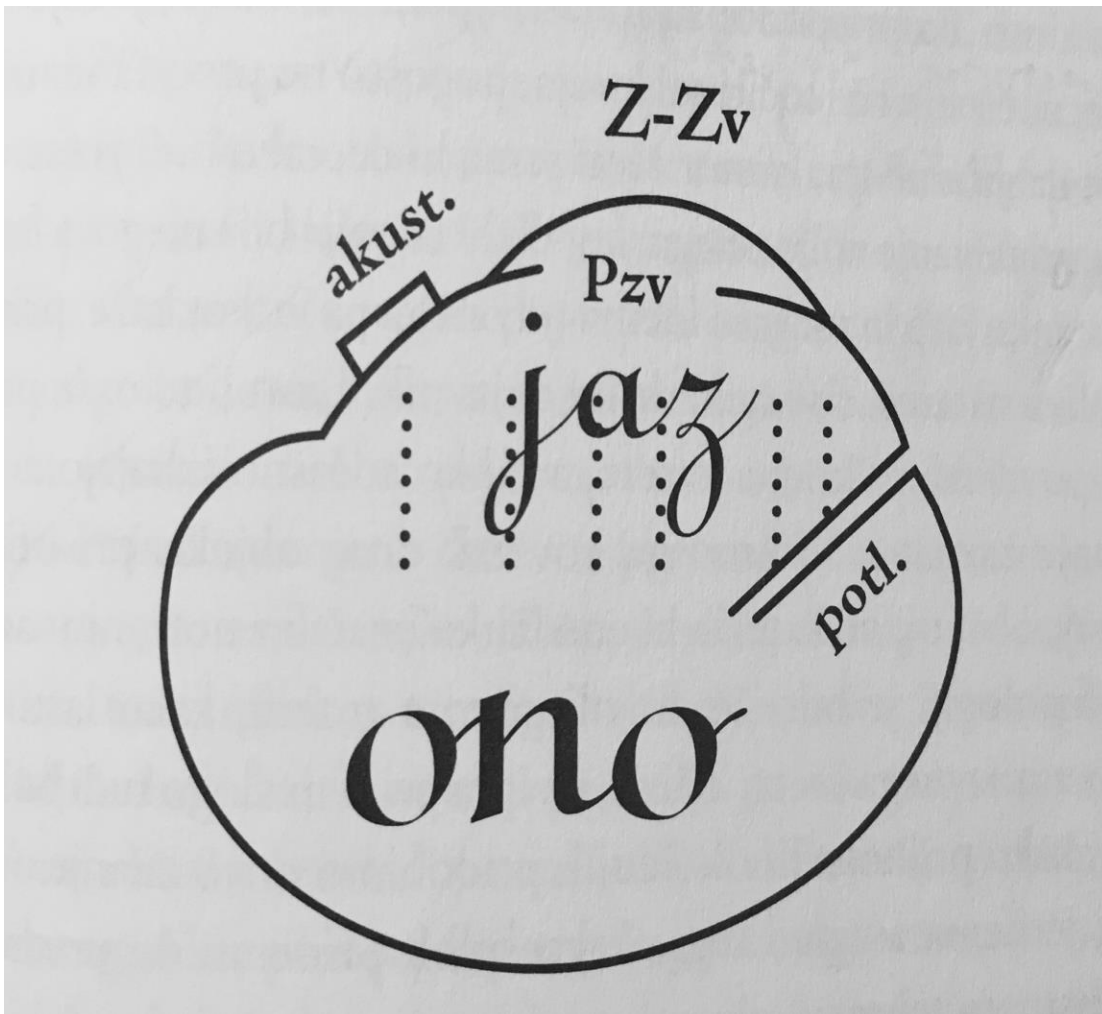
2.2 STRUKTURNI MODEL OSEBNOSTI

V slovenskih prevodih Freudovih knjig se v sklopu strukturnega modela osebnosti pojavljajo izrazi „jaz“, „ono“ in „nadjaz“. Besede so direktni prevodi Freudovih (nemških) izrazov, tj. „das Ich“ (jaz), „das Es“ (ono) in „das Über-ich“ (nadjaz). Ker pa se v praksi veliko bolj uporabljajo izrazi „Id“, „Ego“ in „Superego“, bomo v tem magistrskem delu uporabljali te „bolj univerzalne“ izraze.

Izraz jaz bo tako v tem magistrskem delu zamenjal „Ego“, ono bo ponazarjal „Id“, nadjaz pa „Superego“.

V strukturnem modelu osebnosti se je „ego“ že od začetka jasno razlikoval od nezavednega. Vendar pa Freudove ugotovitve kažejo, da bi morali tudi deli ega veljati za nezavedne. Na to Freud opozarja že v svojem delu „Onstran načela ugodja“ (1922a, 251), in sicer s stavkom, ki prav posebej poudarja, da je tudi v egu lahko marsikaj nezavednega – tj. Freud trdi, da del tega nezavednega dela ega pokrijemo z izrazom „predzavestno“. Ravno zaradi tega, ker je del ega tudi nezaveden, ne moremo enačiti topološkega in strukturnega modela osebnosti. To pomeni, kot navaja tudi Musek (1988, 110–11), da Id ni identičen nezavednemu in Ego ni identičen zavednemu.

Slika 2.1 Plasti osebnosti



Vir: Freud (2012).

2.2.1 ID

Izraz Id (das Es) je bil, kot Freud sam razlaga (2012, 298), povzet neposredno od Georga Groddecka, zdravnika, ki je deloval v Baden-Badnu. Ta se je takrat, kot navaja Freud (2012, 298), ravno začel posvečati psihoanalizi in njegove ideje so Freuda očitno zelo pritegnile. Freud tudi opozarja (2012, 298), da je izraz nedvomno poznal že Nietzsche. V vsakem primeru pa je dal Freud izrazu „Id“ še natančnejši pomen kot Groddeck.

Slovenski interpreti Freudovih idej idejo ida zelo dobro povzamejo. Musek navaja (1988, 112), da je id izvorna in prvotna osebna instanca: je instanca nagonskega in gonskega

delovanja. V njej prevladuje, Musek nadaljuje (1988, 112), delovanje po načelu ugodja: težnja po neposrednem zmanjševanju napetosti, brez ozirov in brez ovinkov. Po Freudovem mnenju (Musek 1988, 112) id uporablja dve osnovni sredstvi za doseganje sproščanja napetosti, in sicer reflekse in primarni proces (podobno kot nezavedno).

V ekonomski perspektivi pa, kot navaja Lešnik (2009, 144), je id vir gonske energije, v dinamični perspektivi so njegovi (tj. gonski) vzgibi v konfliktu z egom in superegom, v razvojni perspektivi pa je podlaga, iz katere se diferencira ego (medtem ko superego pride od zunaj).

Zgoraj opisano Lešnikovo opredelitev ida lažje razumemo, če si podrobneje pogledamo izvorno (izčrpno) Freudovo obrazložitev sestave ida, kjer vladajo goni in uresničitev načela ugodja. Freud trdi (2012, 267), da je gon „vsemu organskemu življenju lasten pritisk, ki teži k ponovni vzpostavitvi nekega prejšnjega stanja, ki ga je živo bitje moralo opustiti zaradi vplivov zunanjih motečih sil, neke vrste organska elastičnost, ali drugače, izraz inertnosti v organskem življenju.“ V psihoanalitični teoriji, kot opisuje Freud (2012, 239), brez pomislov predpostavljamo, da „načelo ugodja avtomatično uravnava potek duševnih procesov“. Verjamemo torej, nadaljuje Freud (2012, 239), da „napetost ugodja vsakega spodbudi potek, ki potem ubere takšno smer, da je njegov končni rezultat enak popustitvi te napetosti, torej izogibanju neugodja ali proizvajanju ugodja“ (Freud 2012, 239). Če pri opazovanju in preučevanju duševnih procesov upoštevamo ta potek, kot navaja Freud (2012, 239), smo v naše delo vpeljali tudi t. i. ekonomski vidik. In Freud je mnenja (2012, 239), da je najpopolnejši prav tak prikaz, ki skuša ob topičnem in dinamičnem vidiku presoditi še tega ekonomskega.

Vemo, da načelo ugodja, kot navaja Freud (2012, 241), sodi med primarne načine delovanja duševnega aparata in je v veliki meri nevarno pri samo uveljavljanju organizma sredi težav zunanjega sveta. Pod vplivom samohranitvenih gonov ega, nadaljuje Freud (2012, 241–2), ga nadomesti načelo realnosti, katero pa sicer ne opušča končnega namena pridobivanja ugodja, vendar pa zahteva in uveljavlja odlog te zadovoljitve ter se odpoveduje različnim oblikam oz. možnostim take zadovoljitve ter na dolgem ovinku do ugodja spodbuja k začasnemu prenašanju neugodja. Freud poudarja (2012, 242), da načelo ugodja potem še dolgo ostaja način delovanja težje vzgojljivih seksualnih gonov in problem nastane, če na podlagi le-teh ali pa v samem egu načelo ugodja prevlada nad načelom realnosti. Tovrstna neprilagoditev ega realnosti lahko vodi v fragmentiran self oz. razvoj narcisistične osebnosti.

Musek Freudove ugotovitve poenostavi (1988, 112–13), in sicer navaja, da id ne pozna realnosti in deluje povsem primitivno ter subjektivno, brez prisotnosti česarkoli objektivnega: „želje in halucinatorično zadovoljevanje želja so edina stvarnost, ki jih id pozna“. Musek izpostavi tudi nekaj upravičenih vprašanj (1988, 113), in sicer se sprašuje, ali so nezavedni samo ti primitivni psihični procesi, ali pa morda obstajajo tudi neki višji procesi, ki so ravno tako nezavedni, vendar pa že bolj spominjajo na mišljenje oz. predelavo informacij. In ravno zaradi teh vprašanj se, kot navaja Musek (1988, 113), po razvojni nuji pri človeku oblikuje nova notranja instanca, ki zna upoštevati realnost in to je „ego“.

2.2.2 EGO

Prilagoditev realnosti je nujna. Musek navaja (1988, 113), da bomo propadli, če se ne prilagodimo zahtevam okolja in drugih ljudi. Halucinantne zadovoljitve, kot navaja Musek (1988, 113) nikakor niso uspešne: tj. če si mali otrok v stanju lakote zaželi materinih prsi kot objekta zadovoljitve, tedaj te nujne potrebe ne more zadovoljiti zgolj po poti primarnega procesa, tako da bo haluciniral zaželeni objekt. Otrok se bo moral, kot nadaljuje Musek (1988, 113), naučiti razlikovati med haluciniranim in realnim objektom, saj ga bo le-ta edino lahko zadovoljil.

Freud navaja (2012, 313), da je ego tisti del ida, ki je spremenjen zaradi direktnega vpliva zunanjega sveta s posredovanjem zavednega: je tako rekoč nadaljevanje površinske diferenciacije. Po Freudovem mnenju (2012, 313) si ego tudi prizadeva uveljaviti vpliv zunanjega sveta pri idu in njegovih težnjah – tj. načelo ugodja, ki neomejeno vlada v idu, skuša nadomestiti z načelom realnosti. Slušna zaznava, kot navaja Freud (2012, 313), igra pri egu tisto vlogo, ki v idu pripada gonu. „Ego zastopa tisto, kar bi lahko imenovali um in preudarnost, v nasprotju z idom, ki vsebuje strasti. Vse to se ujema z vsesplošno znanimi popularnimi razlikovanji, zato pa moramo tudi to šteti za pravilno le v povprečju ali predstavi“ (Freud 2012, 313).

Funkcionalna pomembnost ega, kot navaja Freud (2012, 314), se kaže v tem, da mu v normalnem stanju pripada oblast nad dostopi do motilitete. Freud uporabi prisodobo jezdeca (2012, 314) in obrazloži, da je ego tako v odnosu do ida podoben jezdecu, ki mora obvladovati veliko močnejšega konja, le s to razliko, da jezdec to skuša delati z lastnimi

močni, ego pa z izposojenimi močmi. Ta prispodoba pa nas popelje še nekoliko dlje (Freud 2012, 314): „Tako kot jezdecu, če se noče ločiti od konja, pogosto ne preostane nič drugega, kot da ga vodi tja, kamor žival sama hoče, tako tudi ego navadno pretvarja v delovanje voljo ida, kot da bi ta volja bila njegova lastna.“

Zgoraj omenjeno Freudovo ponazoritev ega povzame tudi Musek (1988, 113), ki trdi, da instanca ega ni izvorna – tj. izdiferencira se ob soočenju s stvarnostjo in zahtevami okolja iz ida in deluje le s pomočjo ida ter njegove nagonске energije, ki si jo izposoja in jo preusmerja na področje realnosti prilagojenega zadovoljevanja. Vendar pa ravno zato, ker omogoča stik z okoljem, Musek nadaljuje (1988, 113), ego zasede prav tiste izvore dejavnosti, ki so pomembne za prilagajanje okolju in poseganje v okolje.

Lešnik se z omenjenim strinja, vendar Muskovo trditev dopolni (2009, 67), da z vpeljavo gonov ega postane ego instanca, ki poenoti samoohranitvene funkcije. Teorija narcizma vpelje povsem nove razsežnosti (2009, 81–2): Ego, ki je s teorijo narcizma močno razširil svoj doseg, je tako dobil trdnejše meje – zdaj namreč obvelja, da se razvije na vznožju ida (na mestu, kjer se pod zunanjimi vplivi razvije sistem zaznava – zavest), njegova funkcija pa je kompromis med vzgibi ida, realnostjo in zahtevami superega.

2.2.3 SUPEREGO

Musek navaja (1988, 114), da je Freud že razmeroma zgodaj opozarjal na to, kako so v razvoju osebnosti poleg nagonskih silnic pomembne tudi zahteve in pritiski okolja (najbolj seveda družbenega okolja). Freud je opozarjal tudi na to, kot povzema Musek (1988, 114), da se v psihičnem aparatu začne že pri otroku oblikovati reprezentacija teh zahtev in norm, oblikuje se predstava o tem, kaj je idealno in o tem, kakšen naj bi bil ideal jaza (Ich Ideal).

Ideal jaza (nem. Ich Ideal) je Freud, kot to razloži Lešnik (2009, 67), vpeljal kot tvorbo, ki zastopa kolektivne identifikacije in iz njih izvirajoče aspiracije ega. Freud je razširil omenjeni koncept in mu dodal značilnosti, ki jih je pozneje pripisal superegu. To se najbolje opazi v Freudovem opisovanju superega: superego, kot navaja Freud (2012, 321), ni samo nek prostor, kjer bivajo prve objektne izbire ida, temveč pomeni tudi energično reakcijsko tvorbo proti njim. Njegov odnos do ega se ne izčrpa v svarilu (Freud 2012, 321): „Tak (kot oče) bi moral biti!“, temveč obsega tudi prepoved: „Tak (kot oče) ne smeš biti – torej ne delaj vsega,

kar on počne; nekatere stvari so prihranjene le zanj“. Ta dvoličnost “Ich Ideal-a“, kot to navaja Freud (2012, 321), je pogojena z dejstvom, da mu je bila naložena potlačitev Ojdipovega kompleksa – še več: da se ima pravzaprav temu prevratu sploh zahvaliti za svoj nastanek. Potlačitev Ojdipovega kompleksa pa, obrazloži Freud (2012, 321), očitno ni bila lahka naloga: namreč, ker so starši, še posebno oče, dojeti kot ovira pri uresničitvi ojdipskih želja, se je infantilni ego za to opravljanje potlačitve okrepil tako, da je isto oviro vzpostavil v sebi. Potrebno moč si je tako rekoč izposodil od očeta, navaja Freud (2012, 321), in to posojilo je izredno usoden akt: Superego ohrani značaj očeta in čim močnejši je bil Ojdipov kompleks, čim bolj pospešeno (pod vplivom avtoritete, verouka, pouka, čtiva) je potekala njegova potlačitev, tem bolj strogo bo kasneje superego kot vest, mogoče kot nezavedni občutek krivde, vladal nad egom (Freud 2012, 321).

Superego, navaja Freud (2012, 323), je torej dedič Ojdipovega kompleksa in s tem izraz najmočnejših vzgibov in najvažnejših libidinalnih usod ida. Z njegovo vzpostavitvijo namreč, nadaljuje Freud (2012, 323), se je ego polastil Ojdipovega kompleksa in se sočasno sam podredil idu. Medtem ko je ego bistven zastopnik zunanega sveta in realnosti, kot trdi Freud (2012, 323), pa mu nasproti stoji superego, kot advokat notranjega sveta in ida. V konfliktih med egom in „idealom“ se bo konec koncev, kot to navaja Freud (2012, 323), zrcalilo nasprotje med realnim in psihičnim, med zunanjim in notranjim svetom.

Ich Ideal oz. superego je narcistična identifikacijska tvorba (Lešnik 2009, 67), ki tako kakor otroški ego najde pri sebi vse popolnosti, ki so mu dragocene. Freud superego in Ich Ideal enači oz., natančneje Ich Ideal je del superega. Kot to navaja Musek (1988, 115), Freud ločuje v superegu dva podsistema: prvi je vest, ki sproža ob nagonskih impulzih in nesprejemljivem vedenju občutja krivde in potrebo po samokritiki in kaznovanju; drugi pa je Ich-Ideal, ki sproža ob „lepem in moralnem vedenju“ občutja odobravanja, ponosa in moralnega zadoščanja.

Zgodovina nastanka superega nam pojasni, kot to navaja Freud (2012, 325), kako se lahko zgodnji konflikti ega z objektnimi investicijami ida nadaljujejo v konfliktih z njihovim dedičem, s superegom. Natančneje povedano (Freud 2012, 325): „Če egu ni uspelo dobro obvladati Ojdipovega kompleksa, bo energijska investicija vanj, ki izvira iz ida, znova prišla do izraza v reakcijski tvorbi Ich Ideal oz. Superega.“

Če natančno analiziramo funkcijo superega (Musek 1988, 115), ugotovimo, da zaviranje nagonov je sicer osnovna, vendar ne edina funkcija le-tega, druga funkcija se namreč kaže v

zamenjavi realnih ciljev z moralističnimi, tretja pa v težnji k popolnosti. Tretja težnja je torej težnja narcisistične osebnosti. „V očeh superega je popolna osebnost tista, ki je povsem očiščena nagonskih tendenc, torej osebnost, ki realitetno ni mogoča“ (Musek 1988, 115). Ta težnja k popolnosti pa je obenem tudi veliko breme narcisistične osebe in ji povzroči velik razkol med dojemanjem in sprejemanjem (načela) realnosti v pravem pomenu besede.

3 PRIHOD SIGMUNDA FREUDA V ZDA

3.1 EDWARD BERNAYS IN NASTANEK ODNOSOV Z JAVNOSTMI

Le kdo bi vedel, kot se sprašuje Lisa Held (2009, 32), da bo Sigmund Freud, kot „oče psihoanalize“ in kritik vsega „ameriškega“ (Held 2009, 32) zelo veliko prispeval k vzponu zahodnjaške potrošniške družbe in kulture?

Ženske, ki samozavestno kadijo cigarete (Held 2009, 32) in s tem reprezentirajo simbol ženske moči in emancipacije ter povsod prisotna reklama zajtrka s slanino in jajci, sta bili dve PR (*public relations* oz. odnosi z javnostmi) kampanji, navdihnjeni s Freudovimi idejami oz. dognanji. Povezava med teorijo in prakso (Held 2009, 32) pa je bil Freudov nečak Edward Bernays.

Kot navaja Held (2009, 32), je bil Bernays sicer rojen v Avstriji (Dunaj) leta 1891, vendar pa je odraščal v New Yorku, ZDA (Združene države Amerike). Povezava s slavnim stricem je preko Bernaysove mame, ki je bila Freudova sestra. Bernays je ohranjal stik s slavnim stricem (tj. Freudom), kot navaja Held (2009, 32), saj so z družino velikokrat preživeli poletja skupaj s Freudom v Alpah.

Bernays je svojo kariero pričel z oblikovanjem javnega mnenja (Held 2009, 32), natančneje z oblikovanjem medijske kampanje za ozaveščanje žilnih obolenj in ozaveščanje pojava seksualne hipokrizije (hinavščine). Vendar pa je, kot navaja Held (2009, 32), uporaba in vpeljava psihoanalitičnih pristopov v odnose z javnostmi in oglaševanje svoje pravo rojstvo doživela šele, ko je Bernays prebral Freudovo delo „*General Introductory Lectures*“ (Predavanja za uvod v psihoanalizo), ki ga je prejel v dar od svojega strica (Freuda) v zahvalo za škatlo havanskih cigar. Kot avtorica Held humorno navede (in se z njo popolnoma strinjam), da se je v tem primeru izkazalo, da je „cigara veliko več kot le cigara“ (Held 2009,

32). Združitev psihoanalize in odnosov z javnostmi (Held 2009, 32), ki jo je spodbudila škatla havanskih cigar, je Freudovega nečaka Edwarda Bernaysa zapisala v zgodovino.

Očaran nad Freudovimi dognanji (Held 2009, 32), da človeško naravo in ravnanje vodijo iracionalne sile, se je Bernays odločil izkoristiti te sile za prodajo produktov in storitev strankam oz. populaciji. V svojem slavnem delu „Propaganda“ (Bernays 2005, 47), Bernays opisuje, da z razumevanjem skupinskega in/ali množičnega uma je možno manipulirati oz. vplivati na človeško obnašanje, ne da bi se ljudje tega zavedali. Da bi preizkusil to svoje dognanje (Held 2009, 32), je Bernays lansiral eno od svojih najbolj znanih PR-kampanj: prepričati ženske, naj kadijo.

Leta 1929, kot navaja Held (2009, 32), je veljalo kajenje žensk v javnosti kot velik tabu in tiste posameznice, ki so si takrat drznile kljub „nespodobnosti tega početja“ vseeno kaditi v javnosti, so veljale za seksualno dostopne in „lahke“ ženske. Ena izmed Bernaysovih strank je bil tudi George Washington Hill, predsednik ameriškega tobačnega podjetja (*American Tobacco Company*), ki si je zadal, kot navaja Held (2009, 32), da bo prekinil ta tabu in razširil trg svoje Lucky Strike znamke. Avtorica nadaljuje (Held 2009, 32), da je Bernays prosil Hilla, če se lahko posvetuje z newyorškim vodilnim psihoanalitikom in Freudovim učencem, dr. A. Brillom: to je postala redna praksa Bernaysa oz. tudi v bodoče se je redno posvetoval s psihoanalitiki, ki so mu s svojimi uvidi in strokovnimi vpogledi pomagali pri oblikovanju njegovih PR-kampanj. Ko je Bernays vprašal Brilla, kaj cigarete simbolizirajo in predstavljajo ženskam, mu je le-ta odgovoril, da so cigarete simbol moške moči (Held 2009, 32).

Enačenje kajenja z zoperstavitvijo moški moči je bil, kot navaja Held (2009, 32), temeljni kamen Lucky Strike kampanje („*Torches of Freedom*“ oz. bakle svobode), ki je bila lansirana na tradicionalni newyorški velikonočni paradi leta 1929: Bernays je predlagal, naj ženske prižgejo ter kadijo cigarete na tej paradi, in sicer na najbolj javnem mestu, tj. newyorška Peta avenija – in s tem dejanjem prispevajo k širjenju pravic žensk. Kampanja in parada „Bakle svobode“ je bila ne samo nacionalni, temveč tudi svetovni fenomen (Held 2009, 32) in vsi nacionalni ter svetovni časopisi so pisali o tem. Bernays se je s tem prepričal, da, kot navaja Held (2009, 32), povezovanje produktov z emocijami lahko vodi v to, da se ljudje vedejo iracionalno in izven ustavljenih okvirjev: v realnosti ženske seveda niso bile nič bolj svobodne samo zato, ker so prižgale cigarete v javnosti, vendar je povezovanje kajenja s pravicami žensk spodbudilo občutek neodvisnosti. Ravno tako je, kot navaja Gunderman (2015), ženskam promoviral cigarete Lucky Strike tako, da je trdil, da je odtonek zelene na

škatlici cigaret med najbolj popularnimi in modnimi barvami. Njegova kampanja in stil oglaševanja sta bili odvisni od tega, koga nagovarja. V vsakem primeru pa je nagovarjal želje in tiste občutke, ki bi posamezni (targetirani) skupini prinesla občutek ugodja ob uporabi tega produkta. Pri otrocih, npr., kot navaja Gunderman (2015), je uporabil igro kot način, kako prepričati otroka, da je kopanje super in zabavno: sponzoriral je tekmovanja v milnih skulpturah, ravno tako pa je znal ljudi prepričati, da so samo plastični kozarčki edini dovolj čisti in neoporečni za uporabo – ponovno je uporabil svoje zavedanje, da je ljudska masa iracionalna in jim v podporo svoje teze ponudil mnenje posebnega „Odbora za raziskovanje in promocijo sanitarnega odlaganja“, ki ga je seveda ustanovil sam.

3.2 OSREDNJI POMEN NEZAVEDNEGA V ČLOVEŠKEM DELOVANJU

Nezavedno je temelj Freudove prve topike (Lešnik 2009, 125), ki razlikuje nezavedno od predzavestnega in zavestnega. Z „dinamičnega vidika“ (Lešnik 2009, 125) pa je nezavedno tisto, kar je bilo potlačeno: ta vidik izključuje predzavestno in vse drugo, kar je lahko, opisno gledano, nezavedno. Jedro nezavednega, kot navaja Lešnik (2009, 125) se vzpostavi s potlačitvijo – vsebina dinamičnega nezavednega so torej potlačene predstave (z izhodiščem v zastopniku gona), ki so strukturirane v predstavne komplekse in želje.

Nezavedno, kot navaja McLeod (2009), vsebuje naše biološke baze instinktov (Eros in Tanatos) za naše primitivne nagone, ki so povezani s seksualnostjo in agresijo. Freud je trdil (McLeod, 2009), da naši primitivni goni in nagoni ne pridejo na površje zavesti, ker so nesprejemljivi našemu racionalnemu in zavestnemu jazu. Posamezniki tekom življenja, nadaljuje McLeod (2009), razvijejo serijo obrambnih mehanizmov (kot npr. potlačitev), da bi se izognili razkritju in ozaveščanju svojih nezavednih motivov in občutkov. Želimo se izogniti razkritju neprijetnih čustev in vsebin in če to povežemo z retoriko oglaševanja, nam le-ta ponuja ocean možnosti in izbire, kako se teh občutkov znebiti.

Zaradi občutka krivde ali ostalih neprijetnih občutenj (Salecl 2010, 27) skušamo najti način, kako storiti „nekaj v zvezi s svojimi čustvi“. Ideja izbire, kot navaja Salecl (2010, 27), je globoko prodrla v naše dojetanje čustev, kakor da bi lahko „izbirali“, ali jih bomo imeli ali ne – znebiti se želimo zlasti bolečih čustev .

Za ideologijo izbire se zdi, da je osvobajajoča, nadaljuje Salecl (2010, 39), saj se opira na pojem številnih možnosti. Vendar pa, kot avtorica nadaljuje (2010, 40), je psihoanaliza dokazala, da ljudje za maksimiranje užitka in minimiziranje bolečine pogosto ne delujejo jasno in premišljeno. Še več – Salecl navaja (2010, 40), da kljub temu, da se ljudje včasih zavejo, da je nekaj škodljivo, lahko vseeno v bolečini najdejo neke vrste zadoščenja. Nekateri posamezniki, kot zaključí avtorica (2010, 40), morda racionalno zatrjujejo, da želijo biti v življenju srečnejši, na nezavedni ravni pa se zdi, da jih dosti bolj privlači ravno nasprotno. Tesnoba, ki jo množična izbira prinaša, lahko posameznika še bolj vodi v ekscesivno potrošniško ravnanje.

3.3 ŽELJE IN NJIHOVA IZPOLNITEV

Teorijo želje je Freud razvil v zvezi s sanjami (Lešnik 2009, 259), ki so mu odprle temeljna vprašanja o delovanju psihičnega aparata. Freud je odkril, kot navaja Lešnik (2009, 259), da psihične procese strukturira nekaj, kar ljudje imenujejo „želja“; to je v temelju diskurzivna tvorba, ki jo artikulirajo in usmerjajo znaki.

Želja je nekaj, kar bo tudi odrasla, zrela oseba vedno posedovala, saj izraža njeno nezavedno, njen intimen fantazijski svet. Iskanje izpolnitve le-te pa je nekaj, k čemer bo posameznik vedno stremel, saj ga vrača v načelo ugodja – v stanje čiste prvinske zadovoljitve potreb oz. dražljajev. Intimen fantazijski svet posameznika lahko vzpodbudijo zunanji čutni dražljaji. Freud v svoji knjigi Interpretacija sanj (2000, 41) povzame, da vsak hrup, ki ga nejasno zaznamo, prebudi ustrezno sanjsko podobo. „Glasno grmenje nas prestavi na sredo bitke, petelinje kikirikanje se lahko spremeni v človeški krik strahu, škripanje vrat priklíče sanje o roparskem napadu“ (Freud 2000, 41). Vsak čutna zaznava torej lahko vpliva na naše nezavedno.

V jedru želje je torej fantazija in zamisli o tem, kako bi se le-ta izpolnila. Freud je pokazal, kot navaja Lešnik (2009, 260), kako je v ta scenarij že vgrajena prepoved; želja ni potlačena zato, ker je prepovedana, temveč zato, ker jo prepoved spodbudi. Lešnik nadaljuje (2009, 260), da želja torej nastane zato, ker ni bilo zadovoljitve, njena diskurzivna narava (natančneje: sam diskurz) pa je posledica tega, da se mora subjekt poslej zadovoljiti z nadomestki.

Freud je nekaj let pozneje po izidu dela Interpretacija sanj (1900) za pglavitni motor psihičnih potreb, kot to navaja Lešnik (2009, 260), postavil t. i. gon. Sicer se je kasneje le še redko vračal k želji, vendar, kot trdi Lešnik (2009, 260), perspektive želje ni opustil, kar močno poveča kompleksnost njegove teorije: želja je vključena implicitno, čeprav jo terminološka ohlapnost pogosto zamegli.

Želja pa je ponovno postala središče pozornosti z Lacanom. Lacan ločuje željo in ugodje. Ugodje, kot navaja Lacan (2010, 33), omejuje doseg človekove razsežnosti, načelo ugodja je načelo homeostaze. Želja, nadaljuje Lacan (2010, 33), pa ima svoj kolobar, svoj utrjen odnos, svojo mejo – in prav v odnosu do te meje se želja vzdržuje in prestopa prag, ki ga nalaga načelo ugodja. Po Lacanovem mnenju (2010, 32) nam izkušnje omogočajo, da aspiracije želje zreduciramo v fantazmo, da si drugod zagotovimo trdno oporišče in da jo umestimo nazaj na kraj tistega, kar je Freud (tudi) v zvezi z religijo imenoval iluzija. Za razliko od Freuda, ki definira željo skozi izpolnitev sanj, pa se želja pri Lacanu definira kot želja Velikega Drugega. Naš odnos do „Drugega“ Lacan zelo dobro obrazloži (2010, 251): „Za subjekt, za katerega se predpostavlja, da ve, bi morali predpostaviti, da izhlapi v trenutku, ko dobi njegov obstoj kar najbolj trdno podlago. Če naj ima potemtakem termin likvidacija kak smisel, lahko gre zgolj za neprenehno likvidacijo prevare, prek katere skuša transfer delovati tako, da bi se nezavedno zaprlo. Mehanizem te prevare sem vam pojasnil, ko sem ga navezal na narcisistično razmerje, s katerim subjekt naredi iz sebe objekt ljubezni. Z referenco na tistega, ki ga mora ljubiti, skuša zaplesti Drugega v neko prikazensko, varljivo razmerje, v okviru katerega naj bi ga prepričal, da je vreden ljubezni.“

Naravno izpolnitev tega razmerja, kot nadaljuje Lacan (2010, 251), nam je Freud označil s funkcijo, ki se ji pravi identifikacija – vendar pa identifikacija, za katero tukaj gre, ni zrcalna, neposredna identifikacija, ampak je njena opora. Le-ta podpira in prenaša perspektivo, kot navaja Lacan (2010, 251), ki si jo je izbral subjekt v polju do Drugega, perspektivo, iz katere lahko zrcalno identifikacijo vzremo iz vidika, ki nas zadovoljuje. Točka ideala jaza (Ich ideal), kot svojo misel zaključuje Lacan (2010, 251), je tista, iz katere se bo subjekt videl „kot da ga gleda nekdo drug“ in to mu bo dajalo oporo v neki dualni situaciji, ki je zanj zadovoljiva s stališča ljubezni.

Lacan, kot to navaja Lešnik (2009, 260), v svoji psihoanalitični teoriji željo razmeji na eni strani na potrebe, ki se nanašajo na konkreten objekt, ter na zahteve, ki so naslovljene na drugega in so v zadnji analizi zahteva po ljubezni.

„Ljubezen je, kolikor je spekularna prikazen, po bistvu prevara. Umešča se v polje, ki ga na referenčni ravni ugodja vzpostavlja tisti edini označevalec, potreben za vpeljavo perspektive, katere izhodiščna točka zrenja je idealna točka, veliki I nekje v Drugem – točka, s katere me Drugi vidi v obliki, v kateri mi ugaja, da me vidi“ (Lacan 2010, 251).

Izpolnitev želje je, kot navaja Lešnik (2009, 79), fantazijska obnova doživetja zadovoljitve: zastopajo jo sanje in simptomi, in sicer večplastno – lahko hkrati izpolnijo več aktualnih želja, lahko zadevajo razmerja med instancami (npr. samokaznovanje, ki je izpolnitev želje nadjaza), vedno pa je v ozadju kakšna „velika otroška želja“.

Izpolnitev želje je funkcija in scenarij fantazije (Lešnik 2009, 79); „kar je med doživetjem zadovoljitve in njegovo halucinatorično (nadomestno) obnovitvijo vrzel, se želja nanaša na manko, ki ga ni mogoče zapolniti – še huje: nevarno je, če realnost izpolni take potlačene želje, če fantazija postane realnost; tedaj se okrepi vsa obrambna dejavnost.“ Freud je navedel za zgled (Lešnik 2009, 79) željo Dostojevskega po očetovi smrti: želja se mu je uresničila (oče je umrl), vendar pa je to potem izzvalo še hujše simptome. Ker se želja oblikuje in usmerja po znakih (Lešnik 2009, 79), doseže izpolnitev že s tem, da se izrazi – to pa je razlog, da si nezavedne predstave prizadevajo priti v zavest.

Torej, v času svojega osebnega razvoja (Milčinski v Freud 1977, 7) človek doživi normalno preklapljenje, ko preide s t. i. načela ugodja na načelo realnosti. Milčinski ta preklap povzame (v Freud, 1977, 7–8):

„Otroku, našemu pradavnemu predniku, v podzavesti pa še vsem nam pomeni sprejemanje realnosti kakršna je, in poravnanje z njo le nekaj, v kar je človek prisiljen. Prvotno vodilo v življenju je slediti zgolj temu, kar ti neposredno obeta več ugodja. Ko se človek začne zavestno trgati iz tega kratkovidnega mehanizma, se naslanja na svoje čute in kognitivne funkcije. Pod vplivom načela ugodja pri srečevanju z neprijetnim mobilizira mehanizem izrivanja. Ko se pa zapiše načelu realnosti, mu ostane le čim točnejša presoja situacije in nepristranska odločitev. Namesto, da bi dogajanja okoli sebe ocenjeval po lestvici „ugodno-neugodno“, jih izmeri po lestvici „pravilno-napačno“. Do konca pa se človek tudi v svojem zavestnem delovanju ne odpove načelu ugodja. Od pravljичnega sveta, ki mu vlada načelo ugodja (po katerem deluje tudi pri zrelem človeku vso področje podzavesti), si je ohranil nekakšen nacionalni park, kjer še vedno vlada sproščena idila tistega prvobitnega odnosa do sveta: fantazijo in sanjarjenje.“

Vendar pa je pravo vprašanje, če se lahko v procesu zadovoljevanja oz. izpolnjevanja naših nezavednih želja zgodi tista prelomnica, da bi dosegli popolno zadovoljitev in ne bi potrebovali ničesar več. Odgovor na to vprašanje odlično povzame Žižek (2003, 5), ko za primer opiše otroka, ki se veseli Kinder jajčka. Žižek navaja, da otrok, ki si kupi to slaščico, običajno nervozno strga stran papirni ovitek in prelomi oz. razpolovi čokolado, ki ga pravzaprav ne zanima (je ne poje), bistvo je namreč igračka v sredini – Žižek nadaljuje, da takšen „ljubitelj čokolade“ sam po sebi ponuja ponazoritev Lacanovega gesla (Lacan 2010, 247) „Ljubim te, ker pa v tebi nepojasljivo ljubim nekaj bolj kot tebe, te pohabim“. In res, nadaljuje Žižek (2003, 5), ta igračka predstavlja droben objekt v svoji najbolj čisti obliki, ki zapolni osrednjo praznino naše želje, skriti zaklad, okoli katerega se vrtila naša želja.

Vendar pa, kot pojasni Žižek (2003, 5–6), ta materialna („realna“) praznina v središču seveda zastopa strukturno („formalno“) zev, zavoljo katere ni noben proizvod nikoli zares „TISTO“ in noben proizvod ne zadosti našemu pričakovanju. Izkaže se, da je drobna plastična igračka na koncu le čokolada – četudi je igračka iz druge snovi kot čokolada, vseeno zapolni praznino same čokolade (Žižek 2003, 6). Blago je namreč že od nekdaj neka „skrivnostna reč“, kot navaja Žižek (2003, 6), je poseben predmet, ki zadovolji neko posebno umišljeno ali pa stvarno potrebo, vendar hkrati obljublja nekaj več – nek neskončen užitek, katerega pravo mesto je pravzaprav fantazma in fantazija: vsa reklama in bistvo oglaševanja naslavlja ravno ta fantazijski prostor. Plastična igračka v sredini Kinder jajčka ponuja torej „nekaj več“. Ta „nekaj več“ je bistvo naslavljanja naših nezavednih vsebin in našega selfa. Žižek poda nekaj primerov (2003, 6): „Kupite to zobno pasto in dobili boste tretjino več zastonj!“ „Poglejte pod zamašek Coca Cole in lahko boste zadeli eno od nagrad – od nove steklenice do novega avta“ (Žižek 2003, 6). Zakaj potrebujemo to tančico skrivnosti, ta x-faktor, ta „nekaj več“? Te zadeve potrebujemo, ker nagovarjajo naše nezavedne vsebine (želje, fantazme, fantazije, sanje ...) in naš self, naš Superego, naš narcisistični del osebnosti, ki želi biti poseben, drugačen. Drugače povedano, kot to povzame Žižek (2003, 6): „Funkcija tega „več“ je seveda, da zapolni praznino nekega „manj“, da nas kompenzira za dejstvo, da blago po definiciji nikoli ne izpolni svoje fantazemske obljube.“ Če bi blago samo po sebi lahko izpolnilo naše sanje in želje, ne bi potrebovalo „nekaj več“ in vseh dopolnitev, ki nas vabijo (Žižek 2003, 6).

In ker narcisistična oseba ni razrešila Ojdipovega kompleksa, kot navaja Žižek (1987, 130) in istočasno njen Superego ne zna istovetiti želje (iz nezavednega) in realnosti, se nekontrolirano prepusti duhu potrošništva – še več: potrebuje ga, ker potrebuje občutek, da zapolnjuje praznino oz. poskuša z „instant injekcijo ugodja“, ki prihaja od zunaj, zadovoljiti svoje želje.

Ker narcis ni v stiku sam s sabo, niti ne ve točno, kaj te želje, ki se nahajajo v njem, so. In v nenehnem iskanju notranje izpolnitve in zadovoljitve (teh želja), ki prihaja od zunaj, kot tak predstavlja popolnega potrošnika.

3.4 OBLIKOVANJE POPOLNEGA DRŽAVLJANA IN POPOLNEGA POTROŠNIKA

Čeprav se je Bernays zavedal moči propagande med prvo svetovno vojno (Gunderman, 2015) in jo uporabil za prodajo produktov v času miru, pa si ni mogel predstavljati, da bodo njegova dognanja o odnosih z javnostmi, ki jih je v svojih delih delil, postala orodje Tretjega rajha oz. orodje nacistične propagande (Gunderman, 2015).

V dvajsetih letih prejšnjega stoletja (1920-a), kot navaja Gunderman (2015), je Joseph Goebbels postal velik občudovalec Bernaysa in njegovih propagandnih misli – ko je postal Goebbels vodja propagande za Tretji rajh, je poskušal uporabiti Bernaysove zamisli v največjem obsegu kolikor lahko, npr. oblikoval je tudi t. i. „Führer kult“ za pripadnike Hitlerjevih misli. Doseg Bernaysovega vpliva oz. vpliva njegovega načina oglaševanja je bil zatorej gromozanski, tj. globalni. Cilj oglaševanja po Bernaysu, kot navaja Gunderman (2015), je v veliki meri vsekakor zaslužek (kako dobro zaslužiti). Vendar pa, kot Gunderman nadaljuje (2015), se z Bernaysom zgodi preobrat v potrošniški kulturi, namreč s tem, ko se je uspelo ljudi prepričati, da si želijo nečesa, kar ne potrebujejo, je Bernays poskušal spreobrniti državljane in sosede v potrošnike, ki zdaj uporabljajo svojo potrošniško moč, da jih poganja po poti iskanja ali doseganja sreče ter zadovoljitve.

Bernays, kot navajata Komel in Šterk (2014, 1138), je skoval termin „odnosi z javnostmi“ kot evfemizem oz. olepšavo za ideološko propagando. Beseda „propaganda“ je zaradi vojne imela negativno konotacijo in veliko lepše se je slišalo „odnosi z javnostmi“ (*public relations*), čeprav je šlo za isto stvar. In kaj je pravzaprav tisto, kar je najbolj zaznamovalo Bernaysovo odkritje v tistem času? Na kratko, kot to navajata Komel in Šterk (2014, 1138), je ugotovil, da ni neke bistvene razlike med evropskimi totalitarnimi družbami ter ameriško demokratično družbo. Edina razlika, kot nadaljujeta Komel in Šterk (2014, 1138), se nahaja v odsotnosti fizičnega nasilja v predpostavljani demokratični družbi, v kateri je treba poskrbeti zgolj za to, da imajo državljani občutek, da se lahko svobodno in demokratično izražajo, ne glede na to, kakšna je situacija. Povedano z drugimi besedami (Komel in Šterk 2014, 1138) – lažna oz.

navidezna svoboda je dovolj, da se družba počuti, da je svobodna. Bernays to dobro povzame v Propagandi (2005, 8):

„Zavestna in inteligentna manipulacija organiziranih navad in mnenj množic je pomemben element v demokratični družbi. Tisti, ki manipulirajo ta nevidni mehanizem družbe, sestavljajo nevidno vlado, ki predstavlja tisto, ki dejansko vlada tej državi. Naša življenja nadzorujejo, vladajo, misli oblikujejo, okuse narekujejo in ideje sugerirajo večinoma ljudje, o katerih nismo niti slišali oz. jih nikjer zasledili. To je logični rezultat načina, kako je naša demokratična družba oblikovana.“

To pa postavi pod vprašaj celotno predstavo tega, ali je sploh možno imeti dejansko svoje lastno mnenje oz. svoj glas, oz. kot to povzameta Komel in Šterk (2014, 1139) – vsakemu, ki se poglobi v psihologijo množic, postane kaj hitro jasno, da sta „glas in mnenje ljudstva“ pravzaprav mnenje njihovega uma in vseh zamisli, ki so jim bile tako ali drugače na nek način posredovane s strani tistih ljudi, ki razumejo, kako se manipulira z javnim mnenjem. To „mnenje“, kot navaja Bernays (2005, 91), je torej sestavljeno iz podedovanih oz. prenesenih predsodkov, simbolov ter klišejev in verbalnih formulacij, ki so posameznikom nanizali vodje. Skoraj sto let kasneje, kot navajata Dean in Croft (2009, 143) po Bernaysovi Propagandi, pa je zgodba še vedno ista oz. drži še bolj kot kadarkoli. V vse hitreje poganjajočem se svetu pretiranega potrošništva, nadaljujeta Dean in Croft (2009, 143), za potrošnika skoraj ni več razlike v procesu odločanja, ali naj voli, daruje kri, daruje v humanitarne ustanove ali pa naj reciklira domače odpadke.

Ekscesivno potrošništvo in nudenje usmeritev (sugestij) z vseh strani, kako naj razmišljamo, izgledamo, se vedemo ..., pa postavi pod resen vprašaj, kako vse to vpliva na posameznikovo identiteto in na njegov „self“ (občutek samozavedanja – način, kako se posameznik predstavi svetu). Freud je v svojih zapisih omenjal self, in sicer kot del ega. Ko je Edward Bernays prebral stričeva dela in se seznanil (med drugim) tudi s selfom, je „to znanje o selfu zapakiral s čedno mašno in ga kot takega prodajal na trgu“ (Adams, 2002). Kar naenkrat, kot nadaljuje Adams (2002), je vsak hotel imeti ta self: vsak si je kar naenkrat želel posedovati unikatni del ega, ki je popolnoma drugačen od vseh ostalih (in s katerim se prezentira svetu). S tem pa so se odprla vrata v ero narcisističnih kultur.

3.4.1 „THE SELF“ IN ROJSTVO NARCISISTIČNE KULTURE

Vsaka doba, kot navaja Lasch (2012, 63), razvije svojstvene oblike patologije, ki v pretirani obliki izražajo njeno temeljno značajsko strukturo. Tako sta histerija in prisilna nevroza, nadaljuje Lasch (2012, 63), v Freudovem času prignali do skrajnosti tiste poteze osebnosti, ki so bile povezane z zgodnjo razvojno fazo kapitalističnega reda – pridobitništvo, fanatično predanost delu in silovito potlačitev seksualnosti. Kar so bile histerija in prisilne nevroze za Freuda in njegove zgodnje kolege z začetka 20. stoletja, kot navaja Lasch (2012, 64), so narcisistične motnje za običajnega analitika zadnjih nekaj desetletij 20. stoletja.

Freud je bil sicer prvi, ki je self omenjal oz. mu dal posebno označbo, vendar pa ga ni posebej in podrobno analiziral. Freud ga v svojih zapisih sicer omenja (kot del ega), vendar natančne analize ni naredil. Podrobno analizo selfa je kasneje opravil Heinz Kohut (v nadaljevanju sledijo interpretacije).

Premik interesa od nevroz na težko patologijo, kot navaja Praper (1999, 243), je hkrati pogojeval tudi oddaljevanje od teorije gonov preko egopsihologije do selfpsihologije, ko so raziskovalci in kliniki sledili razvoju ego patologije in končno self patologije. Če leži jedro borderline sindroma v motenih integracijskih zmožnostih ego funkcij, nadaljuje Praper (1999, 243), so se narcisistične motnje osebnosti neizpodbitno pokazale kot patologija selfa ali, z drugimi besedami, patološkega razvoja formiranja identitete.

Praper nadalje izpostavi (1999, 244), da na tem mestu kaže sprejeti odločitev, ali prevajati in sloveniti izraz „self“ ali ne: zadrega je namreč še hujša kot pri izrazih id, ego, superego, saj se v slovenski literaturi poskusi slovenjenja izgubljajo v semantičnih zmotah. „Prišlo je do popolnega zlivanja ega in selfa v prevodu v „jaz“, čeprav so znani poskusi prevajanja selfa v „sebstvo“, izraz, ki je povsem brez semantične vrednosti“ (Praper 1999, 244). Če bi hoteli ujeti duh self, nadaljuje Praper (1999, 244), kot rezultat prizadevanj za formiranje lastne identitete, bi morali poslušati otroka, ki se odreče oskrbi staršev, in čeprav uporablja le posamezne besede, zahteva: „Sam!“ Toda te besede, navaja Praper (1999, 244), nimamo v samostalniški obliki, čeprav jo kombiniramo v „samostojen“, „samozadosten“, „samozaupanje“, „samozaničevanje“ itd., kar so vse oznake za stanja selfa. Zato Praper nadalje svetuje (1999, 244), da se izognemo vsem zadregam pri prevajanju in ostanemo na

strokovno tehnični terminologiji z dogovorjenim pomenom: id, ego, superego in temu podobno torej tudi „self“.

Ker poznamo intersubjektivno naravo selfa, navaja Praper (1999, 244), se s tem dotikamo tudi interakcije v objektivnih odnosih ali self-socialnih aspektov razvoja v pogojih zrcaljenja z drugimi. Danes, nadaljuje Praper (1999, 244), še nimamo koherentnega koncepta narcisističnih (kakor tudi ne borderline) motenj, toda različni modeli se med seboj prekrivajo.

Otto Kernberg (Praper 1999, 244) narcisistično patologijo selfa vidi povezano z razvojem ego zmožnosti kot motenost, ki jo lahko razumemo tudi kot ego popačenost: ego funkcije omogočajo ne le opažanja okolja, ampak tudi opažanja sebe. Narcisistična patologija nastaja, nadaljuje Praper (1999, 244), kadar ego ni zmožen teh opažanj oblikovati v kohezivno predstavo o sebi, pri tem pa so predstavo o sebi še preplavile fantazije o lastni grandioznosti, ki rastejo iz primitivnih, z agresijo nabitih objektivnih odnosov. Tako se človek skuša obvarovati, navaja Praper (1999, 244) z investicijo primitivnega, nenevtraliziranega libida v socialno lupino selfa, da bi s tem prekril in prikrl z „nenevtralizirano agresijo preplavljen pristni self“ (Praper 1999, 244).

Naslednja teorija prihaja s strani Heinza Kohuta (Praper 1999, 245), ki je nesporno ena največjih avtoritet na področju narcisistične patologije. Kohut, kot navaja Praper (1999, 245), se je oddaljil od toka psihoanalitične misli in se približal self patologiji: po njegovem mnenju je lahko naša izkušnja selfa bodisi kohezivna bodisi fragmentirana. Kadar je fragmentirana, nadaljuje Praper (1999, 245), to pomeni self patologijo, ki se prepleta z nizkim samovrednotenjem in situacijami izgube idealiziranega drugega. Izguba idealiziranega drugega, kot navaja Praper (1999, 245), ki bi omogočal zlivanje ter idealizirano zrcaljenje v zlitem self objektu, človeka prisili, da te fantazije usmeri vase – zgolj v self. S tem pa je, kot trdi Praper (1999, 245), self kohezivnost ob ranljivosti zaradi nizkega samovrednotenja porušena. „Zato človek z narcisističnimi motnjami osebnosti išče drugega, ki bi ga lahko idealiziral, da bi si v zlivanju z njim povrnil kohezivnost selfa“ (Praper 1999, 245).

Naslednji koncept predstavi Winnicott (Praper 1999, 245), ki pripisuje značilnosti formiranja selfa konsistentni ali nekonsistentni materinski negi (*holdingu*). Praper nadaljuje (1999, 245), da je self zato zelo ranljiv: pomanjkanje empatičnega razumevanja, uglašenosti na otrokove potrebe (*holdinga*) ali vsiljivo vdiranje v otrokovo „notranje območje“ razvije t. i. „lažni self“ (*false self*), ki naj bi ščitil pristni self (*true self* ali *real self*) pred vdori in poškodbami. Zato narcisistične osebe, kot navaja Praper (1999, 245), vedno ponujajo lažni self kot brezhibni

zunanji image, da bi se navznoter, kjer jim manjka samozaupanja in samozavesti, zaščitili. To pa žal tudi pomeni, zaključí Praper (1999, 245), da se tako oropajo za pristne intimne kontakte.

Doživljanje sveta kot univerzuma, katerega center je on sam, navaja Praper (1999, 245) in v katerem je povsem nemogoče, da njegove potrebe ne bi bile zadovoljene, je za dojenčka povsem običajno in tudi nujno, da lahko premaguje bojazni – vendar pa počasi prične (postopoma) nabirati izkušnje o omejitvah, ki prinašajo majhna razočaranja, ker se ne odvija vse po njegovih željah. Če te izkušnje postopoma sprejema, nadaljuje Praper (1999, 245–6), stopa po poti zdravega razvoja in kljub temu, da počasi opusti predstave o svoji grandioznosti, ohrani neko mero samospoštovanja: počasi sprejema načelo realnosti, kar mu omogoča zdrav in odrasel narcisizem, ki odraslemu omogoča, da sprejema izzive in ceni lastno kreativnost.

Če pa so razočaranja v otroštvu tako velika, da otrok ne more slediti in postopoma spreminjati svoje lastne percepcije oz. svojo lastno grandioznost (Praper 1999, 245), pa se zavrlo tega, da se zavaruje, ne more odpovedati svoji grandioznosti in potrebi, da se svet vrti okrog njega: namreč, ob najmanjšem znaku, da temu ni tako, se počuti praznega ter neustreznega – svojo ranljivost prične skrivati za plaščem grandioznosti. Taka oseba, nadaljuje Praper (1999, 245), skuša preživeti tako, da nenehno hrani svojo grandioznost z iskanjem ljudi, ki simbolizirajo „veličino“ – moč, seks, denar in lepota služijo za pridobivanje občudovanja drugih in potrjevanja lastne veličine. Za razliko od histeričnega tipa človeka narcisistični ne hrepeni po ljubezni in se ne zaljublja, temveč išče položaj občudovanja na daljavo, zaključí Praper (1999, 245).

Narcisistični tip človeka nosi pravzaprav ogromno breme: nenehno stremi k popolnosti. To pa ga žene k stalnem iskanju novih načinov, kako to podobo ohranjati. Edina možnost, kot navaja Praper (1999, 245), da se tovrstna oseba izogne preplavljanju s frustracijo, je ta, da si še naprej (in vedno znova) prizadeva biti genialen, perfekten, prikupen. Zahteva pa tudi, nadaljuje Praper (1999, 247), da z njim tako ravnamo – namreč, kadar ga obravnavamo kot običajnega človeka, je prizadet in užaljen: nasvete, kako in kaj naj izboljša na sebi, razume kot kritiko. „Razcep narcisistična oseba nosi v selfu“ (Praper 1999, 248).

Narcisistična oseba išče v ljudeh in dogodkih zunanja zrcala sebe (Praper, 1999, 249), dejansko mu primanjkuje notranjih vsebin in tako še naprej ostaja brez pristnega selfa le kot zbirka odsevov zunanosti. V tem je vsa tragika narcisistično motenega (Praper 1999, 249).

S tem pa je izredno dovzeten za vplive iz okolice – namreč brez pristnega selfa pravzaprav hrepeni po selfu, ki bo drugačen od drugih in v svoji unikatnosti izjemen. V kolikor je tovrsten self naprodaj (v smislu poistovetenja z „naprednimi“ idejami in „odličnostjo“ produktov in storitev, ki se oglašujejo), je narcisistična oseba prva, ki jo bodo tovrstni produkti naslavljali in pritegnili. Vedno bo želela pripadati tistemu, kar velja za odlično, novo, nadpovprečno, unikatno in napredno. In to dela narcisistično osebo idealnega potrošnika. Podobno je tudi pri politični participaciji. Kot navaja Adams (2002), se posameznik ne odloča voliti prav določeno politično stranko zaradi občutka dolžnosti ali ker bi verjel, da ima le-ta boljšo politiko, ki bi se odražala kot skupno dobro za vse, temveč zaradi tistega skritega občutka, ki posamezniku omogoča, da s tem promovira in izraža svoj self.

Oris tipičnega novodobnega (narcisističnega) potrošnika zelo dobro povzameta Komel in Šterk (2014, 1136), ko navajata, da v osrčju potrošniške etike, ki je proizvedena skozi diskurz „osebne rasti“, leži podoba posameznika, ki je „sam svoj človek“, „samostojen posameznik, ki si sam ustvarja prihodnost“ (a self made man) in je imun na stare vrednote ter pravila, ki naj bi jih posameznik imel, goji cinično distanco ali celo paranoidnost do tega. Avtorja nadaljujeta (2014, 1136), da je njegova zvestoba zgolj zvestoba samemu sebi, ker je prepričan, da bi kakršnakoli oblika emocionalnega vezanja vodila v izdajo, frustracijo, zapuščenost in bolečino. Edina garancija izgradnje lastne identitete, kot nadaljujeta Komel in Šterk (2014, 1136), postane občutek avtentičnosti, občutek, da posebljamo unikaten in neprecenljiv original /.../ in da nam življenje ponuja celo serijo možnosti, med katerimi (zmotno) mislimo, da smo mi tisti, ki se za njih zavestno odločamo.

Kapitalizem, kot navaja Salecl (2010, 21), je vselej igral na naše občutke neustreznosti, pa tudi na pojmovanje, da se lahko svobodno odločimo za pot, ki jo bomo ubrali v prihodnje in si s tem izboljšamo življenje – vendar kapitalizem seveda ni spodbujal le pojma potrošniške odločitve, temveč tudi ideologijo „self made man-a“, kar je posamezniku omogočilo, da je na svoje življenje začel gledati kot na niz možnosti in mogočih preobrazb (Salecl 2010, 21).

In tako kot je s tistimi majhnimi japonskimi lutkami, navaja Adams (2002), ki se kupujejo v času božiča in potrebujejo konstantno nego in hranjenje, je enako s selfom – ko je Bernays to ugotovil (tj., da self potrebuje nenehno dovajanje novih produktov, ki ga bodo negovali in hranili), je pravzaprav s tem usvojil glavno metodo manipulacije z množico, saj je na nek način imel v šahu njihov self. Vse, kar je posameznik kupil, je odražalo in promoviralo njegov self. In kar je najpomembnejše – nikoli ni bilo dovolj: z ničimer se ni dalo dokončno zapolniti

„praznine“ in dokončno potešiti oz. izpolniti želje, ki izhajajo iz nezavednega. Self bo vedno zahteval „več“ ... „nekaj več“.

3.5 PSIHOLOGIJA MNOŽIC

Šele, ko si pridobimo nekaj vpogleda v psihologijo množic, kot navaja Le Bon (2016, 19), lahko razumemo, kako malo vpliva imajo nanje zakoni in institucije, kako povsem brez moči so, da bi imele kakršnakoli mnenja, razen tistih, ki so jim vsiljena, in da jih ne vodijo pravila, osnovana na teorijah čiste enakopravnosti, temveč da zgolj sledijo tistemu, kar naredi nanje močan vtis in kar jih zapeljuje.

Le Bon trdi (2016, 25), da je v običajni rabi beseda množica označevalec združbe posameznikov katerihkoli narodnosti, poklicev in spola, ki so se skupaj znašli iz nekega določenega razloga. Po drugi strani, nadaljuje Le Bon (2016, 25–6), pa ima izraz množica s psihološkega vidika precej drugačen pomen – ideje in občutja vseh oseb v združbi so naravnana v isto smer, zavestne posebnosti posameznikov izginejo. Ustvari se kolektivni um (Le Bon 2016, 26), ki je prehodni in ustvari se organizirana množica oz. psihološka množica.

Najbolj izrazita značilnost, ki se izrazi v psihološki množici, je, kot navaja Le Bon (2016, 28–9), da ne glede na to, kdo so posamezniki, ki sestavljajo množico, ali kako podobni oz. različni so njihovi življenjski slogi, zanimanja, karakterji ali inteligenca – jih dejstvo, da skupaj tvorijo množico, postavi v položaj, v katerem pridobijo nekakšen kolektivni um zaradi katerega čutijo, razmišljajo in ravnaajo precej drugače, kot bi sicer, če bi bili v stanju izolacije (torej če ne bi bili del množice in del tega kolektivnega uma). V kolektivnem umu pa so, kot nadaljuje Le Bon (2016, 31), intelektualne sposobnosti posameznikov (in s tem tudi njihova individualnost) oslABLJENE – homogenost pogoltna heterogenost in tako so nezavedne lastnosti tiste, ki prevladajo.

Freud Le Bona malce „popravi“ (1922, 4) oz. njegove trditve malce dopolni, in sicer: če so posamezniki v množici združeni v enoto, potem mora zagotovo obstajati nekaj, kar jih združuje in najverjetneje je ravno ta vez tisto, kar zaznamuje oz. karakterizira množico. Vendar pa Le Bon ne odgovori na to vprašanje; namesto tega nadaljuje s preučevanjem „podrugčenja“ posameznika, ko je enkrat del množice. Namreč, kot navaja Freud (1922b, 4)

– lahko je dokazati, koliko je posameznik, ki je del množice, drugačen od posameznika, ki je izoliran, težje pa je odkriti izvore nastanka te razlike.

Pojavu posebnih značilnosti, ki so lastne množicam in ki niso izražene pri izoliranih posameznikih botrujejo različni vzroki:

Prvi razlog, kot navaja Le Bon (2016, 31), je ta, da ima posameznik, ki je del množice, zaradi dejstva, da množico tvori veliko število ljudi, občutek nepremagljivosti, ki mu dopušča, da se preda nagonom, katere bi, če bi bil sam, gotovo imel pod nadzorom. Freud Le Bonu ne oporeka, a ga vseeno dopolni (1922b, 5) in navaja, da so očitne nove oblike obnašanja posameznika v množici pravzaprav manifestacija posameznikovega nezavednega, katerega motivi so večini enaki. Tako potem lažje razumemo „izginotje“ zavednega v tovrstnih situacijah in prevlado iracionalnih, neobvladljivih sil. Množica je torej samo aktivator posameznikovega nezavednega, ne pa nekaj, kar bi osebno spremenilo posameznika.

Drugi razlog, kot trdi Le Bon (2016, 32), je nalezljivost: ta pojav uvrščamo med pojave hipnotičnega reda – v množici je vsakršno občutje in ravnanje nalezljivo, in sicer tako močno, da posamezniki samovoljno žrtvujejo svoje lastne interese kolektivnim. To je sicer lastnost, kot navaja Le Bon (2016, 32), ki je popolnoma nasprotna človeški naravi in se izrazi samo, ko posameznik postane del množice. To nas pa pripelje še k tretjemu razlogu. Tretji in hkrati tudi najpomembnejši razlog, kot navaja Le Bon (2016, 32), določa v posameznikih, ki so del množice, posebne lastnosti, ki so lahko včasih popolnoma nasprotne značaju posameznika, ko je v stanju izolacije. Ta sugestivnost oz. dovzetnost za sugestije, kot nadaljuje Le Bon (2016, 32), je razlog, da nalezljivost tako močno deluje. Le Bonu pri njegovem navajanju Freud ponovno ne oporeka, vendar njegove trditve zgolj dopolni (1922b, 5–6) in navaja, da sta drugi in tretji razlog prepletena in med njima niti ni ravno neke jasne distinkcije: nalezljivost je pravzaprav efekt tretjega vzroka, tj. dovzetnosti za sugestije. Posamezniki so v množici dovzetni za hipnotična stanja, saj v množici posameznik dobi moč – sporočila, ki jih prejema znotraj množice, dobijo na svoji moči zaradi recipročnosti, ki jo je posameznik v množici deležen.

Stanje posameznika, ki je vpet v množico oz. je del le-te, je izrazito podoben tistemu, ki ga doživlja hipnotizirani posameznik v rokah hipnotizerja (LeBon 2016, 32–3). V primeru hipnotiziranega posameznika, kot navaja Le Bon (2016, 33), je možganska aktivnost paralizirana, subjekt pa postane suženj vseh nezavednih aktivnosti svoje hrbtenjače, ki jih naslavlja hipnotizer – zavestna osebnost izgine, volja in razsodnost sta izgubljeni, vsa čustva

in misli stekajo v smer, ki jo določa hipnotizer. Skorajda takšno, nadaljuje Le Bon (2016, 33), je tudi stanje posameznika, ki je del psihološke množice: svojih dejanj se ne zaveda več, pod vplivom sugestije se bo posameznik lotil izpolnjevanja nekaterih dejanj z gorečo zagnanostjo, ki je prav v primeru množic večja kot pri izoliranem posamezniku, saj sugestija, ki je vsem enaka v množici z vzajemnostjo dobi na moči. Le Bon poudari (2016, 33), da je posameznikov, ki bi imeli dovolj močno osebnost, da se uprejo sugestijam, številčno premalo, da bi se uprli toku. Vzrok za to „opojnost“ so naši skriti motivi, naše nezavedno. Freud trdi (1922b, 4–5), da za razlogi naših dejanj nedvomno ležijo skriti vzroki, katerim ne dovolimo, da pridejo na površje ali pa za njih sploh ne vemo. Velik del naših dnevnih opravil in ravnanj je rezultat naših skritih motivov, ki ubežijo našemu polju observacije (Freud 1922b, 5).

Freud poudari (1922b, 4), da zaveden obstoj uma ni toliko pomemben v primerjavi z nezavednim. Naša zavestna dejanja so posledica niza nezavednih dejanj, ki se ustvarijo v umu, tudi preko dednih vplivov.

Pomemben poudarek pri preučevanju psihologije množic je tudi Freudova opazka (1922b, 7), da Le Bon (sicer upravičeno) trdi, da se posamezniki v skupini vedejo primitivno in najbolj kontradiktorne ideje v umu lahko sobivajo ena z drugo ter se tolerirajo brez konfliktov – vendar pa je pomembno izpostaviti tudi, poudarja Freud (1922b, 7), da je tako tudi pri nezavednem duševnem vsakdanu posameznikov, otrok in nevrotikov, kot to kaže in poudarja psihoanaliza. Enake lastnosti in „kontradiktornosti“ se torej lahko pojavijo tudi pri posameznikih, ki niso del množice.

Množica je sicer, kot navaja Freud (1922b, 7), dejansko izpostavljena magični moči besed – razum in argumenti niso sposobni boja z določenimi besedami in formulami. Ko „nekaj“ torej nagovarja naše nezavedno (bodisi preko besed, simbolov, formul ...), razum težko prevlada. Naše nezavedno pa vedno stremi k iluzijam, sanjam in ga „prava resnica“ pravzaprav niti ne zanima. Kot poudarja Freud (1922b, 7), je ta težnja po življenju, ki je polno fantazij in iluzij, posledica neizpolnjene želje – in le-ta je glavni dejavnik v psihologiji nevroze. Moč hipnoze (Freud 1922b, 7) bo v množici ravno toliko močna, kot so močne posameznikove (nezavedne) želje in njegova težnja po katarzi (zaradi uresničitve želje).

4 ZAKLJUČEK

V magistrskem delu sem si zastavila naslednjo tezo: *"S poznavanjem (nezavednih) želja posameznikov poznamo glavna gonila za nakup in potrošniško naravnost posameznikov"*. Tekom pisanja tega magistrskega dela sem prišla do spoznanja, da ta teza sicer drži, vendar ni tako poenostavljeno, potrebna je obrazložitev: torej, definitivno se strinjam, da smo ,če poznamo skrite (nezavedne) želje posameznikov, veliko bližje k razumevanju njihovih vzgibov in motivov za neko odločitev (tudi potrošniško), vendar pa je ,naše razumevanje njihovih skritih želja“ vezano na kontekst, da posameznikom, ki stremijo k instant zadovoljivosti oz. iščejo podoživljanje načela ugodja, ponudimo ravno to: ugodimo njihovim fantazmam, njihovi domišljiji in iluzijam, njihovim predstavam glamuroznega ,idealnega“ sebe in se ,z našo ponudbo“ umaknemo od načela realnosti, ki bi ,realno gledano“ potešil potrebo, vendar pa ne želje. Le-ta (tj. želja) je namreč fantazijska, nezavedna in zato veliko bolj katarzična. Vendar, ali tista prava katarza prav zares pride? Ali je kdaj dovolj? To je vprašanje, ki me je vodilo kot dopolnitev k moji tezi, tj. *„Ali je izpolnitev (nezavednih) želja posameznika kot potrošnika sploh možna?“*. Glede na razcep, ki se pojavi med dejanskim objektom našega poželenja ter našo predstavo, kaj bo ta objekt (do)prinesel k našem duševnem počutju, se v razkolu ega in fragmentiranega selfa kaj hitro ugotovi, da je popolna zadovoljitev pravzaprav nemogoča. Produkti, ki naslavlajo naše želje (in le-te so del naših fantazij in nezavednega), povzročajo pravzaprav le še večjo lakoto poškodovanem egu (tj. patološki osebnosti, npr. narcisu). Patologije, ki se pojavijo v posameznikih z neprilagojenim egom (tj. egom, ki se v ključnih razvojnih fazah ni prilagodil načelu realnosti), povzročijo, da le-ti nimajo realne predstave o svetu in tudi nimajo jasne slike o tem, kdo pravzaprav so. Tovrsten posameznik (npr. narcis) išče izpolnitev in zapolnitev praznine zunaj sebe. To pa je v potrošniškem smislu ,idealni uporabnik“. Ker nek objekt ali produkt ne bo zadovoljil ali potešil dokončno vseh želja (zaradi cenzur mnogo le-teh namreč ostaja skritih), bo tak posameznik vedno želel še več.

Nerazrešen Ojdipov kompleks po Freudovem mnenju povzroči, da se v neprilagojenem egu (ego, ki se ni prilagodil načelu realnosti) razvije njegov podaljšek, tj. Superego. Zaradi vseh odporov in sramu ter krivde, ki jo ego čuti ob željah in vzgibih, ki izhajajo iz Ojdipovega kompleksa, ta t. i. Superego oblikuje (tudi) mehanizme, ki stremijo k popolnosti in oblikujejo izredno narcisistično osebnost. Podobno je s selfom. Freud sicer ni analiziral selfa (to je

natančneje storil H. Kohut), vendar vsekakor opazimo sorodnosti med obema pojavoma: tako self kot tudi superego sta posledica neprilagojenosti oz. razkola ega, ki zaradi pretirane ranljivosti, neprilagojenosti načelu realnosti in/ali občutka krivde, sramu razvije svoj „idealni podaljšek“, ki pa je pravzaprav samo maska, ki skriva ubogi fragmentirani ego. Pri selfu opazimo, da se ga (v potrošniškem smislu) nenehno nagovarja – predvsem s propagiranjem „self-made man-a“ in uporabo besednih izpeljank, ki nagovarjajo njegov self (v našem jeziku lahko to opazimo npr. skozi izpeljanke SAMozavest, SAMozadostnost, SAMostojnost ...). Na nek način se nam torej ponujajo navodila, kakšen naj bo naš self – predvsem, če sami ne vemo oz. nimamo jasne ideje o tem, kdo smo. Idejo in sliko sebe iščemo torej zunaj sebe.

Pravzaprav je, v luči vsega napisanega, ravno TO bilo največje spoznanje Bernaysa: spoznanje, da so lahko posamezne plasti duševnosti posameznika poškodovane in/ali neprilagojene ter posledično iščejo potešitev, usmeritev in tolažbo zunaj sebe (Lacan bi temu rekel, da se želja vedno uresničuje v odnosu do Drugega) – to je tisto, kar je povzročilo preobrat v oglaševanju in načinu oglaševanja. Predpostavke, da so ljudske množice iracionalne in da jih vodijo nezavedne in iracionalne sile, so Bernaysu omogočile, da je lažje razumel, kaj so tiste sile, na katere mora vplivati pri ljudeh – tj. kaj so tisti goni, ki povzročijo, da se ljudje (skoraj slepo) za nekaj odločijo. Iskanje potešitev zunaj sebe povzroča nenehno lakoto. To pa je za oglaševalsko kulturo pomenil ključen preobrat. Posameznikovo nezavedno v množici pride do izraza (v izolaciji je posameznik prepuščen svojim blokadam in cenzuram, kar nezavednemu velikokrat onemogoča, da pride na površje) in primitivne sile, ki vladajo posamezniku, v luči kolektivne identitete oz. kolektivnega uma dobijo moč in večjo varnost, da se izrazijo. Tako se posameznik lahko brez težav poistoveti z nekim gibanjem ali npr. oglaševalsko kampanjo (spomnimo se „Torches of Freedom“, kot smo opisali v tretjem poglavju). Poznavanje „skritih želja“ posameznikov torej pravzaprav pomeni poseganje v njihovo nezavedno in ker je naše nezavedno velikokrat zgrajeno na podobni osnovi, bodo glavne teme in želje, ki bodo vedno nagovarjale posameznika – potrošnika (npr. želja po ljubezni, želja po pripadnosti, želja po sprejetosti, želja po svobodi, želja po negi, želja po posebnosti (biti „nekaj več“), biti drugačen ...) in kot take bodo vedno delovale, saj nagovarjajo posameznikovo nezavedno, njegovo najbolj iskreno bistvo.

Posamezniki, ki imajo zdrav in dovršen self (tj. jasno predstavo o tem, kdo so in kdo niso), se lažje uprejo sugestijam in hipnozi, ki jo prinašajo oglaševalske kampanje in nenazadnje tudi politične kampanje. Vendar je tovrstnih posameznikov (tudi po Freudovem mnenju) malo. Posameznik, ki v svojem selfu čuti manko, njegov self je fragmentiran in čuti nezanosno

potrebo po tem, da je del „nečesa več“ (taka je npr. narcisistična oseba), je idealna tarča tovrstnih sugestij oz. zavajanj, kajti le-te nizajo posamezniku občutek, da če se nečesa udeleži ali pa če nekaj kupi, bo zaradi tega poseben, močen in mu bo to dalo posebno oznako, status ali identiteto. Če parafraziram: Nokia 3010 ravno tako opravi svojo osnovno funkcijo klicanja, sprejemanja klicev in pošiljanja sporočil, vendar pa je iPhone tisti, ki narekuje prav poseben status in svojega uporabnika uvrsti v poseben sloj uporabnikov (morda celo elitnih, zaradi svoje visoke cene) in svoje mase nagovarja z besedami „naprednost“, „inovativnost“, „kvaliteta“, „biti najboljši“ itd. – vse tiste lastnosti, h katerim stremi potrjevanja lačen self.

Na eni strani imamo torej posameznika, ki želi „potolažiti“ svoj fragmentiran self z iskanjem instant injekcije ugodja zunaj sebe, kar ga dela idealnega potrošnika in je „posterchild“ posameznika, ki je pripomogel k vzponu potrošniške družbe od 20. stoletja dalje. Po drugi strani pa ta isti posameznik želi tudi „pripadati nečemu“ in ponovno slediti težnjam načela ugodja oz. svojim primitivnim vzgibom, kar pa mu ponuja množica, saj jih tam lahko brez blokad izrazi. V potrošniškem smislu ta množica reprezentira lahko pripadnost določeni znamki, določenim produktom oz. na splošno sporočilu, ki ga posameznik želi predstaviti zunanosti.

Freudovo poudarjanje nezavednega in različnih plasti duševnosti posameznika (tudi poškodovanih) je nedvomno spremenilo svet. Bolj, kot so se razumeli (nezavedni) vzgibi posameznika, bolj se je spreminjalo in cvetelo potrošništvo. Bolj, kot se je razjasnilo nezavedno in kaj ga poganja ter na kaj se odziva, manj smo pravzaprav (p)ostali svobodni. Način, kako se nas danes nagovarja na vseh področjih našega udejstvovanja, je nedvomno osredotočen na naše nezavedne vsebine, na naše želje, h katerim stremimo vse od trenutka, ko bi se morali premakniti od načela ugodja k načelu realnosti. Ravno tako se nenehno nagovarja tudi naš self oz. diktira se ideja, kakšen naj bi ta self bil.

Četudi je posameznik dobro prilagojen tej realnosti, v kateri živi, je del tudi njegove osebnosti še vedno tudi tisto nezavedno, ki je iracionalno. In zaradi tega pravzaprav v celoti nikoli ne moremo biti čisto svobodni – predvsem, ker se naše nezavedno naslavlja na vseh področjih našega delovanja in udejstvovanja. Vpliv Freudove psihoanalize na vzpon potrošniške družbe v 20. stoletju je pravzaprav tako velik, da bi lahko brez slabe vesti Freuda (in njegova dognanja oz. zapise) umestili med najpomembnejše (kultne) osebnosti 20. stoletja. In čeprav Freud trdi, da je cigara včasih le cigara, nas je prav on tudi naučil (in morda celo indoktriniral), da nobeno vedenje posameznika ni zgolj to, kar se zunanosti kaže in svet sanj,

fantazij in iluzij bo vedno premagal „dolgočasno“ in prilagojeno realnost. In dokler nam oglaševanje in potrošništvo nudita prav to – da se (četudi za instant injekcijo ugodja) prepustimo fantazijam in iluzijam (našega nezavednega), bomo ostajali ujeti (in nesvobodni) v svetu, ki mu vlada „consumerist society“.

5 LITERATURA

Adams, Tim. 2002. How Freud got under our skin. *The Guardian*, marec. Dostopno prek: <https://www.theguardian.com/education/2002/mar/10/medicalseience.highereducation> (8. maj 2017).

Bernays, Edward. 2005. *Propaganda*. New York: Ig.

Deana, Dianne in Robin Croft. 2009. Reason and Choice: A Study of Consumer Decision Making and Electoral Behaviour. *Journal of Political Marketing*. 8(2): 139–146.

Freud, Sigmund. 1922a. *Beyond the pleasure principle*. London and Vienna: Internatioanal Psycho-Analytical Press.

--- 1922b. *Group Psychology and the Analysis of the Ego*. London: The International Psychoanalytical Press London MCMXXII Vienna.

--- 1977. *Predavanja za uvod v psihoanalizo*. Ljubljana: DZS.

--- 2000. *Interpretacija sanj*. Ljubljana: NUK.

--- 2012. *Metapsihološki spisi*. Ljubljana: Studia humanitatis.

Gunderman, Richard. 2015. The manipulation of the American mind: Edward Bernays and the birth of public relations. *The Conversation*, 9. julij. Dostopno prek: <http://theconversation.com/the-manipulation-of-the-american-mind-edward-bernays-and-the-birth-of-public-relations-44393> (8. maj 2017).

Held, Lisa. 2009. Psychoanalysis shapes consumer culture; Or how Sigmund Freud, his nephew and a box of cigars forever changed American marketing. *APA – American Psychological Association; Time Capsule*. 40(11): 32. Dostopno prek: <http://www.apa.org/monitor/2009/12/consumer.aspx> (8. maj 2017).

Komel, Mirt in Karmen Šterk. 2014. The Obama effect: A psychoanalytical observation of Obama's marketing rhetoric and discourse. *Teorija in praksa*. 51(6). Ljubljana: FDV.

Lacan, Jacques. 2010. *Štirje temeljni koncepti psihoanalize*. Ljubljana: Analecta.

Lasch, Christopher. 2012. *Kultura narcisizma*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

Le Bon, Gustave. 2016. *Psihologija množic*. Ljubljana: NUK.

Lešnik, Bogdan. 2009. *Temelji psihoanalize*. Ljubljana: NUK.

McLeod, Saul. 2015. *Unconscious mind*. Dostopno prek: <https://www.simplypsychology.org/unconscious-mind.html> (8. maj 2017).

Musek, Janek. 1988. *Teorije osebnosti*. Ljubljana: Filozofska fakulteta Univerze Edvarda Kardelja.

Praper, Peter. 1999. *Razvojna analitična psihoterapija*. Ljubljana: NUK.

Salecl, Renata. 2011. *Izbira*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Žižek, Slavoj. 2003. Človekova pravice v dobi Kinder jajčk. *Problemi*. XLI (2-3). Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo.

Žižek, Slavoj. 1987. *Jezik, ideologija, Slovenci*. Ljubljana: Delavska enotnost.

PRILOGE

PRILOGA A: Intervju s P.A.

Prvi intervju sem opravila s P. A., certificiranim psihoanalitičnim psihoterapevtom. Trenutno opravlja doktorski študij na Univerzi Sigmunda Freuda na Dunaju (smer psihoanaliza).

1. Kaj razlikuje Freudovo psihoanalizo od drugih?

Najbolj jo zaznamuje dejstvo, da je Freud bil pionir na svojem področju, tako teoretskem kot kliničnem, pri čemer je posebej pomenljiv spoj "dveh Freudov" – Freuda kot praktika, ki na podlagi kliničnih ugotovitev piše nove teorije in koncepte, ter Freuda kot teoretika, ki na podlagi novih spoznanj v praksi revidira svojo teorijo. Zaradi pionirskega statusa so nekatere njegove ugotovitve iz današnje pozicije in znanja manj uporabne. Kar je značilno za Freuda, je pretežen poudarek na psihoseksualnih procesih in zastojih posameznika na psihoseksualnem področju, medtem ko predstavniki drugih psihoanalitičnih šol poudarjajo npr. zastoje na razvojnih linijah (Ana Freud) in pomen medosebnih odnosov. To seveda ne pomeni, da se Freud pomembnosti slednjih ni zavedal. Druga stvar je npr. poudarjanje pomena ugodja in zadovoljitve le-tega, medtem ko drugi v ospredje postavljajo kognitivno višje cilje – pomen smisla življenja. Nadalje se je psihoanaliza razvijala v smer ego psihologije, kjer je npr. Hartman trdil, da se ego razvija avtonomno in ne zgolj kot »protiutež« težnjam ida; Hartman govori o primarni in sekundarni avtonomiji ega. Zadnjih nekaj desetletij se razvija psihologija selfa Heinza Kohuta. Seveda ne moremo mimo Lacana in lacanovske psihoanalize, ki si delita toliko podobnosti kakor tudi razlik.

2. Kaj je tisto, kar poganja posameznika v njegovih vsakdanjih interakcijah in odločitvah?

Boj za preživetje. Tako v realnem smislu, saj je revščine glede na količino bogastva relativno več, kot je je bilo, kot v socialnem smislu glede statusa ali položaja v družbi in sramu ob tem.

3. Kolikšen del posameznikovega ravnanja vodi njegovo nezavedno?

Precejšen. Pomembno se je zavedati, da je nezavedno nekaj, kar vpliva na zavestno, četudi tega ne občutimo ali se zavemo neposredno. Ni osebe, ki je ne bi vodilo ali nanjo vplivalo nezavedno.

4. Kaj je tisto, kar po vašem mnenju prepriča posameznika, da se odloči za nakup nekega produkta?

Odvisno od produkta, ali gre za življenjske potrebščine ali za ostalo »materialno« potrošnjo. Pri slednjem obstajajo korelacije med potrebami, ki se v nas zbudijo zaradi učinka oglaševanja, predvsem tistega oglaševanja, ki določen produkt poveže z nekim čustvenim nabojem, zgodbo, kjer se lahko identificiramo z željo po tem čustvenem stanju, s tem pa implicitno povežemo produkt. Torej, na eni strani gre za zadovoljevanje umetno ustvarjene želje, potrebe, medtem ko je na drugi strani razlog za nakupovanje zapolnjevanje notranje praznine, pomanjkanja, ki ga ljudje različno občutimo ali razumemo.

5. Kako je na izpolnitev posameznikovih želja gledal Freud? Se jih da v celoti izpolniti? Če ja – kdaj in kako? Če ne – zakaj ne?

Seveda – v sanjah in v razrešitvi Ojdipovega kompleksa. Sanje so izpolnitve globokih, nezavednih želja, ki so v nas.

6. Freud je omenjal izraz "Self". Kaj ta izraz pomeni oz. ponazarja in kako se self odraža v posameznikovih odločitvah (npr. tudi pri njegovih odločitvah glede politične participacije in potrošniški naravnosti, odločitvah za nakup)?

Najprej je potrebno razlikovati med Das Selbst in Das Ich. O selfu v smislu Das Selbst je Freud pisal zelo malo, čeprav to implicitno izrazito preveva njegovo teorijo. Ko govorimo o egu v freudovskem smislu, govorimo o psihični strukturi (drugi dve sta id in superego). Self v freudovskem smislu je instanca ega, del ega, ki ni samostojni del strukture, temveč del ega. Tisti del, ki se zaveda samega sebe, ki ve zase, preprosto rečeno, ki nima lastnosti strukture, temveč je tisto dinamično v strukturi ega.

7. Ali posameznik po vašem mnenju svoj self v množici ohrani, je to možno? Še več – ali si nekdo, ki ima fragmentiran self, sploh želi ohraniti svoj self, ali pa je v iskanju nekega odličnega (lahko tudi kolektivnega) selfa, s katerim se poistoveti in nadomesti njegov self?

Da, ga ohrani, če pritisk množice ni preveč frustrirajoč ali če se celo napaja in hrabri skozi pritisk množice. V kolikor ima nekdo fragmentiran self, je doživljanje selfa nekoherentno, nekonsistentno, v hujših primerih ga niti ne more občutiti kot del sebe (to nisem jaz). Kadar deficiiti niso tako hudi, lahko posameznik kompenzira manko selfa s poistovetenjem z drugim (lastnostmi drugega).

8. Psihoanalitično gledano, zakaj smo posamezniki tako zavzeti potrošniki?

Preprosto, ker imamo to možnost. Ker je to beg pred soočanjem z realnostjo. Ker kolektivno raje zadovoljujemo ali rešujemo posledice simptomatskih izbruhov, kot pa se posvečamo razlogu nastanka problematike.

9. Po Freudovi strukturi osebnosti, kako bi opisali tipičnega potrošnika, tj. kateri deli posameznikove osebnosti prevladujejo in zakaj?

Neavtonomen, anksiozen posameznik z nerazrešenim Ojdipovim (in jungovsko Elektrinim) kompleksom, s strogim superegom, psihoseksualno nerazvit in s šibkimi strukturami ega.

10. Zakaj je Freud (in njegova dognanja) po vašem mnenju tako spremenil svet?

Ker je prvi na takšen znanstven način pokazal, kaj se dogaja v psihi posameznika, kaj lahko naredimo glede tega in predvsem kako. Poleg tega je ostal zvest znanstveni dikciji in znova in znova razlikoval globine psihe ob hkratnem praktičnem preverjanju lastne teorije.

11. Ali Freudove sledi (tj. sledi njegovih psihoanalitičnih dognanj) zasledite v oglasih, političnih kampanjah, reklamah itd.? Kaj opazite in kaj naslavljaajo?

Seveda – seksualnost in zadovoljevanje neuresničljivih želja (podobno, kot delujejo sanje).

12. Zakaj je današnji posameznik tako dovzeten za sugestije in/ali manipulacijo?

Ne samo današnji, od nekdanj je človeštvo bilo dovzeto za vplive in manipulacije. Del tega je antropološko-sociološke narave, saj če se kot posameznik zlijemo z večino, potem smo kot vrsta lahko pomirjeni, da bomo kot večina preživel – in mi kot posameznik kot del večine. Drugi je biološki – zrcalni nevroni, empatija in naravni odziv na klic na pomoč.

13. Je zgleden državljan danes tudi zgleden potrošnik? Zakaj?

Da. Ker je v osnovi mehanizem enak. Konformizem je pot najmanjšega odpora, hkrati pa nas nagradi ali z novim produktom in/ali s potrditvijo, da mislimo tako, kot je treba – tako, kot razmišlja aktualna politika in smo sodobni. Kaj pa sicer čaka kritičnega državljana in potrošnika? Veliko večji boj, kot ga je bil Don Kihot, saj so demokratični mlini sodobne politike veliko bolj korozivni, apriorna zavrnitev potrošnje pa te slej ko prej prisili v potrošnjo, saj redko katera elektronska naprava zdrži več kot pet let in je dejansko ceneje, da napravo ob okvari nadomestimo z novo (saj nas ob tem prodajalci nagradijo s pikami in točkami zvestobe), za razliko od časov, ko se je obnavljalo in popravljalo stvari.

PRILOGA B: Intervju z A.L.

Drugi intervju sem opravila z A. L., tudi certificiranim psihoanalitičnim psihoterapevtom, ki ravno tako trenutno opravlja doktorski študij na Univerzi Sigmunda Freuda na Dunaju (smer psihoanaliza).

1. Kaj razlikuje Freudovo psihoanalizo od drugih?

Psihoanalizo sta pričela prakticirati Breuer in Freud in je metoda zdravljenja s psihološkimi sredstvi, ko pa je Freud nadaljeval razvoj svoje teorije, je psihoanalizo razumel kot teorijo človekovega doživljanja in ravnanja (goni, libido, predvsem strukturni model psihičnega aparata, razvojna teorija in teorija nervoz). Iz teh osnov je Freud razvil metodo za raziskovanje psihičnih procesov (proste asociacije in razlaga sanj) in postopek, ki je vezan na setting (okolje), s poudarkom na transferju, kontratransferju, odporih in interpretaciji.

2. Kaj je tisto, kar poganja posameznika v njegovih vsakdanjih interakcijah in odločitvah?

Posameznika 'poganjajo' trije osnovni goni, ki so tudi temelji psihoanalitičnega razmišljanja (gon smrti, narcisistični (ego) gon, in libidinosni gon), hkrati pa delujejo ponotranjeni vzorci, ki jih je posameznik pridobil skozi izkušnje razvoja in z življenjem samim.

3. Kolikšen del posameznikovega ravnanja vodi njegovo nezavedno?

Teorije razlagajo zelo različno, vendar zadnje raziskave (tudi raziskave povezane s kvantno fiziko) kažejo, da je delovanje človeka pod vplivi nezavednega devetdesetodstotno (Jung je to kazal z raziskovanjem arhetipov, ki so izvorni modeli oseb, idealni primeri oziroma prototipi, pod vplivi katerih se ravnaajo tudi drugi, prevzemajo njihove vzorce ali pa jih celo imitirajo). Tu je Freudov vidik bil vezan na lika staršev (predvsem mame), kvantna fizika pa je kot znanost povezana z odnosi in le-te razlikuje.

4. Kaj je tisto, kar po vašem mnenju prepriča posameznika, da se odloči za nakup nekega produkta?

Po mojem mnenju je to vpliv na nezavedne vsebine, ki jih vodijo trije goni (narcisizem, seksualnost, minljivost), hkrati pa se človek zaveda samo majhnega dela dogajanja v svoji duševnosti in svojih motivov, večji del pa je nezaveden. Freud je to poudaril z mislijo, da človekovo nezavedno neredko deluje mimo ali proti njegovi volji in zavestnim namenom, človek ni nikdar povsem gospodar v svoji lastni hiši, kot se je slikovito izrazil.

Freud je bil prvi, ki je nezavednemu pripisal osrednji pomen v človeški duševnosti, s tem pa je izzval tudi tradicionalno predpostavko o človeku kot avtonomnem subjektu svobodne volje. Človek se zaveda samo izidov zelo zapletenih notranjih procesov, ki niso podvrženi hotenemu usmerjanju in kontroli, ampak delujejo po svojih lastnih zakonih in tako je tudi pri vplivu nezavednega pri nakupu, saj ima nezavedno bistveno vlogo v duševnem življenju. Svojo energijo črpa iz nagonov, njihova vsebina pa je zunaj zavesti ne zato, ker ne bi bila pomembna, ampak zato, ker je tako pomembna, da predstavlja grožnjo zavestnemu delu osebnosti.

5. Kako je na izpolnitev posameznikovih želja gledal Freud? Se jih da v celoti izpolniti? Če ja – kdaj in kako? Če ne – zakaj ne?

Freud je bil osredotočen na to, da kadar se v duševnosti pojavijo misli in čustva, ki ogrožajo Jaz, jih človek potlači v nezavedno. Od tam pa se spet skušajo prebiti v zavest, kar se zgodi na indirektnen način v obliki bolezenskih simptomov, sanj in drugih izrazov (spodrsaljaji ipd.) ali osebnostnih potez. Ti simptomi so kompromisna rešitev konflikta med primitivnimi nagoni, ki terjajo zadovoljitev, in ozaveščenim jazom, ki se zaveda realnih omejitev, ter nadjazom, ki pozna družbene zapovedi in prepovedi. Tu pa se tudi praktično prične kazati eden izmed ciljev psihoterapevtskega procesa in to je prehod od načela ugodja do načela realnosti. To pomeni, da pacient mora sprejeti, da vse njegove želje ne bodo izpolnjene, vendar to zavrnitev v psihoterapevtskem odnosu lažje sprejme (zaradi varnega okolja in novega korektivnega odnosa).

6. Freud je omenjal izraz "Self". Kaj ta izraz pomeni oz. ponazarja in kako se self odraža v posameznikovih odločitvah (npr. tudi pri njegovih odločitvah glede politične participacije in potrošniški naravnosti, odločitvah za nakup)?

Freud je izumil izraz Idealni jaz, s katerim poimenuje Superego (nadjaz). Zvestno lahko kaznuje ego z občutki krivde, npr. če se Ego vda zahtevam Ida, Superego povzroči, da se nekdo počuti slabo zaradi krivde. Idealni jaz je namišljena slika, kakšni naj bi bili, kako bi sledili našemu razvoju, kako ravnamo z drugimi ljudmi in kako se vesti v družbi. Superego nas tako lahko tudi nagradi, saj se ob pohvalah lahko počutimo ponosne. Tu se vidi rezultat naših 'pametnih' odločitev glede politične participacije in potrošništva. V vsakem primeru pričakujemo in čakamo nagrado – pohvalo, pridobitev položaja v družbi, ki pa hkrati ščiti ego pred neprijetnimi občutki.

7. Ali posameznik po vašem mnenju svoj self v množici ohrani, je to možno? Še več – ali si nekdo, ki ima fragmentiran self, sploh želi ohraniti svoj self, ali pa je v iskanju nekega odličnega (lahko tudi kolektivnega) selfa, s katerim se poistoveti in nadomesti njegov self?

Ohranitev selfa je seveda mogoča, vendar je to (predvsem v psihoterapevtski obravnavi) v službi odpora, v smislu, da nekdo ne zmore opraviti spremembe, ki bi sicer prinesla boljše počutje, hkrati pa bi to pomenilo, da bo nekdo moral opraviti spremembo. Družba sicer na nek način izvaja pritisk na posameznika, da opravlja nenehne spremembe (spremembe v oblačenju, kupovanju predmetov, telesne spremembe in tudi osebne spremembe), ljudje pa se tem pritiskom prepustijo ali pa upirajo (npr. ne kupujejo izdelkov znanih proizvajalcev itd.).

8. Psihoanalitično gledano, zakaj smo posamezniki tako zavzeti potrošniki?

Analitično gledano lahko po terapevtskih izkušnjah rečem, da so posamezniki naravnani potrošniško predvsem zaradi nadomeščanja zunanjih objektov, ki jim ali pa so jim manjkali, hkrati pa polnjenja notranje praznine, ki je zaradi odsotnosti objektov v zgodnjem otroštvu lahko prisotna v takšni meri, da jo lahko nadomestijo le zunanji objekti ali subjekti v vlogi objektov (po navadi takšni pacienti tudi ne zmorejo intenzivnih medosebnih odnosov in zato ostajajo na objektni ravni).

9. Po Freudovi strukturi osebnosti, kako bi opisali tipičnega potrošnika, tj. kateri deli posameznikove osebnosti prevladujejo in zakaj?

Prevladujejo predvsem nezavedni in predzavestni deli posameznikove osebnosti (Ono, ki je popolnoma nezavedno, ter nezavedni in predzavestni deli Ega in Superega). Če gledamo skozi prizmo teorije ledene gore, prevladujejo deli, ki so pod gladino – torej nezavedni in predzavestni deli osebnosti.

10. Zakaj je Freud (in njegova dognanja) po vašem mnenju tako spremenil svet?

Freud je spremenil svet z razvojem pojmovanja osebnosti (topografski model in strukturalni model) in s tem odprl novo polje za raziskovanje, ki pa je na nek način povezano z vsemi področji življenja. S topografskim modelom je predstavil tri instance – nezavedno (nagonski impulzi, potlačene misli, spomini, čustva, nezavedno, znanje, vednost, informacije in neverbalizirane izkušnje), predzavestno (tu so že z govorico vzpostavljene povezave) in zavedno, ki pa predstavlja popačeno sliko realnosti samega sebe in zunanje realnosti, v zavest pa pridejo vsebine po postopku obrambe in selekcije. Med terapijo pridejo nezavedne vsebine v predzavestno in nato v zavest. Da bi nezavedno postalo zavestno, mora najprej postati predzavestno in zavestno, s strukturalnim modelom psihe pa je predstavil imena za procese in sile, ki delujejo v osebnosti (ono, nadjaz in jaz).

11. Ali Freudove sledi (tj. sledi njegovih psihoanalitičnih dognanj) zasledite v oglasih, političnih kampanjah, reklamah itd.? Kaj opazite in kaj naslavljajo?

Freud je po mojem mnenju z odkritjem transferja in govorom o nezavednem odprl polje, ki je ob neetičnem (s tem mislim tudi prodajno področje) ravnanju idealno za manipulacijo človeškega vedenja, predvsem ob političnih temah (manipulacija množic) in hitrejše najdbo 'šibkih točk' pri osebnostnih strukturah (npr. narcisistična osebnostna motnja), ki potrebujejo potrditve zunaj sebe. Naslavljajo predvsem tri osnovne gone v psihoanalizi (Eros, Tanatos in Ego), ki so najmočnejši (npr. Coca-Colina steklenica je v obliki ženskega telesa).

12. Zakaj je današnji posameznik tako dovzeten za sugestije in /ali manipulacijo?

Današnji posameznik je po mojem mnenju tako dovzeten za sugestije in/ali manipulacijo ravno zaradi premika osebnostnih struktur proti mejnim organizacijam osebnosti, ki pa so v osnovi bolj vodljive zaradi slabih oziroma ne dovolj dobrih in kakovostnih primarnih odnosov.

13. Je zgleden državljan danes tudi zgleden potrošnik? Zakaj?

Pravilo, ki ga tvori družba današnjega časa, je neracionalnost pri nakupih (torej prevladuje načelo ugodja in ne načelo realnosti), to pa je zopet posledica osebnostnih struktur, ki večinoma težko vzpostavljajo bližnje odnose, so pa tudi zaradi tega nagnjeni k nadomeščanju notranje praznine z zunanjimi objekti (nakupom).