

TEORIJA IN PRAKSA

2-3/2005



RUŽBOSLOVNA REVIJA

TEORIJA IN PRAKSA

Družboslovna revija



Let. XLII št. 2-3
april – junij 2005,
UDK 3, ISSN 0040-3598

USTANOVITELJ IN
IZDAJATELJ/Publisher
Fakulteta za družbene vede
v Ljubljani

GLAVNI UREDNIK/Editor
Igor Lukšič

SEKRETARKA/Secretary
Irma Vidmar-Vozelj

OBLIKOVALEC/Designer
Ismar Mujezinović

PRELOM
B&V. Co.

TISK
Grafika Soča d. d.

UREDNIKI/Associate Editors
Anton Grizold, Marko Lah,
Igor Lukšič, Breda Lužar,
Peter Stankovič, Zdenka Šadl
Tomaž Krpič (recenzije)

UREDNIŠKI SVET/Editorial Advisory Board
Milan Balažič, Ivan Bernik,
Marjan Brezovšek, Miro Cerar, ml.
Ljubica Jelušič, Maca Jogan,
Stane Južnič, Andrej Kirn,
Miran Komac, Vlado Miheljčak,
Zdravko Mlinar (predsednik),
Rudi Rizman, Tine Stanovnik,
Marjan Svetličič, Zlatko Šabič,
Metka Tekavčič, Niko Toš,
Mirjana Ule, Vasja Vehovar,
France Vreg, Pavel Zgaga

MEDNARODNI UREDNIŠKI
SOSVET/International Advisory Board
Luigi Graziano
(University of Torino, Italija),
Michael T. Greven
(University of Hamburg, Nemčija)
Arendt Lijphart
(University of California, USA),
Philippe Manigart
(Bruxelles, Belgija)
Helmut Willke
(University of Bielefeld, Nemčija),
Peter Dahlgren
(University of Lund, Švedska),
Henry Teune
(University of Pennsylvania, USA)

Revija Teorija in praksa v bibliografskih in besedilnih zbirkah podatkov

Zbirka celotnih besedil: Družboslovna besedila

Bibliografske zbirke podatkov: COBISS.SI/COBIB, COBISS.SI/ODKIJ, International Political Science Abstracts (IPSA), CSA Worldwide Political Science Abstracts (CSA WPSA), CSA Sociological Abstracts (CSA SA), Internationale Bibliographie der Rezensionen geistes- und sozialwissenschaftlicher Literatur / International Bibliography of Book Reviews of Scholarly Literature in the Humanities and Social Sciences (IBR-Online), IBZ-Online, Internationale Bibliographie der geistes- und sozialwissenschaftlichen Zeitschriftenliteratur / International Bibliography of Periodical Literature in the Humanities and Social Sciences / Bibliographie internationale de la littérature périodique dans les domaines des sciences humaines et sociales (IBZ-Online), CSA Social Services Abstracts (CSA SSA)

Uredništvo/Editorial board
1000 LJUBLJANA, Kardeljeva pl. 5, tel. 01/5805-147, faks: 01/5805-108

E-pošta: teorija.praksa@fdv.uni-lj.si

Teorija in praksa je dostopna na internetu http://www.uni-lj.si/~fd_tip/index.html

Naročnina za I. polletje 2005: za študente in dijake 4.000,00 SIT, za druge individualne naročnike 5.000,00 SIT, za podjetja in ustanove 10.000,00 SIT, za tujino 50 EUR.
Cena tega zvezka v prosti prodaji je 3.000,00 SIT.

Revija izhaja s podpori Agencije za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije.



TEORIJA IN PRAKSA



Družboslovna revija

Letnik XLII, št. 2-3, str. 305-552

Ljubljana, april-junij 2005



OD VIZUALNE KULTURE DO KULTUR VIZUALNEGA

Hanno HARDT: UVOD	311–312
Aleš ERJAVEC: UMETNOST, VIZUALNA KULTURA IN VIZUALNI ŠTUDIJI	313–332
Naško KRIŽNAR: ETNOGRAFSKI FILM IN VIZUALNA KULTURA	332–344
Peter STANKOVIČ: PODOBE EMANCIPACIJE? REPREZENTACIJA ŽENSKOSTI IN MOŠKOSTI V SLOVENSKEM PARTIZANSKEM FILMU	345–364
Boštjan ŠAVER: VIZUALNE REPREZENTACIJE SLOVENSKE ALPSKE KULTURE: OD UPODOBLJANJA ALPSKE KRAJINE DO ŽANRA GORSKEGA FILMA	365–386
Ksenija ŠABEC: SIMBOLNA VIZUALIZACIJA IN DVE IDENTITETI EVROPE	387–407
Maruša PUŠNIK: FOTOGRAFIJA V MUZEJU KOT ARHIV KOLEKTIVNEGA SPOMINA: LJUBEZEN DO ZGODOVINE	408–429
Ksenija BERK: REKRUTACIJSKI PLAKATI PRVE SVETOVNE VOJNE IN MIGRACIJA PODOBE UPERJENEGA PRSTA	430–438
Ilija TOMANIĆ TRIVUNDŽA: VIZUALNI SIMBOLIZEM ALI BESEDILNI KOMENTAR: ODPSTOPANJE OD IN PRESEGANJE REALISTIČNE REPREZENTACIJE V RABI NOVINARSKÉ FOTOGRAFIJE	439–456
Karmen ERJAVEC: SPOLNA DIFERENCIACIJA V FOTOLJUBEZENSKIH ZGODBAH MLADOSTNIŠKIH REVIJ	457–469
Damjana KROŠELJ: ULTRAZVOK JE (TUDI) MEDIJ: VIZUALIZACIJA ŽIVLJENJA PRED ROJSTVOM	470–474
Jerca LEGAN: ŽENSKO TELO KOT OGLAŠEVALSKI OBJEKT	475–490
Tanja MASTNAK: AKADEMSKO ŠOLANJE UMETNIKOV IN NJIHOVA REPREZENTACIJA V DEVETNAJSTEM STOLETJU	491–505
Nadja GNAMUŠ: KONTINUITETA IN DISKONTINUITETA V SLIKARSKI MISLI OD CÉZANNA DO SODOBNEGA SLIKARSTVA	506–524



STROKOVNA IN ZNANSTVENA SREČANJA

Uroš PINTERIČ: Workshop on Small States	525–527
---	---------



PRIKAZI, RECENZIJE

Eviatar ZERUBAVEL: Time Maps: Collective Memory and the Social Shape of the Past (Tomaž Krpič)	528–529
Leonardo BENEVOLO: Mesto v zgodovini Evrope (Franc Trček)	530–531
Julie CAMPOLI, Elizabeth HUMSTONE, Alex MACLEAN: Above and Beyond: Visualizing Change in Small Towns and Rural Areas (Matjaž Uršič)	532–534
Marjan BREZOVŠEK (ur.), Miro Haček (ur.): Upravna kultura (Irena Bačlija)	535–538



AVTORSKI POVZETKI

539–546



FROM VISUAL CULTURE TO CULTURES OF THE VISUAL

Hanno HARDT: INTRODUCTION	311-312
Aleš ERJAVEC: ART, VISUAL CULTURE, AND VISUAL STUDIES	313-332
Naško KRIŽNAR: VISUAL CULTURE IN VISUAL ANTHROPOLOGY	332-344
Peter STANKOVIČ: IMAGES OF EMANCIPATION? REPRESENTATIONS OF FEMININITY AND MASCULINITY IN SLOVENE »PARTISAN« FILM	345-364
Boštjan ŠAVER: VISUAL REPRESENTATION OF SLOVENIAN ALPINE CULTURE: FROM DEPICTIONS OF ALPINE LANDSCAPES TO THE GENRE OF BERGFILM	365-386
Ksenija ŠABEC: SYMBOLIC VISUALIZATION AND TWO IDENTITIES OF EUROPE	387-407
Maruša PUŠNIK: PHOTOGRAPHY AND THE MUSEUM AS AN ARCHIVE OF COLLECTIVE MEMORY: THE LOVE OF HISTORY	408-429
Ksenija BERK: THE WORLD WAR I RECRUITMENT POSTERS AND THE MIGRATION OF THE POINTED FINGER	430-438
Ilija TOMANIČ TRIVUNDŽA: VISUAL SYMBOLISM OR TEXTUAL COMMENTARY: DEVIATING FROM AND CONTESTING THE PRACTICE OF PHOTOGRAPHIC REALISM	439-456
Karmen ERJAVEC: SEXUAL DIFFERENTIATION OF PHOTO-ROMANCE STORIES IN YOUTH MAGAZINES	457-469
Damjana KROŠELJ: ULTRASOUND AS A MEDIUM: VISUALIZATION OF LIFE BEFORE BIRTH	470-474
Jerca LEGAN: THE FEMALE BODY AS ADVERTISING OBJECT	475-490
Tanja MASTNAK: ACADEMIC EDUCATION OF ARTISTS AND THEIR REPRESENTATION IN THE 19 th CENTURY	491-505
Nadja GNAMUŠ: CONTINUITY AND DISCONTINUITY IN PAINTING. THOUGHTS FROM CÉZANNE TO MODERN PAINTING	506-524



EXPERT AND SCIENTIFIC MEETINGS

Uroš PINTERIČ: Workshop on Small States	525-527
---	---------



REVIEWS

Eviatar ZERUBAVEL: Time Maps: Collective Memory and the Social Shape of the Past (Tomaž Krpič)	528-529
Leonardo BENEVOLO: City in the History of Europe (Franc Trček)	530-531
Julie CAMPOLI, Elizabeth HUMSTONE, Alex MACLEAN: Above and Beyond: Visualizing Change in Small Towns and Rural Areas (Matjaž Uršič)	532-534
Marjan BREZOVŠEK (ur.), Miro Haček (ur.): Managerial Culture (Irena Bačlija)	535-538



ABSTRACTS

539-546

Študije vizualne kulture so v tujini že dolgo krepko uveljavljeno polje znanstvenega raziskovanja, v Sloveniji pa so z izjemo redkih posameznikov in njihovega sistematičnega dela precej deficitno obravnavane študije. Tematska številka v tem pogledu predstavlja predvsem enega izmed korakov interdisciplinarnega povezovanja in konkretizacije vprašanj o vizualni kulturi, predvsem pa povezavo tistih, ki se s to tematiko neposredno ali posredno ukvarjajo. Tematsko številko odpira uvodna misel Hanna Hardta, ki podaja nekatere temeljne pomisleke o vlogi in pomeni vizualnih podob v sodobni družbi – predvsem usmerja bralca k dejstvu, da je vizualno kulturo moč brati kot kreacijo ustvarjalcev podob in njihovih namenov. Nekaj podobnega opaza v članku o umetnosti, vizualni kulturi in vizualnih študijah tudi Aleš Erjavec, ki opozarja, da je razmerje med tradicionalno umetnostjo in sodobno dominantno kulturo vizualnega še vedno odprto vprašanje o načinih in pristopih k znanstveni analizi podob. Tudi Naško Križnar odpira podobne pomisleke, predvsem v kontekstu vizualne kulture in vizualne antropologije, pri čemer v tekstu predstavlja tudi vlogo in pomen etnografskega filma.

Nadalje študije primerov in izsekov iz vizualne kulture bralca vodijo od sklopov o filmskih študijah in fotografiji do tradicionalne umetnosti in slikarstva. Pri tem so ključne predvsem številne (modernistične) izpeljave in uporabe takšnih medijev. V primeru partizanskega filma so razkrite podobe emancipacije v reprezentacijah ženskosti in moškosti (Peter Stankovič). Istovrstne, vendar predvsem z nacionalno identiteto povezane podobe razkrivajo reprezentacije alpske kulture v slikarstvu, fotografiji, filmu in popularni kulturi (Boštjan Šaver). Nedavna politična preoblikovanja Evrope ponujajo ustrezno snov za študijo simbolne vizualizacije sodobnih evropskih identitet (Ksenija Šabec) – tudi takšnih, ki bodo kmalu naše svoje mesto v muzejih. Članek o vlogi fotografije v muzeju kot arhivu kolektivnega spomina (Maruša Pušnik) predstavlja takšno plat. S tem pa so povezane številne propagandne razsežnosti podob – ilustrativen primer so zagotovo rekrutacijski plakati prve svetovne vojne (Ksenija Berk). Kako danes fotografija deluje v vzporednih ideoloških diskurzih, pa razkriva študija o realistični reprezentaciji v rabi novinarske fotografije (Ilija Tomanić Trivundža).

O skritih vzvodih (iz)rabe podob pa je moč govoriti tudi v bolj vsakdanjih primerih popularne in množične kulture – denimo v fotoljubezenskih zgodbah mladostniških revij (Karmen Erjavec). Podoben primer je tudi oglaševalska mašinerija, kjer se žensko telo vedno znova odkrito instrumentalizira kot oglaševalski objekt (Jerca Legan). V vseprisotnosti vizualne kulture pa so pogosto spregledane tudi njene številne tehnološke aplikacije – na primer redko namreč ultrazvok zavestno jemljemo kot vizualni medij in del kulture, ki teži k vizualizaciji vsega, tudi življenja pred rojstvom (Damjana Krošelj). Tematsko številko zaokrožujeta še dve študiji, ki sta povezani z uvodnimi razčlenjevanji razmerja tradicionalne umetnosti in sodobnih praks upodabljanja – prva prikazuje način akademskega šolanja umetnikov v devetnajstem stoletju (Tanja Mastnak), druga pa (dis)kontinuiteto v zgodovini slikarske misli (Nadja Gnamuš).

Boštjan Šaver, gostujoči urednik

UVOD

Pričujoča številka *Teorije in prakse* je posvečena številnim tematikam in zanimanjem, ki so povezana z vizualnimi determinantami družbene komunikacije. Kot takšna ponuja vpogled v stanje raziskovanja vizualne komunikacije v različnih akademskih disciplinah in vedah v Sloveniji.

Zagotovo takšni prispevki krepijo vlogo podob v procesu družbene komunikacije. Slike prežemajo družbeno in kulturno zgodovino zahodne civilizacije, v kateri se pojavljajo zato, da bi bile videne in da bi prevzele svojo mesto v konstrukciji pomenov, povezanih z vsakdanjim svetom. Torej vprašanja o pomenu podob v družbi, o njihovi uporabi in načinih njihovega branja še vedno zapolnjujejo različne vede v družboslovju in humanistiki, od umetnostne zgodovine do socialne psihologije. Pravzaprav socialna oziroma družbena zgodovina umetnosti ostaja koristno sredstvo raznolikih pristopov k raziskovanju podob, tudi zato, ker že desetletja predhajajo znanstvene dosežke v družboslovju.

Podobe so ustvarjene z namenom, njihovi avtorji in bralci jih uporabljajo za doseg specifičnih, ideoloških interesov (ki se lahko raztezajo od politične propagande in religije, do oglaševanja in novinarstva), in hkrati predstavljajo vir družbenega znanja. Tako so lahko pri izpolnjevanju avtorjevih namenov ali preferenčnih branj njihove funkcije simbolne (na primer religijske ali sekularne), informativne (na primer znanstvene ali novinarske), ali estetske (na primer atraktivne ali sublimne). Pravzaprav predstavljajo študije primerov v tej številki revije, še posebej študije o filmu in fotografiji, razčlenjevanje družbenih, političnih in kulturnih funkcij modernih sredstev komuniciranja oziroma občil, ki omogočajo njihovim avtorjem razmislek o sodobni tipologiji vizualnih medijev in o njihovih uporabah v obsežnem naboru socialnih potreb.

V tem pogledu so primeri v tej številki kulturno in zgodovinsko specifični prispevki k širšemu socialnemu diskurzu, katerega pripadniki delujejo v posameznem referenčnem kulturnem okvirju, ki ponuja parametre za interpretacijo filma in fotografije, na primer, ali tradicionalnih medijev, kot je slikarstvo, oziroma modernih medijev, kot je ultrazvok. Ker so podobe običajno pospremljene s pisanim ali govorjenim jezikom (na primer v filmu ali fotografiji), besede usmerjajo, krepijo, ali potrjujejo pomen, in pomagajo pri pripisovanju ideološkega položaja podobe.

Ker so podobe zgodovinske po svoji naravi, so potencialni vitalni vir dejstev za družbene in kulturne zgodovinarje. Kot take, še posebej film, fotografija in hkrati tudi slikarstvo, odpirajo vprašanja o upodabljanju ali dokumentiranju realnosti, o potencialni manipulaciji ali falsifikaciji, in bolj splošno gledano, vprašanja o razumevanju reprezentativne vrednosti podob v diskurzu družbe. V takšnem kontekstu prav tako postaja jasno, da lahko mirujoče ali gibljive podobe, ob najdevanju svojega mesta ob boku z ostalimi drobci zgodovine, služijo ustvarjanju različnih verzij zgodovine, interpretacij zgodovinskih figur ali dogodkov.

*Dr. Hanno Hardt, redni profesor na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani in zaslužni profesor na University of Iowa, ZDA.

Študije v tej tematski številki *Teorije in prakse* kolektivno problematizirajo razmerje med podobo in bralcem, pri čemer zastavljajo vprašanja, vsaj implicitno, o učinkih vizualne komunikacije na posameznika, ki ni le bralec – in potemtakem tolmač sveta podob – temveč tudi prejemnik – in zaradi tega predmet manipulacije s strani sveta podob.

V isti sapi omenjeni prispevki predočajo prostor za raziskovanje družbenih uporab vizualnega aparata (mirojočega in filmskega/video kamere), njegovo legitimnost in sprejemanje podob v sodobni vizualni kulturi, v kateri potreba po iluziji in potreba po izražanju ustvarjata nasprotujoče si družbene pomene.

UMETNOST, VIZUALNA KULTURA IN
VIZUALNI ŠTUDIJI

Povzetek: Z razmahom globalizirane vizualne kulture se je pojavilo tudi teoretsko zanimanje zanjo. Čeprav najdemo vizualno kulturo v različnih kulturah in zgodovinskih obdobjih, pa zlasti v zadnjih desetletjih postaja dominantna oblika kulture. Teorija vizualne kulture izhaja zlasti iz Barthesove semiologije in tudi iz britanskih kulturnih študijev. Ob teh pa so se v osemdesetih in zlasti v začetku devetdesetih let pojavila številna dela, ki so obravnavala okularocentrizem, vidno, pogled ipd. ter so nastajala na stičiščih med filozofijo, zgodovino idej, vizualno teorijo ter umetnostno zgodovino. Prav umetnostna zgodovina je nudila enega od znanstvenih izhodišč za analizo vizualne kulture, pri čemer pa ni bila le orodje takšne analize, pač pa je veljalo tudi obratno, analiza vizualne kulture je preoblikovala umetnostno zgodovino, ki je tako pričela obravnavati podobe predvsem kot znake, zaradi česar jih lahko beremo kot tekste. Še vedno nerešeno vprašanje, ki pogosto vzbuja nelagodje ne le med umetnostnimi zgodovinarji, marveč vsemi, ki priznavajo obstoj umetnosti, pa je vprašanje odnosa in razmerja med vizualno kulturo kot specifično obliko »kulture« ter umetnostjo, ki je bila zlasti v modernizmu konstituirana tudi v nasprotju do kulture. Revija »October« je predlagala ponoven premislek zgodovinskih temeljev umetnostne zgodovine, da bi na ta način morda vanjo vključili tudi vizualno kulturo. Vsaj zaenkrat takšne pobude niso bile uspešne.

Ključni pojmi: vizualna kultura, kulturni študiji, vizualnost, vizualna teorija, umetnost, semiologija, okularocentrizem

Likovna umetnost in vizualna kultura

Leta 1996 je med umetniki in umetnostnimi teoretiki zelo vplivna ameriška revija za »umetnost,¹ teorijo, kritiko in politiko« *October* naslovila na umetnostne in arhitekturne zgodovinarje, filmske teoretike, literarne kritike in umetnike vprašalnik, v katerem uredniki ugotavljajo sledeče:

* Dr. Aleš Erjavec, znanstveni svetnik na Filozofskem inštitutu ZRC SAZU ter redni profesor na Univerzi v Ljubljani in Univerzi na Primorskem.

¹ V anglosaškem kulturnem prostoru »art« pomeni zlasti likovno umetnost, medtem ko pri nas izraz »umetnost«, vsaj tradicionalno, dosti bolj spominja na vse umetnostne zvrsti obsegujoči nemški izraz »Kunst«. Nekateri avtorji, zlasti ameriški (npr. Fredric Jameson), skoraj izključno uporabljajo izraz »kultura«.

»1. Predlagalo se je, da interdisciplinarni projekt 'vizualne kulture' ni nič več organiziran po modelu zgodovine (kot so bile discipline umetnostne zgodovine, arhitekturne zgodovine, zgodovine filma itd.), pač pa po modelu antropologije. (...)

2. Predlagalo se je, da vizualna kultura zaobjema isti razpon prakse, ki je spodbujal misljenje zgodnje generacije umetnostnih zgodovinarjev – kakršna sta bila Riegl in Warburg – ter da je vrnitev različnih, na medijih temelječih zgodovinskih disciplin, kakršne so umetnost, arhitektura in različne kinematografske zgodovine, k tej zgodnji intelektualni možnosti življenjskega pomena za njihovo prenovitev.

3. (...) Če se je ta nova paradigma podobe izvorno razvila na presečišču psihoanalitičnih in medijskih diskurzov, je sedaj privzela vlogo, ki je neodvisna od specifičnih medijev. Kot dodatek nastopa predlog, da vizualne študije na svoj skromen akademski način prispevajo k proizvodnji subjektov za naslednjo stopnjo globaliziranega kapitala.

4. Predlagano je bilo, da pritisk v akademskem svetu, da bi se ta preusmeril k interdisciplinarnosti vizualne kulture, še posebej k njeni antropološki razsežnosti, pomeni vzporednico preusmeritvam podobnega značaja v umetnostnih, arhitekturnih in filmskih praksah« (October, 1996: 25).

Na vprašalnik urednikov revije *October* je nato odgovorila vrsta umetnostnih zgodovinarjev in filozofov oziroma teoretikov vizualnosti (npr. Svetlana Alpers, Jonathan Crary, Michael Ann Holly, Martin Jay, Stephen Melville in Keith Moxey), ki so v svojih odzivih pokazali podobno nelagoden odnos do vizualne kulture kot sami uredniki revije. Slednjega je čez nekaj let v enem od osrednjih zbornikov (»readerjev«) o vizualni kulturi na ironičen način pokomentirala Irit Rogoff:

»Morda je eden najboljših pokazateljev tega, kako destabilizirajoča je lahko 'radovednost' glede ne-še-znanega, preplah, za katerega se zdi, da so ga povzročile nastajajoče institucionalne strukture tega novega polja 'vizualne kulture'. Nedavna številka revije *October* je vsebovala vprašalnik na temo te vznikajoče arene raziskovanja. Vse izjave, na katere bi naj odgovorili vprašanci, so nakazovale nek globok občutek izgube – izgube zgodovinskih specifičnosti in materialnih utemeljitev ter fiksni pojmov kvalitete in odličnosti itd. (...) Očitno je bila najbolj alarmantna infiltracija polja umetnostne zgodovine z nečim, kar se imenuje 'antropološki model'« (Rogoff, 1998: 18–19).

Avtorica nadaljuje v podobnem duhu, saj ugotavlja, da so uredniki revije *October* artikulirali tesnobne občutke glede »erozije dobre stare umetnostne zgodovine«. Nato sledi nepredvidljiv preobrat: Irit Rogoff namreč nakaže, da so bili taisti uredniki revije in njihov krog sodelavcev pravzaprav tisti, ki so njo samo seznanili s kontinentalnimi evropskimi teorijami, ki so bistveno prispevale k njenemu intelektualnemu razvoju, na osnovi katerega je sama prišla do te ironične ocene vsebine vprašalnika.

Kaj pa so bile te kontinentalne teorije? To so bili strukturalizem, kritična teorija in poststrukturalizem (z dekonstrukcijo) ter seveda »zahodni marksizem«, ki so v ameriški kulturni prostor zlasti od sedemdesetih let dalje (najprej v literarni teoriji)

vnesli nove teoretske in filozofske modele. Prav ti so kasneje služili kot teoretska osnova samih vizualnih študijev ter njihovega predmeta, to je zlasti vizualne kulture. Ta teoretska »kontaminacija« je segla na vsa področja teoretske obravnave kulture in umetnosti ter je predvsem od konca sedemdesetih let dalje preplavila ZDA. Prav iz takšnih izhodišč je nenazadnje nastala tudi revija *October*, ki že več kot tri desetletja predstavlja intelektualno in kritiško jedro ameriške avantgardne umetnosti, pa naj gre za njene modernistične ali postmodernistične ustvarjalce. Prav avtorji, kot so Rosalind Krauss, Hal Foster, Thierry de Duve ali Benjamin H. D. Buchloch, so bili tisti, ki so kritiško utemeljevali preobrat od ameriškega abstraktnega modernizma in neodadaizma k *land artu* in postmodernim delom Cindy Sherman ali Barbare Kurger, in ki so v novejšem času poskušali prevrednotiti zgodovino avantgardne umetnosti 20. stoletja, saj so povzdigovali nadrealizem (ki sta ga kritizirala že »modernistična« filozofa Theodor W. Adorno in Jürgen Habermas) ter kritizirali modernistične umetnostne kritike, kakršna sta bila Clement Greenberg in Michael Fried. Njihov cilj je bil v ameriški neoavantgardni umetnosti odkriti elemente odpora (*»resistance«*). Ta umetnost naj se ne bi sedaj več upirala vélikim pripovedim modernizma, pač pa naj bi nudila – umetnostna zgodovina in umetnostna kritika pa naj bi v njej odkrivali – umetniško artikulacijo foucaultovske »mikrofizike moči«. Na vse te avtorje so ključno vplivale (a) umetnostna zgodovina, (b) ideje sodelavcev frankfurtskega *Časopisa za družbene raziskave* (in od tod izhajajoči »zahodni marksizem« in kritična teorija) ter (c) to, kar se nenatančno imenuje francoski »poststrukturalizem«. Nedvomno je bil ključni avtor v ameriškem intelektualnem prostoru tudi Peter Bürger s svojo po vsem svetu vplivno knjižico *Teorija avantgarde* (1974), v kateri je pojem avantgardnosti ohranil le za pretekle avantgarde, to je za zgodovinske avantgarde in neoavantgarde. Somišljeniki revije *October* so nasprotno želeli ohraniti radikalni potencial umetnosti in zato niso pristali na označevanje postmodernizma (npr. s strani Jürgena Habermasa) kot »neokonservativne« in poblagovljene umetnosti in kulture.²

Kaj so izhodišča teoretikov avantgardne umetnosti, pa naj bo ameriška ali evropska? Najzgodnejši odgovor najdemo pri Adornu, in to že v njegovih medvojnih spisih. Avantgardna umetnost je tista, ki ji uspe uiti poblagovljenju, ki ni podvržena trgu in njegovim zakonom, pač pa ohranja rezistenco – in to prav s tem, da je težko dojemljiva in tako ne podleže skušnjavi industrije zabave oziroma množične kulture. Seveda pa Adorno zlasti govori o kulturni industriji: kulturna industrija proizvede vrste blaga, ki proizvajajo napačne potrebe; če je bila kultura včasih področje protesta, potem kulturna industrija spodbuja njene potrošnike, da vidijo v družbi pozitivno in naravno bitnost, njeni proizvodi pa niso *tudi* blago (ki deluje *tudi* po zakonih trga), pač pa *le* blago. Adorno vidi prav v filmu najizrazitejši sektor kulturne industrije (Adorno, 1963/1997).

Seveda je film Adornovega časa zlasti hollywoodski film, Adorno leta 1963 kot proizvode kulturne industrije omenja še žepne romane, TV šove in horoskope (Adorno, 1963/1997: 341).

Adornova teorija avantgardne umetnosti je že desetletja vplivna v Evropi in v ZDA, kjer jo je dopolnjevala podobna (čeprav izvorno neodvisna) teorija najvpliv-

² Za kritiko ilustrativnega primera takšne razlage ameriškega modernizma gl. Erjavec, 2005.

nejšega ameriškega likovnega kritika, namreč Clementa Greenberga. Ta leta 1939 v svojem znanem eseu »Avantgarda in kič« potegne ločnico med obema z ločevanjem na ekskluzivno visoko umetnost ter množično kulturo (Greenberg, 1939/1961). Ta ločnica, ki se po Pierru Bourdieuju izoblikuje v devetnajstem stoletju,³ deli množično kulturno proizvodnjo, ki je namenjena široki potrošnji ljudi, ki sami ne proizvajajo kulturnih ali »simbolnih dobrin«, od omejene proizvodnje, ki je namenjena vrednotenju drugih enakovrstnih proizvajalcev (Bourdieu, 1993). Prav po tej ločnici pa tudi poteka delitev med pogledi urednikov revije *October* ter omenjeno Irit Rogoff oziroma med zagovorniki visoke umetnosti (ki so hkrati kritiki množične kulture oziroma proizvodov kulturne industrije) ter zagovorniki slednje – in v katero zvečine sodi tudi vizualna kultura.

Ali kot je iz te ločnice izhajajočo dilemo zastavil ameriški pragmatistični filozof Richard Shusterman:

»Tako različna filozofa, kot sta Adorno in Ortega y Gasset, ne da bi trenila, razložita, da mora biti moderna umetnost 'v bistvu nepriljubljena' ter v resnici 'nasprotna od priljubljene'; ker je bistveno identificirana z avantgardističnim umetniškim napredkom. (...) Posledica je, da je nova umetnost dosegljiva le 'posebej nadarjeni manjšini', 'privilegirani aristokraciji pretanjenih občutkov'; njeno izkustvo ni 'nespecialistu' upravičeno nič bolj dosegljivo kot 'naj-novejša odkritja v jedrski fiziki'« (Shusterman, 1992: 50-51).

Velja omeniti, da je umetnost zlasti evropski izum, da pa je seveda v preteklosti nastala tudi drugje (od Perzije do Koreje) in da se tam, tako kot v Evropi, deli na visoko ter popularno in množično. Dober primer je klasično kitajsko slikarstvo: tudi na Kitajskem bi množice verjetno sprejele umetnost, ki bi upodabljala podobnosti z življenjem, toda

»podobnost z življenjem ni bila nič več glavna slikarjeva skrb. Čeprav so ljudje iz kateregakoli dela prebivalstva želeli takšno sliko, so intelektualni slikarji, ki so vladali okusu v tej zvrsti umetnosti, vodili družbo stran od takšne usmeritve« (Gao, 1996: 137).

Kot nadaljuje Gao, stremlje klasično kitajsko slikarstvo k temu, da bi s pomočjo slike »gledali«, se »ozirali naokrog«, kot da bi hodili po pokrajini, medtem ko je paradigma evropskega in zahodnjaškega slikarstva *camera obscura* in s tem negibno zrenje. Kot pripominja Gao, Kitajci »po naravi« (lahko bi rekli na ravni množične kulture) niso prav nič bolj naklonjeni kitajskemu načinu upodabljanja, kot so to zahodnjaki, kar avtor dokazuje z velikim navdušenjem med Kitajci za fotografijo in torej »zahodnjaškim« načinom reprezentacije.

Kar je značilno za zahodno slikarstvo in vizualno reprezentacijo (in kar poruši zlasti kubizem), je načelo, ki ga je vodilni britanski umetnostni zgodovinar in likovni teoretik Ernst Gombrich opredelil kot »načelo očitvidca«:

³ Drugi postavljajo izvor »intelektualnega šovinizma« do neintelektualcev na začetke romantike (Storey: 2003).

»Obstaja vsaj eno povsem racionalno merilo resnice, ki ga lahko apliciramo na ustavljeno monokularno podobo, in to merilo so odkrili in prvič uporabili antični Grki. (...) Kar je Grke pripeljalo do tega, da so raziskali to merilo, je bila nova funkcija vizualne podobe, ki je zahtevala to, kar predlagam, da imenujemo 'načelo očividca'. To je načelo, ki so ga navadno opisovali v luči antične estetike kot načelo mimesis, posnemanja narave. Toda po moje ta formulacija odurne pozornost od najpomembnejšega dostavka načelu očividca, ki je tako pogosto zanemarjen: v mislih imam negativno pravilo, da namreč umetnik ne sme vključiti v svojo podobo ničesar; česar očivdec ne bi mogel videti z določene točke v določenem trenutku« (Gombrich, 1974: 190).

»Načelo očividca« dobro ponazori temeljno načelo zahodne reprezentacije ter tudi pojasni razliko med »zahodnim« ter npr. klasičnim kitajskim upodabljanjem. Ob tem pa ne smemo pozabiti, da sta zlasti evropski in ameriški modernizem stopila tudi na pot zlivanja obeh teh načel, čeprav sta do tega prišla neodvisno od tovrstne kitajske izkušnje (prim. Erjavec, 1999).

Kot večina novih področij teoretske refleksije v znanostih in drugih vedah, tudi za vizualne študije velja, da najprej ne nastopajo pod tem imenom, pač pa pod rubrikami umetnostne zgodovine, kulturnih študijev, ikonologije, vizualne teorije, kulturne kritike, semiologije, kritične teorije, poststrukturalizma, psihologije, fenomenologije percepcije, eksistencialne fenomenologije itd.

Ko se v osemdesetih letih izoblikujejo vizualni študiji, se navezujejo na kulturne študije, vizualno kulturo in semiologijo. Prve predstavljajo britanski kulturni študiji, teoretska obravnava druge pa temelji na vrsti del, ki nastajajo od srede sedemdesetih let dalje zlasti okrog W.J.T. Mitchella in čikaške revije *Critical Inquiry* (katere dolgoletni urednik je Mitchell). Napad Normana Brysona na Ernsta Gombricha ter na to, kar Bryson imenuje Gombrichova zahteva po »esencialni kopiji« (Bryson, 1983), pomeni nadaljnji korak k uveljavljanju alternativne (»nove«) umetnostne zgodovine, ki jo Bryson utemeljuje na semiologiji.

Analiza vizualne kulture vznikne zlasti iz umetnostne zgodovine, saj skuša ta pod vplivom zahodnega marksizma, frankfurtske šole, semiotike nastale v Sovjetski zvezi ter poststrukturalizma, preseči formalistično zastavitev tradicionalne umetnostne zgodovine ter enakovredno obravnavati družbeni kontekst umetniških del. Ker je v tem času – govorim zlasti o poznih sedemdesetih ter zgodnjih osemdesetih letih dvajsetega stoletja – ideologija nehala biti »velika pripoved«, kakršna je bila vse do razkroja socializma ter se je spremenila v vrsto lokaliziranih ideoloških manifestacij in instanc (družbene, spolne in etnične narave), je postala možna povezava med analizo umetniškega dela ter ideologijo (ideologičnosti takega umetniškega dela), pri čemer ta ideologija ali ideologičnost nista bili interpretirani kot »manifestirani v« delu, pač pa kot njegovi konstituenti.

»Trdim, da umetnost v dejanskem pomenu je [te kulturne in zgodovinske okoliščine]. V občem smislu, ki me tu zanima, umetnost ne 'izraža' ničesar; ne obstaja 'vsebina', katere gola 'forma' bi bila umetnost. Umetnost je prej vedno konkretni in zgodovinski predel konstrukcije družbenega pomena,

ki je konsistenten in nadaljevanje drugih modalnosti pomena, ne pa da bi se ga dalo nanje reducirati» (Summers, 1991: 255).

Podobe in slike so udejanitve moči, ne pa njeni izrazi. Taka razlaga umetniških del – ki sledi Althusserjevi epistemologiji ter njegovi razlagi ideologije in formacije spoznanja, kot tudi Foucaultovi razlagi oblasti, moči in nadzorovanja – preseže staro »ortodoksno marksistično« razlago odnosa umetniškega dela in ideologije, ki se praviloma vedno konča v slepi ulici vsiljevanja ideologije umetnosti ter, s strani umetnosti, v njenem »formalističnem« izogibanju »politizaciji« in ideologizaciji – pri čemer slednji dve nehoti postaneta konstitutivni za bistven del modernistične umetnosti dvajsetega stoletja (prim. Erjavec, 1988). Izkaže se, da v razmerah totalitarizma (in torej izrazite politizacije in ideologizacije družbe) le presežek identifikacije z ideologijo omogoči kritiko slednje (prim. Erjavec, 2003).

Prava »filozofija« vizualnega se vzpostavi šele koncem osemdesetih in v začetku devetdesetih let, ko vrsta zlasti ameriških filozofov in umetnostnih zgodovinarjev objavi vrsto medsebojno vplivanih del, ki obravnavajo tematiko pogleda, slikovnega obrata, hegemonijo gledanja ipd. Pri Brysonu (Bryson, 1983) je nove pozornosti deležen Maurice Merleau-Ponty, čigar eksistencialna fenomenologija in fenomenologija percepcije ostajata od Merleau-Pontyjeve nenadne smrti leta 1961 vse do osemdesetih let skoraj neznana in zlasti brez vpliva v ameriškem in britanskem akademskem prostoru.⁴ Interes za Merleau-Pontyjeve teorije je povezan z obnovljeno kritiko kartezijanstva (čigar prva sodobna kritika sta bila Edmund Husserl in Martin Heidegger), še zlasti kartezijanskega »perspektivalizma« – namreč vse do Merleau-Pontyjevega prevladujočega mnenja (tudi v umetnostni zgodovini), da je paradigma našega spoznavanja prav »znanstveni« monokularni statični pogled, ki ga omogoča fotografska kamera oziroma *camera obscura*.

Filozofsko kritiko gledanja, vizualnosti, prisposodbe ogledala in vsakovrstne osredotočenosti na pogled in svetlobo kot metaforičnega organa ter pripomočka znanja in vednosti že desetletje prej zastavi ameriški pragmatistični filozof Richard Rorty (Rorty, 1979), v svojem delu *Sklonjeni pogled* (Jay, 1993b) pa Martin Jay pokaže, kako so pravzaprav vsi francoski filozofi dvajsetega stoletja (z redko izjemo omenjenega Merleau-Pontyja in zgodnjega Jeana-Françoisa Lyotarda) – od Sartra, prek Lacana in Derridaja do Michela Foucaulta – kritizirali osredotočenost na vid, pa naj so v njem videli imaginarno, ki ga je potrebno preseči, da bi dosegli raven simbolnega, tj. jezika (Jacques Lacan) ali način funkcioniranja oblasti in moči (Foucault).

Zlasti na začetku devetdesetih let je bila objavljena vrsta zgodovinskih in filozofskih študij in zbornikov, ki obravnavajo osredotočenost zahodne kulture na oko in pogled (t.i. »okularocentrizem«; Jay, 1993b), avtoriteto vida v zahodni kulturi (Levin, 1993), t.i. »skopične režime« modernosti (Jay, 1993a)⁵ in vzroke za nastop t.i. »slikovnega obrata« (Mitchell, 1994) – in takšna dela izhajajo tudi kasneje (gl. npr. Levin, 1999).

⁴ Izjema so nekateri britanski estetikarji ter fenomenološko usmerjeni filozofi na Northwestern University (Evanston, Illinois).

⁵ Jay privzame izraz »skopični režim« od francoskega filmskega teoretika Christiana Metzja (gl. Jay, 1993a: 114).

Pomembni vzroki za tolikšno zanimanje za vprašanja vidnosti so tudi (a) izjemno zanimanje za kritično obravnavo postmodernizma kot pretežno vizualnega kulturnega pojava, (b) poskusi – povezani s pravkar omenjeno postmoderno pozicijo – prevrednotiti modernizem (prim. Krauss, 1994) ter (c) izjemno zanimanje (vsaj v amerškem in britanskem kulturnem prostoru) za dotlej marsikdaj slabo poznanege Walterja Benjamina (prim. npr. Susan Buck-Morss, 1991).⁶

Obravnavo vidnega in vizualnosti kot dveh filozofskih tem najdemo zlasti med ameriškimi avtorji. Ti so tvorci »velikih sintez«, ki nato utemeljujejo vizualne študije in teorijo vizualne kulture, pa naj gre za najbolj abstraktna filozofska vprašanja, za psihoanalizo ali za »nadzorovanje in kaznovanje«, feminizem itd. V kontinentalni Evropi so ta vprašanja nasprotno pogosto razumljena kot del ameriške teorije, ki služi kot refleksivna podpora vedno bolj navzoči globalni vizualni in množični ter popularni kulturi.

Medijski študiji, semiotika, teorija novih medijev – to so nekateri izrazi, ki jih srečamo v nemškem kulturnem prostoru.

Pomembna analiza gledanja in vizualnosti se je po drugi svetovni vojni začela v Franciji. S tem ne mislim le na Barthesovo semiologijo, pač pa zlasti na programatski spis Guya Deborda *Družba spektakla* (1967; gl. Debord, 1999), na Lyotardovo delo *Diskurz, figura* (1971), na številna dela Jeana Baudrillarda od sedemdesetih do devetdesetih let, v katerih je obravnaval vse od simbolne menjave, simulacije in simulakrov, do virtualnosti, kot tudi na dela Gillesa Deleuza. V zadnjih letih je prej omenjena tematika vidnega in vizualnosti le vstopila v francoski kulturni prostor in to zlasti prek svojih ameriških izvirov, delno pa tudi prek spisov nemškega umetnostnega zgodovinarja Hansa Beltinga, ki je vplival tudi na razprave o koncu umetnosti v ZDA. Tako sta nedavno dva vplivna francoska filozofa obravnavala problematiko podob (Nancy, 2003; Rancière, 2004), čeprav je res, da so bila vprašanja vidnega in podobe (pa tudi slike) tudi poprej občasno predmet splošnejših teoretskih razprav (npr. Damisch, 1987; Besançon, 1994).

Tako kot je bila francoska teorija nenaklonjena množični in komercialni kulturi (že Roland Barthes je svoje semiološke analize uporabljal za to, da je razkrival »mitski«, to je ideološki, skomercializirani in politično motivirani pomen reklam in drugih podob ter besedil), tudi ni gojila posebnega zanimanja za vizualno kulturo kot tako, namreč kot svojevrsten holistični pojem, ki naj bi označeval neko družbeno prakso in pojav, ki naj ne bi imel le negativnih pač pa tudi pozitivne konotacije. Odklonilen in skrajno kritičen odnos do podob srečamo že v šestdesetih letih (krog revije *Tel Quel*), v Debordovi uničujoči kritiki družbe spektakla (Debord, 1967/1999), pri Baudrillardu in pri vrsti drugih francoskih avtorjev (gl. Jay, 1993b). Ameriški avtorji nasprotno praviloma iščejo tudi pozitivne plati vizualne kulture ter teoretskega odnosa do nje, saj, kot ugotavlja W.J.T. Mitchell, »potrebujemo kritiko vizualne kulture, ki je pozorna na moč podob za dobro in za zlo« (Mitchell, 1994: 2).

Na drugi vidik, ki izhaja iz privilegiranja popularne kulture na račun elitne, opozarja Nicholas Mirzoeff: kulturni študiji naj bi vodili do bizarne situacije, »da

⁶ O teh temah gl. tudi Erjavec, 1996; Erjavec, 1998; Erjavec, 1999.

lahko vsakega gledalca [televizijske nadaljevanke] *Star Trek* definiramo kot 'opozicionalnega', medtem ko je vsak gledalec umetnosti zavedenec 'vladajočih razredov' (Mirzoeff, 1999: 11). S tem smo se vrnili k umetnosti.

Umetnostna zgodovina in vizualna teorija

Problem umetnosti v odnosu do kulture (pa naj gre za likovno ali za druge umetnostne zvrsti) je danes naslednji: na eni strani imamo elitistično kulturo in umetnost, ki temeljita na tako ali drugače utemeljenih vrednotah, na drugi pa imamo proizvode kulture, ki so simbolno potrošno blago in so na ta način ravno ne-kultura in ne-umetnost. Tudi če v zgodovini dela profane kulture prehajajo v sfero umetnosti, to samo po sebi ne pomeni drugega, kot da je meja med tema področjema porozna, fluidna in negotova – da je kánon nekaj nezanesljivega in spremenljivega. Kot so opozorili že avtorji popularne kulture, postanejo dela slednje dragocena šele takrat, ko so na tem, da izginejo (Storey, 2003).

Na prvi pogled bi se zdelo, da se glede teh vprašanj avtorji, kot sta npr. Adorno in Greenberg na eni strani ter umetnostni zgodovinarji, kakršen je Ernst Gombrich, razlikujejo. A to je prvi vtis, kmalu namreč opazimo, da tako eni kot drugi izhajajo iz zahteve po *vrednotenju* proizvodov kulture, razlikujejo pa se predvsem v argumentativnih in vrednostnih izhodiščih, tradicionalna umetnostna zgodovina (ta je ključna zaradi današnje ključne vloge likovne umetnosti⁷) namreč vidi »vrednost« v ohranitvi nekega dela skozi zgodovino ter v njegovi od tod izhajajoči umešititvi v zakladnico kulturne in umetnostne zgodovine. V tem pogledu se od navedenih usmeritev ne razlikuje niti Norman Bryson, ki je zlasti s svojim delom *Gledanje in slikarstvo: logika zrenja* (1983), temeljito zamajal tradicionalna izhodišča umetnostne zgodovine, zahteval je namreč »materialistični« pogled – a hkrati takšnega, ki je »v spopadu s historičnim materializmom« (Bryson, 1983: 12). Kaj je Bryson razumel pod »materialističnim« pogledom, je morda še najbolj razvidno iz njegove zahteve po obravnavi dela kot znaka:

»[S]lika kot znak mora biti temeljna predpostavka materialistične umetnostne zgodovine; (...) prostor, kjer vznikne znak, je interindividualni teritorij prepoznave; (...) koncept pomena znaka ne more biti ločen od njegove utesitve v kontekstu« (Bryson, 1983: 131).

In, je nadalje zahteval Bryson, »gledanje« oziroma umetnostna zgodovina, naj se prične ukvarjati z interpretacijo namesto s percepcijo (Bryson, 1983: xiv).

Kaj konkretno je Bryson imel v mislih in za kakšno vprašanje je pravzaprav šlo, je razvidno iz ugotovitve neke druge umetnostne zgodovinarke, namreč Svetlane Alpers. Ta je v eseju o Velázquezovi sliki *Las Meninas* (ki je bila predmet številnih protislovnih razlag) ter njeni interpretaciji s strani Michela Foucaulta zapisala:

⁷ Res je, da se danes pogosteje kot o likovni umetnosti govori o vizualnih umetnostih, kar po eni strani izhaja iz upravičene ugotovitve, da so dela tovrstne umetnosti vedno bolj multimedijska, po drugi strani pa iz namere zaobiti vprašanje estetskega vrednotenja.

»Zagovarjati nameravam mnenje, da obstaja strukturalna razlaga, ki je vgrajena v interpretativne postopke same discipline [=umetnostne zgodovine], zaradi katere je postala slika, kakršna je Las Meninas, nezamisljiva pod rubriko umetnostne zgodovine« (Alpers, 1983: 31).

Alpersova v nadaljevanju zapiše, da je potrebno »nakazati načine, na katere slikovna reprezentacija, torej estetski red, zadeva tudi družbenega« (Alpers, 1983: 40; gl. tudi Erjavec, 2004: 189).

Brysonova širitev meja umetnostne zgodovine ter njegova zahteva po družbeno kontekstualni obravnavi umetniških del (kar vse sovпада s trditvami in zahtevami Alpersove) je sovpadala z vrsto del precej raznovrstnih piscev (ali pa je tem predhodila), ki so se posvetili družbeni posredovanosti gledanja oziroma različnim vidikom zrenja, pogleda, gledanja, utelesitve pogleda, kritiki kartezijanstva, načinom opazovanja itd. Tako je koncem osemdesetih ter zlasti v začetku devetdesetih let preteklega stoletja izšla vrsta že omenjenih del, ki so bila posvečena pogledu, gledanju, okularocentrizmu, slikovnemu in vizualnemu obratu itd.,⁸ oziroma so obravnavala vprašanja politične, spolne, etnične in družbene moči, kot so se ta materializirala v slikovnih reprezentacijah (npr. Nochlin, 1991a).

Na tej točki pa je angloameriška (zlasti umetnostno zgodovinska) obravnava tematike vizualnega imela predhodnika, namreč semiologijo, ki jo je že v petdesetih letih razvijal zlasti Roland Barthes. Ta je v nizu svojih esejev zbranih v *Mitologijah* (Barthes, 1957) ter v teoretskem eseju »Retorika podobe« (Barthes, 1964) pokazal, da podobe funkcionirajo na način tega, kar je imenoval »mit«. Če primerjamo esej Linde Nochlin »Ženske, umetnost in moč« iz leta 1988, v katerem ta »raziskuje razmerja, ki obstajajo med ženskami, umetnostjo in močjo v skupini vizualnih podob iz poznega osemnajstega stoletja vse v dvajseto stoletje« (Nochlin, 1991b: 13), vidimo, da skoraj povsem sledi metodi, ki jo že nekaj desetletij poprej razvije Roland Barthes. Ta v eseju »Retorika podobe« izpelje semiološko analizo reklame za podjetje Panzani, ki reklamira svoje proizvode, namreč testenine in parmezan (Barthes, 1964). Barthes razvije obsežno semiološko analizo različnih denotativnih pomenov ponujenih izdelkov ter pokaže, kako je možno podobo brati kot tekst. Ali kot to metodo desetletja kasneje opiše Norman Bryson:

»Prednost obravnavanja vizualne podobe kot znaka je, da s tem, ko smo premestili sliko znotraj družbenega področja na njej inherenten način, ne pa le zato, ker bi ta premestitev bila rezultat njene instrumentalne namestitve tja s strani koga drugega, postane možno misliti podobo kot diskurzivno delo, ki se vrne v družbo« (Bryson, 1991: 70).

Ta »semiološki pristop« (Bryson, 1991: 73) sledi potem, ki jih je utrl Barthes (ki pa je tudi sam imel predhodnike in to zlasti v t.i. »ruskih formalistih« iz časa prve svetovne vojne). Težava, na katero hitro naleti Bryson pa je, da z upoštevanjem družbene moči in načinov, na katere se ta moč manifestira oziroma materializira

⁸ Prim. Crary, 1990; Jay, 1993a; Jay, 1993b; Mitchell, 1986; Mitchell, 1993; Krauss, 1994; Levin, 1993; Erjavec, 1996, itd.

skozi podobe, ne vzpostavlja in ne artikulira umetnostno zgodovinskih meril, ki bi omogočala »vrednostno« konstituiranje takšnih del kot umetniških del. Povedano drugače, predpostavka semiološke analize umetniških likovnih del je, da ta že sodijo v zakladnico umetnostne zgodovine, to je, njihova »umetniškost« se ne izpostavlja kot problem, pač pa velja za tisto predpostavko, ki »zainteresira« spoznavni akt analize slike. Ali rečeno še drugače: to, da je delo sprejeto za umetniško, je predpogoj temu, da ga semiolog sploh upošteva kot semiološke analize vrednega – razen seveda, če si takšne obravnave ne zasluži zaradi svojih ideoloških (oziroma v primeru Barthesa »mitskih«) pomenov.

Takšna zastavitev izzove vrsto problemov, od katerih je marsikakšen obravnavanim avtorjem ostal zakrit, in to zlasti zato, ker je na področju likovne umetnosti in umetnostne zgodovine kánon izjemno močan. Dodati je potrebno, da obravnavani avtorji praviloma obravnavajo dela klasične likovne umetnosti. Kot ugotavlja Stephen Melville, tudi Bryson ne odgovori na vprašanje modernizma znotraj polja tradicionalno ali semiološko koncipirane umetnostne zgodovine (Melville, 1991: 75), kar je pomanjkljivost, ki preganja umetnostno zgodovino vse od nastanka modernističnega slikarstva v devetnajstem stoletju.

Način, kako se je sama semiologija izognila temu problemu, je torej bil, da se najprej (Barthes) sploh ni ukvarjala z vrednostnim (»umetniškim« in »estetskim«) ocenjevanjem predmeta svoje razčlembe, kasneje (Bryson) pa je takšno »vrednost« vzela za predhodno legitimizirano izhodišče.

Ko Barthes razčlenjuje denotativne in konotativne pomene reklame za testenine in parmezan Panzani, ga zanima mit, ga zanima to, kar ta reklama »pripoveduje« – zaradi česar tudi je postala predmet »retorike podobe«.

Znani Barthesov primer je fotografija črnca v francoski vojaški uniformi, ki salutira francoski zastavi (Barthes, 1957: 201): fotografija nam »govori«, da je črni vojak francoski domoljub, ki se identifikira s Francijo, prek te denotacije pa postane vse kaj drugega kot posameznik, kar za Barthesa v resnici (po »bistvu«) je: postane simbol pripadnosti kolonialnih podanikov francoski imperialni državi. Mit, kot ga tu uporablja Barthes, je metajezik ter mit v antropološkem pomenu, namreč kot »zakladnica vrednot« (prim. Howells, 2003: 101; Howells, 1999: 37-59).

Prek Barthesove uporabe mita smo se vrnili k »modelu antropologije«, o katerem so govorili uredniki revije *October*, antropologija se namreč ne ukvarja z vprašanjem utemeljevanja vrednot. Če parafraziram Zygmunta Baumana, bi lahko rekli, da so antropologi interpreti, ne pa, tako kot umetnostni zgodovinarji ali filozofi, zakonodajalci.

Vprašanje, ki so ga leta 1996 zastavili uredniki revije *October*, je res izražalo neko nelagodje. Izvor slednjega lahko po eni strani iščemo v preokupaciji revije z avantgardno (»visoko«) umetnostjo in po drugi v nenehni širitvi vizualne kulture. Ali kot na samem začetku revije zapišeta v imenu uredništva Rosalind Krauss in Hal Foster:

»Vizualna kultura vrši dvojno funkcijo: je hkrati delni opis družbenega sveta posredovanega z blagovnimi podobami in vizualnimi tehnologijami, in je akademska rubrika za interdisciplinarna zbliževanja med umetnostno

zgodovino, filmsko teorijo, medijsko analizo in kulturnimi študiji (October, 1996: 3).

Kar je pri tem moteče ni druga funkcija pač pa prva, saj vizualna »kultura« nasprotuje samim vrednostnim izhodiščem avantgardne in sploh visoke umetnosti, in to prav na osnovi izhodišč, ki so jih v dvajsetem stoletju uveljavili umetnostna zgodovina ter filozofija (Adorno) in likovna kritika (Greenberg) modernizma.

Zlasti v petdesetih in šestdesetih letih je v družboslovju obstajala vrsta teorij, ki so, pogosto izhajajoč iz del mladega Marxa in psihologije, zagovarjale »antropološke« (v pomenu univerzalno človeške) osnove človekove ustvarjalnosti in percepcije. Z uveljavitvijo teorij o družbeni konstrukciji realnosti ter ob predhodni kritiki humanizma s strani Louisa Althusserja in Michela Foucaulta, so te teorije izgubile večji del svoje zanimivosti in prepričljivosti. Vseeno pa se zdi, da je za razumevanje podob in njihovega učinkovanja potrebno tudi takšno »antropološko« utemeljevanje njihove funkcije in prepričljivosti. V preteklosti je v tej smeri potekalo raziskovanje francoskega fenomenologa Mauricea Merleau-Pontyja (Merleau-Ponty, 1945; Merleau-Ponty, 1961/2004; Erjavec, 1996; Erjavec, 2004), ki je na osnovi fiziološkega delovanja človeka vpeljal pojem »utelesitve« percepcije.⁹

Naj omenim enega od sodobnih poskusov »antropološko« razložiti ne le naš specifični odnos do podob, pač pa tudi utemeljiti vrednotenje teh podob in slik. Gre za Paula Crowtherja, ki izhaja iz Merleau-Pontyja in Kanta. Po Crowtherju je pomen podob v našem življenju bistveno povezan z našimi zmognostmi imaginacije, podobe namreč omogočajo vzpostavitev naše kognitivne kompetence. Podobe niso le nekaj »tam izven«, pač pa so integralni del naše imaginativne dejavnosti in sposobnosti, sposobnosti zamišljanja, kjer nenehno prehajamo iz mišljenja v percepcijo in iz zamišljanja v »zunano« perceptivno realnost. Že Descartes govori o potrebi, da višja zmognost ureja vidno zaznane podobe, podobno kot Leibniz omenja dve ravni spoznanja.

Da bi ponazoril naravo naše vizualne percepcije, Rudolf Arnhem predloži problem imaginarne kocke, ki ga lahko rešimo v svoji imaginaciji, ne da bi zato potrebovali besede oziroma jezik, niti da bi ob tem lahko ločili med percepcijo in imaginacijo na eni strani ter mišljenjem na drugi: oboje je neločljivo povezano (Arnhem, 1974).

Crowther utemeljuje razliko med umetnostjo in ne-umetnostjo v tem, da prva uvaja inovacije, tako da

»[n]amesto, da bi preprosto prepoznali to, kar je upodobljeno, nas pričnejo zanimati slikovni načini in estetska povezanost dela. Slikovna reprezentacija tako postane umetnost. (...) Ko slikovna reprezentacija postane umetnost, je to priznanje, da nekateri izdelovalci slik ne le preprosto reproducirajo status quo tradicije ali svojega lastnega časa. Oni kažejo v nove smeri, ki jih drugi lahko priredijo svojim lastnim namenom kot proizvajalci, kot opazovalci ali oboje. Nekateri umetniki dosežejo to v izjemno veliki in dru-

⁹ Ob omenjanju percepcije sveta in še zlasti njegove vizualne percepcije, velja vsaj omeniti J.J. Gibsona in Rudolfa Arnheima.

gi v manjši meri. Zaradi tega lahko govorimo o kánonu slikovne umetnosti» (Crowther, 2002: 129 in 135).

Vidimo, da Crowther na svoj način izpelje izhodišče tezo umetnostne zgodovine, da je namreč novost, ki nato učinkuje in vpliva znotraj niza umetnosti, tista, ki iz dela naredi vizualno delo.

To področje je lahko široko in nikakor ne zajema le tega, kar v novejšem času imenujemo lepe umetnosti ali likovna umetnost; že uredniki prej omenjene številke revije *October*, so v 2. točki svojega vprašalnika zapisali:

»2. Predlagalo se je, da vizualna kultura zaobjema isti razpon prakse, ki je spodbujal mišljenje zgodnje generacije umetnostnih zgodovinarjev – kakršna sta bila Riegl in Warburg – ter da je vrnitev različnih, na medijih temelječih zgodovinskih disciplinah, kakršne so umetnost, arhitektura in različne kinematografske zgodovine, k tej zgodnji intelektualni možnosti življenjskega pomena za njihovo prenovitev« (*October*, 1996: 25).

Alois Riegl in Aby Warburg sta bila pomembni osebnosti umetnostne zgodovine konca devetnajstega in začetka dvajsetega stoletja. Učenec te dunajske umetnostno zgodovinske šole Ernst Gombrich v Veliko Britanijo vpelje znanost umetnostne zgodovine ter v začetku osemdesetih let dvajsetega stoletja služi kot predmet kritične obravnave Normanu Brysonu, češ, da on in njegova umetnostna zgodovina ne upoštevata družbene zgodovine umetniških del. Riegl in Warburg sta, tako kot vrsta drugih pristašev njune usmeritve (pri nas Izidor Cankar), obravnavala klasično umetnost, pri čemer pa sta, tako kot seveda celotna »šola«, upoštevala tudi arhitekturo ter – to velja zlasti za Warburga – tudi etnografske raziskave. Povedano drugače, uredniki ameriške revije so v vračanju k tej začetni širini umetnostne zgodovine videli možnost vključitve raznovrstnih področij v nastajajoče teoretsko polje vizualne kulture.

Na prvi pogled bi se zdelo, da bi to bilo možno, saj dejansko obstaja vrsta disciplin ali teoretskih področij (filmski in medijski študiji, novi mediji, oblikovanje itd.), ki vsi obravnavajo to dinamično polje, ki mu pravimo »vizualna kultura«. Toda to, kar je od nastanka umetnostne zgodovine pred enim stoletjem (vsaj doslej) preprečevalo tak tok dogodkov, je bil vzpon modernistične in avantgardne umetnosti ter njunih teorij – sestavni del slednjih pa je bilo tudi modernistično zavračanje množične kulture.

Da je vzpon modernistične (in tudi precejšnjega dela postmodernistične) umetnosti možno vključiti v shemo umetnostne zgodovine, dobro dokazuje Crowtherjeva teorija. Da je to možno storiti tudi z avantgardno umetnostjo in njeno teoretsko utemeljitvijo, dokazuje že sama revija *October* ter celoten razvoj neoavantgardne umetnosti, ki je (modernistična ali postmodernistična, figurativna ali abstraktna) še vedno sledila tudi merilu novosti in s tem avantgardnosti – kar je praktično vzelo pomenilo ekskluzivizem. Razmah množične kulture, ki je tudi vedno bolj vizualna, pomeni zanikanje temeljnih izhodišč tako klasične umetnostne zgodovine kot avantgardne umetnosti dvajsetega stoletja. Hkrati ta razmah povzro-

či dodatno povzdigovanje originalnih del, med njimi še zlasti klasičnih. Danes se običajno brez posebne analize sprejema teza Walterja Benjamina o tehnični reproduktibilnosti umetniških del ter o od tod izhajajočih posledicah za umetnost in njeno kopijo. Toda Crowther upravičeno ugotavlja:

»Walter Benjamin je trdil, da ustvarjanje mehanično reproduciranih podob vodi k zmanjševanju 'avre' originala. Dejansko je res nasprotno. Obstoj reprodukcije v vseh njenih raznovrstnih kopijah, dejansko zveča občutek enkratnosti originala« (Crowther, 2002: 138).

Mnoštvo posnetkov povzdigne original na nov piedestal in še zaostri odnos med množično kulturo ter elitno umetnostjo.

Kar bi vse tri oblike umetnosti in kulture (klasično, kot je bila zastavljena skozi klasično umetnostno zgodovino, avantgardno, kot je bila zastavljena pri modernističnih avtorjih, kot so bili Adorno, Heidegger in Greenberg, ter današnja vizualno kulturo) sicer lahko združevalo, bi bil politični oziroma ideološki vidik njihovih izdelkov. Tako umetnostna zgodovinarja Linda Nochlin in T.J. Clark v svojih številnih študijah o umetnosti osemnajstega in devetnajstega stoletja ponujata politično in ideološko branje likovnih del, kar sicer pogosto ustreza zahtevam, ki jih je postavljala klasična umetnostna zgodovina, le da ne gre za razvoj umetnosti znotraj njenih (povsem formalno umetniških) okvirov, pač pa poteka inovacija nasprotno skozi politične in ideološke vidike del – prav ta inovacija pa nato osmišlja formalno umetnostno inovacijo. Vseeno pa je politični in ideološki vidik le en vidik umetnosti – ob eksistencialnem in številnih drugih, ki jih lahko razlagamo na vrsto različnih načinov.

Na prvi pogled bi pričakovali, da bomo probleme, povezane z vizualno kulturo in njenim statusom, srečali tudi pri popularni in množični kulturi ter od tod izhajajočih kulturnih študijah. Kulturni študiji so se razvili najprej zlasti v Veliki Britaniji in to predvsem kot odgovor na naraščajočo potrebo po teoretski ter vrednostni in pedagoški razlagi popularne kulture v proletarski in polproletarski populaciji domačinov in priseljencev v Veliko Britanijo, ki so pogosto imeli skromno jezikovno znanje, so pa ob tem bili veliki potrošniki proizvodov popularne kulture, pa naj je šlo za glasbo ali za vizualno in uporabno umetnost. Zaradi močnih socialnih sestavin te kulture ter marginalnega družbenega položaja te populacije ni bilo presenetljivo, da so postali referenčni avtorji ne le Stuart Hall, pač pa tudi Raymond Williams in Antonio Gramsci. Od tod izhajajoči kulturni študiji so zato nujno definirani tudi politično, še več, »kultura« v kulturnih študijah je prej definirana politično kot pa estetsko« (Storey, 1996: 2).

Kaj pa se dogaja v vizualnih študijah in teoriji? Kot zapiše v svoji odmevni knjigi *Umetnost opisovanja. Holandska umetnost v sedemnajstem stoletju* (1983) Svetlana Alpers,

»namen te študije ni zgodovina holandske umetnosti, pač pa holandska vizualna kultura – da uporabim izraz, ki ga dolgujem Michaelu Baxandallu« (Alpers, 1989: xxv).

Morda je simptomatično (čeprav hkrati tej opazki ne bi smeli pripisovati prevelikega pomena), da tako naslov kot podnaslov knjige, navkljub pravkar navedeni programatski izjavi, vsebujeta besedo »umetnost« (in ne vizualno »kulturo«), kar nakazuje, da je izhodišče ter diskurzivni in epistemološki kontekst te študije še vedno umetnostna zgodovina. Ob tem pa sam izbor teme – holandsko slikarstvo – ter njegova interpretacija, ki jo ponuja Alpersova, subvertirata namene umetnostne zgodovine ter v njej razkrivata praznino in vzbujata nekakšen *horror vacui*, izkaže se namreč, da naj bi prav holandsko slikarstvo (ki naj bi bilo »umetnost opisovanja« za razliko od italijanskega, ki naj bi bilo »pripovedno« (Alpers, 1989: xix)) in z njim vsa »severna« tradicija imela dve lastnosti. Prvo povzame izjava, ki jo navaja Alpersova: »Kakšen motiv je imel holandski slikar za slikanje slike? Nobenega« (Alpers, 1989: xviii). Druga značilnost tega slikarstva pa je njegov potrošni značaj:

»S stališča njene potrošnje, se je umetnost, kot jo pojmujejo v naših časih, v mnogih pogledih pričela s holandsko umetnostjo. Njena vloga v družbi se ni dosti razlikovala od umetnosti danes: likvidna investicija kot srebro, tapiserije ali druge vrednosti, so slike kupovali v umetniških trgovinah ali na tržnicah kot lastnino, ter so bile obešene, si predstavljamo, da bi zapolnile prostor ter krasile stene domovanj« (Alpers, 1989: xxii).

326

Umetnosti, ki jo je njen ustvarjalec proizvedel brez vsakršnega globljega namena, ki so jo prodajali in kupovali na tržnicah kot vsako drugo blago in ki ni izkazovala posebnih transcendentnih, transcendentalnih ali eksistencialnih vrednot ter je služila povečevanju prijetnosti domovanja, pač težko pripišemo izjemen pomen, ki so ga umetnosti – že renesančni in klasicistični, zlasti pa romantični ter avantgardni in modernistični – pripisovali zlasti modernizem ter njegovi teoretiki: Adorno, Greenberg in navsezadnje Martin Heidegger (npr. v svoji analizi van Goghove slike *Par kmečkih čevljev*; Heidegger, 1967). Takšna umetnost pač ni bistveno drugega kot vizualna kultura.

»Vizualni svet ni le moderni svet. (...) Pred petimi stoletji, na primer, bi bili Zahodnoevropejci v trenutku sposobni točno določiti družbeni položaj drug drugega iz urejenih podrobnosti njihove obleke in bi bili hkrati zmožni interpretirati versko sliko z natančnostjo, ki bi osramotila sodobne proučevalce« (Howells, 2003: 5).

Kot ugotavlja isti avtor, takšno »branje« vizualnih podrobnosti ni bilo omejeno na »kultivirane« dežele,¹⁰ pač pa je enakovredno veljalo za domorodce širom sveta (in, bi lahko dodali, marsikaj od tega velja tudi za druga živa bitja).

¹⁰ Kjer so izhajala dela, posvečena pomenom podob in simbolov ali emblemov (npr. *Iconologia* (1593) Cesara Rippe).

Zaključek

V članku sem želel opozoriti na nekatere, za vizualno kulturo ter njeno teoretsko obravnavo, to je za filozofijo in teorijo vizualnega na eni strani ter za vizualne študije na drugi, specifične poteze in vidike. Posebej sem želel pokazati na antinomična stičišča med umetnostno zgodovino in vizualnimi študiji.

Za razliko od popularne kulture in kulturnih študijev, ki so v političnosti kulturnih študijev o (zlasti) popularni kulturi (ki izhaja že iz njenega pogostega subkulturnega položaja v določeni družbi) našli dobro protiutež modernistični kritiki množične in popularne kulture, kot jo zasledimo pri vseh osrednjih teoretikih in kritikih iz dobe modernizma (z izstopajočo izjemo Walterja Benjamina), je vizualna kultura postala predmet podrobnejših raziskav šele v zadnjih dveh desetletjih.

»[T]eorija vizualne kulture' (...) je po pomenu tesno povezana s projektom analize vizualnih podob, ki se je pričel kot (francoska) 'semiologija' ter s pogledom na 'kulturo', definirano znotraj projekta (britanskih) 'kulturnih študijev'« (Burgin, 1996: 1).

Vizualna kultura ima drugačen položaj kot množična in popularna kultura, čeprav se z njima močno prekriva. Ker sta današnja kultura in umetnost pretežno vizualni in globalni, je njuna medsebojna osmoza neprimerno lažja in večja, kot pa je bilo prehajanje med modernistično umetnostjo in kulturo taistega obdobja.

Tudi za vizualne študije velja to, kar je Victor Burgin zapisal glede kulturnih študijev:

»Kulturni študiji ne morejo biti ena disciplina, ne morejo imeti enega predmeta, ne morejo imeti enega načina analize. Le cilj kulturnih študijev lahko poimenujemo: 'kulturni študiji' proučujejo razmerje med kulturo in politiko (med kulturo, ki ni ena sama stvar in politiko, ki ni ena sama stvar)« (Burgin, 1996: 21).

Razliko med vizualno kulturo in drugimi oblikami kulture najdemo tudi v specifičnih medijev vizualne kulture. Čeprav je ta razlika prvenstveno tehnična, ima specifičnosti, ki tudi znotraj vizualne kulture vzpostavljajo podobno hierarhijo kot med široko množično in popularno kulturo ter visoko kulturo ali umetnostjo.

A razlika se, kot že omenjeno, zlasti vzpostavi na ravni teoretske refleksije. Zaradi sovpadanja kulturološke obravnave vizualne kulture ter filozofskega zanimanja za vprašanja vidnosti in pogleda, je vizualna kultura nekoliko nenadejano dobila filozofsko podporje, ki ga popularna kultura, razen *per negationem*, to je v obliki kritike in odklanjanja množične kulture, ni imela.

Popularna in množična kultura na eni strani ter vizualna kultura na drugi, se po značaju, pomenu in učinkih pogosto močno prekrivata, pri čemer postaja popularna kultura vedno bolj vizualna in audiovizualna.

Družbena in politična legitimnost popularne kulture je v angloameriškem prostoru, pa tudi marsikje v Aziji, izhajala tudi iz dejstva, da velik del prebivalstva pač

nikdar ni bil potrošnik elitne umetnosti, pač pa le (a navadno zelo pogosto) množične in popularne kulture. Od tod izvirajo upravičene filozofske zahteve po prevrednotenju popularne kulture ter kritika dandanes nevzdržno strogih zahtev npr. Adorna (gl. Shusterman, 1992: 50-51), katerih privzemanje danes povzroči le to, da ogromen del kulture ni predmet teoretske refleksije, čeprav hkrati najbrž prav ta del kulture nudi največje možnosti za družbeno in socialno kritiko. Vprašljivo je sicer, če je popularna kultura, kot zatrdi Stuart Hall leta 1994, še vedno »eno od mest, kjer bi lahko bil konstituiran socializem« (nav. v Storey, 1996: 3), vseeno pa drži, da zlasti v takšnih marginalnih oblikah kulture obstaja možnost kritike in rezistence. Seveda pa se takoj zastavi vprašanje, če v takšnem primeru ni pravilneje govoriti o umetnosti (ki vnaša estetsko novost ali/in politični upor) in ne o »kulturi«, pa naj bo vizualna ali druga, ki pač nima teh ambicij. Vedno so obstajale simbolne forme in oblike kulture, ki niso bile niti politično udarne niti estetsko provokativno nove. Zlasti v polpreteklem modernizmu pa se izoblikuje predstava, da sta ti dve lastnosti ključni potezi umetnosti – in mi smo neposredni dediči tega prepričanja (gl. Erjavec, 2004).

V večjem delu današnje evropske kontinentalne teorije še vedno prevladuje adornovski odnos do vizualne kulture. Vzroke zanj lahko najdemo v specifičnostih evropskega modernizma, čigar elitizem ima izvore vsaj v romantiki. Prav zato je tudi res, da »Evropa (...) ni uspela vzpostaviti lastnih oblik množične kulturne proizvodnje« (Jameson, 1998: 67). A morda nastaja ta občutek zlasti zaradi vdora proizvodov ameriške množične vizualne kulture, ki deluje globalno. Namreč, v Evropi »vzpon množične kulture v poznem devetnajstem in zgodnjem dvajsetem stoletju deluje kot razvoj *nacionalnih* kulturnih trgov« (Denning, 2004: 29).

Seveda pa vizualna kultura ni le predmet defenzivne obravnave, pač pa tudi ofenzivne, čeprav sta celo pri zagovornikih družbeno in politično pozitivne vloge vizualne kulture ti dve stališči pomešani. Tako npr. Mirzoeff trdi, da naj bi nekatere televizijske nadaljevanke gledalcem nudile »prepričljiv občutek izkustva vsakdanjega življenja« (Mirzoeff, 1999: 18) ter pričakuje, da bodo morali »kulturni študiji spremeniti svoje tradicionalno dajanje prednosti identifikaciji in slavljenju mest odpora v vsakdanjem življenju, ob ignoriranju drugih vidikov vsakdanjosti kot banalne ali celo reakcionarne« (Mirzoeff, 1999: 29).

Čeprav je takšna zahteva upravičena, pa se kmalu izkaže, da je tudi po Mirzoeffu zastavek kulturnih in s tem tudi vizualnih študijev večji kot pa preprosto nudenje občutka »izkustva vsakdanjega življenja« ter preseganje meja med odporom in banalnostjo: »Vizualno kulturo so videli kot razvedrilo od resnega posla teksta in zgodovine. Sedaj je vizualna kultura mesto kulturne in zgodovinske spremembe« (Mirzoeff, 1999: 31).

Če bo teorija te vizualne kulture slednjo uspela pripeljati v široko polje vednosti, kot so si to leta 1996 zamislili uredniki revije *October*, je vprašanje, na katerega še ne moremo odgovoriti. Kar je danes jasno, je, da je zaradi vrste razlogov vizualna kultura zelo heterogen sistem pojavov, ki so že zaradi svoje narave hitro minljivi.

Najbrž smo, kar zadeva velik del vizualne kulture, danes po eni strani še vedno v situaciji, ki jo je dobro opisal Fredric Jameson: »Misliti karkoli ustreznega o

komercialni televiziji prav lahko pomeni njeno ignoriranje ter misliti nekaj drugega« (nav. v Burgin, 1996: v). Po drugi strani je vizualna »kultura« (v »kulturnem« pomenu besede), tako kot pop in množična kultura, predmet semiotičnih in drugih teoretskih in kritičnih obravnav. V tem primeru je obravnavana na »antropološki« način. Obe ti plati preči nelagodje razmerja med umetnostjo in kulturo, in torej med umetnostno zgodovino ter teorijo vizualnega in teorijo vizualne kulture.

LITERATURA

- Adorno, Theodor W. (1997): *Résumé über Kulturindustrie*. V Theodor W. Adorno, *Gesammelte Schriften* 10.1. *Kulturkritik und Gesellschaft I (Prismen – Ohne Leitbild)*, 337-45. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Alpers, Svetlana (1983): *Interpretation without Representation, or, The Viewing of Las Meninas*. *Representations* 1(1): 31-42.
- Alpers, Svetlana (1989): *The Art of Describing. Dutch Art in the Seventeenth Century*. London: Penguin.
- Arnheim, Rudolf (1974): *A Plea for Visual Thinking*. V W.J.T. Mitchell (ur.), *The Language of Images*, 171-179. Chicago: University of Chicago Press.
- Barthes, Roland (1957): *Mythologies*. Pariz: Seuil.
- Barthes, Roland (1964): *Rhétorique de l'image*. *Communications* 4: 40-51.
- Belting, Hans (2003): *Art History after Modernism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Benjamin, Walter (1998): *Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati*. V Walter Benjamin, *Izbrani spisi*, 145-176. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Besançon, Alain (1994): *L'image interdite. Une histoire intellectuelle de l'iconoclasme*. Pariz: Fayard.
- Bourdieu, Pierre (1993): *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.
- Bryson, Norman (1983): *Vision and Painting. The Logic of the Gaze*. New Haven: Yale University Press.
- Bryson, Norman (1991): *Semiology and Visual Interpretation*. V Norman Bryson, Michael Ann Holly in Keith Moxey (ur.), *Visual Theory*, 61-73. Cambridge: Polity Press.
- Buck-Morss, Susan (1991): *Walter Benjamin and the Arcades Project*. Cambridge, Mass.: M.I.T. Press.
- Bürger, Peter (1974): *Theorie der Avantgarde*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Burgin, Victor (1996): *In/Different Spaces. Place and Memory in Visual Culture*. Berkeley: University of California Press.
- Crary, Jonathan (1990): *Techniques of the Observer: On Vision and Modernity in the Nineteenth Century*. Cambridge, Mass.: M.I.T. Press.
- Crowther, Paul (2002): *The Transhistorical Image. Philosophizing Art and its History*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Damisch, Hubert (1987): *L'Origine de la perspective*. Paris: Flammarion.
- Debord, Guy (1999): *Družba spektakla*. Ljubljana: ŠOU, Studentska založba.
- Denning, Michael (2004): *Culture in the Age of Three Worlds*. London: Verso.
- Erjavec, Aleš (1988): *Ideologija in umetnost modernizma*. Ljubljana: Partizanska knjiga.
- Erjavec, Aleš (1996): *K podobi*. Ljubljana: ZKOS.
- Erjavec, Aleš (1998): *Das fällt ins Auge ... V Gianni Vattimo in Wolfgang Iser (ur.), Medien – Welten Wirklichkeiten*, 39-57. München: Fink Verlag.
- Erjavec, Aleš (1999): *Visual Culture*. V Lars Kiel Bertelsen, Rune Gade in Mette Sandbye (ur.), *Symbolic Imprints. Essays on Photography and Visual Culture*, 31-50. Aarhus: Aarhus University Press.

- Erjavec, Aleš (2003): Introduction. V Aleš Erjavec (ur.), *Postmodernism and the Postsocialist Condition. Politicized Art under Late Socialism*, 1-54. Berkeley: University of California Press.
- Erjavec, Aleš (2004): *Ljubezen na zadnji pogled. Avantgarda, estetika in konec umetnosti*. Ljubljana: Založba ZRC.
- Erjavec, Aleš (2005): Random Order: Robert Rauschenberg and the Neo-Avant-Garde. *Modernism/Modernity* 12(2): 358-60.
- Gao, Jianping (1996): *The Expressive Act in Chinese Art. From Calligraphy to Painting*. Uppsala: Acta Universitatis Upsaliensis.
- Gombrich, Ernst H. (1974): Standards of Truth: The Arrested Image and the Moving Eye. V W.J.T. Mitchell (ur.), *The Language of Images*, 181-217. Chicago: University of Chicago Press.
- Greenberg, Clement (1961): Avant-Garde and Kitsch. V Clement Greenberg, *Art and Culture. Critical Essays*, 3-21. Boston: Beacon Press.
- Heidegger, Martin (1967): Izvir umetniškega dela. V Martin Heidegger, *Izbrane razprave*, 239-318. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Howells, Richard (1999): *The Myth of the Titanic*. London: Macmillan; New York: St. Martin's Press.
- Howells, Richard (2003): *Visual Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Jameson, Fredric (1998): Notes on Globalization as a Philosophical Issue. V Fredric Jameson in Masao Miyoshi (ur.), *The Cultures of Globalization*, 54-77. Durham: Duke University Press.
- Jay, Martin (1993a): Scopic Regimes of Modernity. V Martin Jay, *Force Fields*, 114-133. London: Routledge.
- Jay, Martin (1993b): Downcast Eyes. The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought. Berkeley: University of California Press.
- Krauss, Rosalind (1994): *The Optical Unconscious*. Cambridge, Mass.: M.I.T. Press.
- Levin, David Michael, ur. (1993): *Modernity and the Hegemony of Vision*. Berkeley: University of California Press.
- Levin, David Michael (1999): *The Philosopher's Gaze. Modernity in the Shadows of Enlightenment*. Berkeley: University of California Press.
- Melville, Stephen (1991): Reflections on Bryson. V Norman Bryson, Michael Ann Holly in Keith Moxey (ur.), *Visual Theory*, 74-78. Cambridge: Polity Press.
- Merleau-Ponty (1945): *La phénoménologie de la perception*. Pariz: Gallimard.
- Merleau-Ponty, Maurice (1961/2004): *Oko in duh. Likovne besede (Priloga Horizonti) (1), pomlad, poletje*: 35-45.
- Mirzoeff, Nicholas, ur. (1998): *Visual Culture Reader*. London: Routledge.
- Mirzoeff, Nicholas (1999): *An Introduction to Visual Culture*. London: Routledge.
- Mitchell, W.J.T. (1986): *Iconology. Image, Text, Ideology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mitchell, W.J.T. (1994): *Picture Theory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nancy, Jean-Luc (2003): *Au fond des images*. Pariz: Galilée.
- Nochlin, Linda (1991a): *The Politics of Vision. Essays on Nineteenth-Century Art and Society*. London: Thames & Hudson.
- Nochlin, Linda (1991b): Women, Art and Power. V Norman Bryson, Michael Ann Holly in Keith Moxey (ur.), *Visual Theory*, 13-46. Cambridge: Polity Press.
- Rancière, Jacques (2003): *Le destin des images*. Pariz: La Fabrique éditions.
- Rogoff, Irit (1998): Studying Visual Culture. V Nicholas Mirzoeff (ur.), *Visual Culture Reader*, 14-26. London: Routledge.

- Rorty, Richard (1979): *Philosophy and the Mirror of Nature*. Princeton: Princeton University Press.
- Shusterman, Richard (1992): *Pragmatist Aesthetics. Living Beauty, Rethinking Art*. Oxford: Basil Blackwell.
- Storey, John (1996): *Cultural Studies & the Study of Popular Culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Storey, John (2003): *Inventing Popular Culture From Folklore to Globalization*. Oxford: Basil Blackwell.
- Summers, David (1991): *Real Metaphor: Towards a Redefinition of the 'Conceptual' Image*. V Norman Bryson, Michael Ann Holly in Keith Moxey (ur.), *Visual Theory*, 231-59. Cambridge: Polity Press.

VIZUALNA KULTURA V VIZUALNI
ANTROPOLOGIJI

Povzetek: *Autor v prispevku nakazuje nekatere značilnosti razmerja med vizualnimi študijami in vizualno antropologijo, njune skupne interese in razlike. Vizualne študije so interdisciplinarna poddisciplina na obrobju umetnostne zgodovine, semiotike, komunikacijske teorije, antropologije in filozofije. Potencialni objekt raziskovanja je vizualna kultura, ki vključuje zlasti film, fotografijo, oglaševanje, video in internet, manj slikarstvo, kiparstvo in arhitekturo. Značilni produkti vizualne antropologije je etnografski film, ki je povzročil, da je prišlo na področju vizualne antropologije do spraševanja o naravi vizualnega medija in s tem do pazljivejšega določanja njegovih meja v antropologiji. Etnografski film ali bolje film v antropologiji je postal prvi objekt vizualnih raziskav v vizualni antropologiji, eden od številnih vizualnih pojavov. S prizadevanji raziskovalcev, pretežno ameriških, se je že leta 1969 oblikoval pojem antropologije vizualnih komunikacij, v kateri so integrirani trije koncepti: antropologija, komunikacija in vizualno slikovni način. V članku je obravnavan tudi položaj vizualne antropologije v Sloveniji. Podrobneje je prikazana vizualna raziskava domačih video arhivov kot primer obravnave vizualnih tekstov. Preučevanje vizualnega sistema domačih snemalcev odpira novo poglavje v raziskovanju kulture: študij video snemanja kot sklopa telesnih tehnik, vizualne komunikacije in estetike.*

Ključni pojmi: *vizualna antropologija, etnografski film, vizualne raziskave, etnologija, vizualni rokopisi*

»Vision itself is invisible, that we cannot see what seeing is!«

W. J. T. Mitchell

V prispevku bom nakazal nekatere značilnosti razmerja med vizualnimi študijami in vizualno antropologijo, ki imata niz skupnih točk v ciljih raziskovanja in nekaj razhajanj v opredelitvi predmeta raziskave. Pojem vizualne kulture je vizualna antropologija razvila iz prvotnega zanimanja za vidne in vizualne manifestacije kulture, medtem ko vizualne študije pod tem pojmom razumejo človekove izdelke vizualne narave. Skupna točka obeh znanstvenih poddisciplin pa je težnja, da bi s preučevanjem in razumevanjem vizualne kulture, kot jo razume vsaka od njiju, spoznali širše zakonitosti kultur in družb.

* Dr. Naško Križnar, raziskovalec na Inštitutu za slovensko narodopisje ZRC SAZU ter profesor na Fakulteti za humanistične študije, Univerza na Primorskem.

Vizualne študije

Vizualne študije (Visual studies, Bildwissenschaft) so hitro rastoča disciplina, za katero je značilno interdisciplinarno poreklo. Kot v nekakšnem eksperimentu nastajajo na številnih univerzah po vsem svetu v kombinaciji z umetnostno zgodovino in kulturnimi študijami, s semiotiko in komunikacijsko teorijo, ali z mešanico antropologije in filozofije. V njih prepoznavamo nadvlado vizualnih oblik medija, komunikacije in informacij v postindustrijskem svetu. Potencialni objekt raziskovanja je vizualna kultura. To je lahko zelo širok pojem, ki vključuje zlasti film, fotografijo, oglaševanje, video in internet, manj slikarstvo, kiparstvo in arhitekturo. Izbira vizualnega objekta ali prakse ni odvisna od kakovosti, ki jo ta objekt vsebuje, kot na področju umetnostne zgodovine, temveč od njegovega mesta v kontekstu celotne kulture. V središču pozornosti vizualnih študij je zanimanje za naravo vizualnega kot družbenega pojava in kot podlage za znanje o značaju različnih kultur in kulturnih okolij.

Gre za nadaljevanje odvrčanja od verbalnega in tekstualnega v zadnjih 50 letih in za družbeni in kulturni preobrat k vizualnemu v zadnjih 20 letih. Študij vizualne kulture meša ljudske oz. »nižje« kulturne oblike, medije in komunikacije s študijem »visokih« kulturnih oblik umetnosti in arhitekture. Ali kot je nekdo zapisal, v tem okviru je obravnava Nike iz Samotrake ali Michelangelovega Davida enakovredna obravnavi Barbie in Kena.

Novo pojmovanje vizualne kulture vpliva na spregledovanje bistvenih razlik med deli likovne umetnosti in na relativiziranje njihovega zgodovinskega statusa. To pa je proces, ki ga v umetniški produkciji zasledimo že ob koncu moderne, npr. s popartom, konceptualizmom itd. Iz tega lahko sklepamo, da je prodor študij vizualne kulture odgovor na realne premike v umetniški produkciji in njeni teoriji sami.

Metodologija in teorija vizualnih študij povzroča in bo še povzročala velike premike v senzibilnosti za estetiko in prevrednotenje splošnega dojemanja kulture, zlasti umetnosti. Ali bomo sploh še lahko govorili o študiju (vizualne) umetnosti ali estetike? Ga bo nadomestil študij vizualne kulture ali vizualnosti? Glede na družbene in politične implikacije tako zarisane področja študija vizualne kulture bi lahko sklepali na ameriško poreklo discipline, ki se prilega neprenehni in dinamični »rekonstrukciji« ameriške družbe na podlagi vizualne, zlasti množične kulture, in trendovskemu odzivanju družboslovja in humanistike na vse vidnejše premike v družbi, politiki, kulturi.

Hkrati pa se v zvezi z vizualnimi študijami pojavlja niz pomislov. Mitchell (2002: 171) navaja dva ključna. Prva je domneva o t.i. »nevarnem dodatku« (po Deridaju), ki ga vizualne študije tvorijo ob umetnostni zgodovini in estetiki, in s tem ogrožajo njun obstoj. »Ali je možno, da je naša zaskrbljenost nad brezmejnostjo vizualnih študij odmev nekdanje panike ob novosti, da ni ničesar izven teksta?«, se sprašuje. Drugi pomislek pa temelji na domnevi, da gre v zvezi z vizualno kulturo za nevarno zmoto, češ da preveč poudarjamo kulturno podstat gledanja in pozabljam na njegovo biološko univerzalnost.

Največ orisov vizualne kulture navaja kot glavni objekt vizualnih študij vizualne izdelke in komunikacije, zlasti t.i. popularne umetnosti. Zasledimo pa tudi širše

označevanje predmeta, npr.: »Vizualna kultura je vse kar slike, gledanje in spremljanje intelektualna, čustvena in percepcijska občutljivost gradijo, ohranjajo ali spreminjajo v svetu, v katerem živimo« (Morgan, 2005). Študij vizualne kulture je tudi analiza in interpretacija slikovnega v kontekstu delovanja, prakse, zasnov in ustanov, ki omogočajo slikam delovanje. To pa je veliko več kot preučevanje slik. Gledanje in vizualno sta v tem pogledu del vsakdanjega življenja.

Vizualna antropologija

Vizualna antropologija se tega zaveda že ves čas. Širše oznake vizualne kulture na področju vizualnih študij so blizu pojmovanju in razumevanju vizualne kulture na področju antropologije in etnologije. Vizualno je zelo močna kulturna komponenta, relevantna za vso antropologijo. Zato je razumljivo, da ji posvečamo veliko pozornost, s ciljem, da bi razumeli mesto vizualnega v človekovi kulturi. Z vizualnim se vizualna antropologija srečuje na dva načina. Prvi je študij vizualnih sistemov in vidne kulture, drugi je produkcija in uporaba vizualnih gradiv za analizo in predstavitev. Oba načina se dopolnjujeta. Fotografija, film ali video lahko služijo kot sredstvo, s katerim zabeležimo in ohranimo vizualni podatek, lahko pa služijo za odkrivanje vizualnih podatkov in način njihove konstrukcije. Ti dve vlogi vizualnega medija se včasih premalo razločujeta.

334

Vizualna antropologija je razvijala predmet svojega raziskovanja na izkušnjah z uporabo vizualne tehnologije pri terenskem delu. Delo z vizualno tehnologijo (fotografija, film, video) namreč zahteva od uporabnika zavedanje o vizualni ravni kulturnih pojavov, kar vodi v njihovo sistematizacijo in s tem v novo opredeljevanje predmeta raziskave.

Prva odkrita vizualna sestavina kulture je bila neverbalna komunikacija – jezik telesnih znakov, ki je že po Darwinu (1872) bolj kulturno kot biološko determiniran, čeprav je biološko starejši od jezika (Argyl, 1989). S pomočjo fotografskega aparata in filmske kamere sta ga prva sistematično beležila Margaret Mead in Gregory Bateson. V tridesetih letih 20. stol. sta na Baliju s fotografskim aparatom in filmsko kamero beležila telesno držo in znake, da bi odkrila vpliv ravnanja z otroki na značaj Balijcev (Bateson & Mead, 1942).

Ray Birdwhistel je preučeval vzorce telesnih poz in gibov. Človekovo gibanje in gestikulacijo je razčlenil na osnovne znake, ki jih je imenoval »kinesics« (Birdwhistel, 1952).

Edward T. Hall je s pomočjo fotografij preučeval vidike rabe prostora, t.i. proksemijo (Hall, 1966) in gibanje ter komuniciranje v medkulturnih povezavah (Hall, 1974), kar je imenoval nemi jezik kulture.

Ključni prelom v obravnavi vizualne kulture v okviru antropologije predstavlja »Navajo Film Themselves Project« (Projekt Navajo filmajo sebe), Sola Wortha in Johna Adaira iz leta 1966 (Worth & Adair, 1997). Namesto dotedanje usmeritve antropologov na verbalna sporočila sta se usmerila na vizualno artikulacijo notranjega pogleda na kulturo. Ni ju zanimala kultura plemena Navajo kot taka, temveč ju je zanimalo, kako njeni pripadniki konstruirajo filmsko realnost svoje kulture. Projekt je pokazal na dotlej zanemarjeno področje »insajderske«¹ vizualne produkcije,

hkrati pa postavil pod vprašaj nepristranskost in »univerzalnost« zahodnoevropskega filmskodokumentarnega konstruiranja realnosti kulture tretjega sveta, dodal pa bi, da tudi domačega s strani profesionalne vizualno medijske proizvodnje. Navajo projekt je sprožil zanimanje za semantiko vizualnih zapisov in za odkrivanje vrednotnih sistemov, ki jih razkrivajo vizualni zapisi.

Sol Worth je že pred tem, leta 1964, pisal o t.i. biodokumentarcu: »Bio-dokumentarec je film, ki ga naredi neka oseba, da bi pokazala, kako čuti o sebi in o svetu... Do neke mere ta tip filma vnaša v dokumentarni film enako razmerje kot avtoportret do portreta ali avtobiografija do biografije... Bio-dokumentarec, se mi zdi, izraža kulturo izdelovalca brez veliko samozavedanja umetnosti, brez zahtev po veliki veščini, ki jo zahtevajo druge umetnosti in brez zatekanja v načine gledanja, ki so tradicionalni v ostalih vizualnih umetnostih« (Worth & Adair, 1997: 25-26).

Z odkritjem biodokumentarca sta Worth in Adair odprla nove vidike preučevanja vizualnega v kulturi. Predmet raziskave ni več samo posamezna vizualija, ampak cel sistem, ki ga tvori specifična vizualna produkcija. »Izraz vizualni sistemi uporabljamo za označitev zelo splošnega koncepta procesov, katerih rezultat je človekovo izdelovanje vidnih objektov, ki odsevajo konstruiranje njegovega vizualnega okolja in komunicirajo z vizualnimi sredstvi« (Morphy & Banks, 1997: 21). Vizualni sistemi (Banks, 2001) so nekaj podobnega, kar se v vizualnih raziskavah opisuje kot vizualna konstrukcija družbenega ali kulturnega (Mitchell, 2002: 179). »Vizualna antropologija je študij lastnosti vizualnih sistemov; o tem kako vidimo stvari in kako razumemo, kar vidimo« (Morphy & Banks, 1997: 22).

Podobna spoznanja so vodila druge vizualne antropologe, da bi prišli do posnetkov domačih snemalcev. Tako je npr. Asen Balicki leta 1991 skupaj z Zvezo ugrijske rešitve priredil t.i. Sibirski seminar o snemanju etnografskih filmov v Kazimi, za mlade Hante, Jakute in Nence. Seznanil jih je z osnovami observacijske metode video snemanja, nakar so oni sami izdelali več videofilmov z vsebinami iz večetničnega kulturnega okolja. Zato je seminar pomenil tudi spodbudo za samooživljanje ogroženih sibirskih kultur. »Verjameva, da bo domači video snemalec izbral vsebine znotraj standardnega zahodnjaškega repertoarja in prišel vanj kot 'insajder'. On ali ona bo obudil pomene in detajle, ki so neopazni za tujega opazovalca« (Badger & Balicki, 1992: 43).

V Braziliji so Kayapo že od leta 1985 snemali na video kasete svoje rituale, srečanja z Brazilci in govore za lastno publiko (Worth & Adair, 1997: 312-317). Antropolog Terence Turner je raziskoval njihovo dejavnost v okviru projekta »Kayapo video«, ki je bil osnovan na neposrednem rezultatu zavesti in interesa domačinov za družbeni, politični in kulturni potencial videa za njihovo družbo (Turner, 1991).

Slovenski primer: vizualni sistem domačega videa

V okviru raziskovalnega projekta »Topografija vizualnih informacij« je leta 1996 potekala prva sondažna raziskava domačih video arhivov z naslovom »Vizualno

¹ Izraz »insajderska« vizualna produkcija uporabljam kot sinonim za vizualno proizvodnjo članov preučevane kulture, ki obuja poglede iz notranjosti kulture na njo samo. V angloameriški literaturi se s tem v zvezi uporablja izraz »aboriginal film-making« (Križnar, 2002).

okolje« v okviru Mladinskega raziskovalnega tabora Sovodnje 96 v Benečiji. V vasi-
 cah pod Matajurjem sva s kolegico Pahorjevo preučevala način uporabe video ka-
 mere in posnetkov ter analizirala vsebine posnetkov. Tam se je potrdila hipoteza,
 da so najdeni video posnetki lahko pripomoček za vpogled v lokalno kulturo
 (Križnar & Pahor, 1996).

Od leta 1999 sem v okviru raziskovalnega projekta z naslovom »Vizualna pro-
 izvodnja kot oblika kulturno-umetniške dejavnosti na Koroškem« preučeval doma-
 če (hišne, družinske) video arhive na podlagi predpostavke, da se je z demokrati-
 zacijo vizualne tehnologije konec osemdesetih let razmahnila uporaba malih
 video kamkorderjev v družinskem okviru in da s tem nastajajo dragoceni video ar-
 hivi posnetkov vsakdanjega življenja. Po večletnem terenskem delu² je nastala mre-
 ža podatkov o amaterskih video snemalcih na podeželju in v mestih, na avstrij-
 skem Koroškem in v Sloveniji. Avtorji posnetkov so nešolani snemalci, samouki.
 Številni od njih se že dolga leta ukvarjajo s snemanjem in imajo vsak svoj avtorski
 sistem in bogate arhive. Rezultat njihovega dela je največkrat zgolj grobo gradivo,
 brez montažnih posegov. To pa ne pomeni, da snemajo brez scenarija in režijske
 zamisli. Ti dve sestavini proizvodnje filma ali videa sta sicer domačim snemalcem v
 pravem pomenu besede nepoznani, a vseeno potekata v ozadju, ne da bi se ju
 avtorji zavedali. Nekateri so večši t.i. montaže v kameri, nekateri presnemavajo gra-
 divo z enega rekorderja na drugega in vmes kaj skrajšajo ali izpustijo.

336

Metode posameznih snemalcev so prepoznavne kot ponavljajoči se osebni
 slog slikovnega beleženja, zato sem začel na ta dela gledati kot na »vizualne rokopi-
 se« (Križnar, 2002). Izraz vizualni rokopisi je nastal iz zadrege, kako sistematizirati
 oz. pojmovati izdelke domačih snemalcev, ki niso standardni filmski in video izdel-
 ki niti po obliki niti po namenu niti po komunikacijski moči. Podobni so na roko
 pisanim rokopisom, ki z grafično podobo tudi odražajo avtorjev značaj. Z monta-
 žo bi temu gradivu močno okrnili značaj, tako kot rokopisu odvezamemo osebno
 noto, če ga pretipkavamo, urejamo ali popravljamo.

Na dvojezičnem območju avstrijske Koroške je med slovensko manjšino doma-
 ča video proizvodnja razmeroma pogost pojav. Podobno kot v Benečiji tudi tukaj
 ni presenetljivo, če naletimo na video kamero na samotni kmetiji. To morda lahko
 pripišemo veliki aktivnosti manjšine na področju kulturnega ustvarjanja, zlasti pet-
 ja in gledališča. Za domače snemalce po vsem svetu velja, da snemajo predvsem
 družino, počitnice in izlete, na območju moje raziskave pa se zanimajo tudi za do-
 gajanje v širši skupnosti. Zato so v preučevanih vizualnih rokopisih močno zastopane
 sestavine lokalne kulture.

Izdelki domačih snemalcev igrajo pomembno vlogo v procesu posameznikovega
 in kolektivnega spominjanja. Spomin je podlaga za zgodovinsko zavest in pripad-
 nost skupnosti. Domači snemalci ustvarjajo vizualiziran družinski spomin, ki je med
 posameznikovim in skupinskim spominom (Chalfen, 1998). Za številne domače sne-
 malce na Koroškem je značilno, da s posnetki kulturnega okolja zavestno gradijo ko-
 lektivni spomin na izginjajočo kulturno dediščino njihove narodnostne skupnosti.

² Raziskavo so sofinancirali Ministrstvo za kulturo RS, Ministrstvo za znanost in tehnologijo RS ter
 Avstrijski inštitut za jugovzhodno Evropo v Ljubljani, s sodelovanjem Slovenskega narodopisnega inštituta
 Urban Jarnik v Celovcu.

Domači videosnemalci svoje dejavnosti ne predstavljajo v zelo širokem krogu. To je po svoje razumljivo, saj je za njihova dela značilno, da »sebi govorijo o sebi« (Hammond, 1988: 395). In vendar je v njihovem vizualnem rokopisu zabeležen njihov vrednotni sistem, njihov estetski čut in njihova filmska kultura. Na ta način se raziskovalcu ob osebni izkušnji z določeno kulturo odpira vzporeden vizualiziran pogled Drugega na isto kulturo, kar je Faye Ginsburg (1995) posrečeno imenovala učinek paralakse. Paralaksa je metafora za dvojni pogled na kulturo. Eden je pogled tradicionalnega etnografskega filma, drugi je pogled domačih avtorjev na lastno kulturno okolje. »Ne gre za to, da bi domači film nadomestil etnografskega, temveč za to, da bi ustvarili okvir, v katerem bi razmišljali o obeh, o odnosu med njima in pomagali razširjati, posredovati ter razumevati kulturo skozi različne medijske oblike« (Ginsburg, 1995: 65). Preučevanje vizualnega sistema domačih snemalcev odpira novo poglavje v raziskovanju kulture: študij video snemanja kot sklopa telesnih tehnik, vizualne komunikacije in estetike.

SLIKA 1: Lesen top za streljanje s karbidom na veliko noč



(vir: iz domačih video arhivov na Koroškem)

SLIKA 2: Nevesta na ohceti ugiba, katera noga je ženinova



(vir: digitalizacija fotograma iz video zapisa Miha Peče)

Etnografski film

Značilni produkt vizualne antropologije je etnografski film, ki v očeh številnih ljudi celo prevladuje nad pojmom vizualne antropologije. Vseskozi odpira številna vprašanja, saj opravlja zelo zahtevne naloge. Je hkrati instrument raziskovanja in medij za predstavitev kulture in znanstvenih ugotovitev. Razen tega mora upoštevati zelo širok profil publike, od strokovnjakov do laičnih gledalcev. To ga občasno spravlja v shizofren položaj in v krizo identitete.

Pravzaprav se pred etnografski film postavlja enako vprašanje kot pred verbalno oz. pisano etnografijo, to je vprašanje o gledanju in percepciji kot sestavnem delu kulture, zlasti v odnosu do vprašanja avtentične podobe kulture in do vprašanja etnografije kot tvorjenja zgodbe. Etnografski film in vse njegove izpeljanke so vizualni teksti oz. samo eno od novih pripovednih sredstev v antropologiji (Ruby, 1975). Tako gledanje omogoča raznovrstnost vizualnih pristopov, ki spet omogočajo veliko novih oblik vizualnih tekstov. Govorimo o vizualni etnografiji, raziskovalnem in arhivskem gradivu itd.

Razvoj vizualne tehnologije je omogočil izdelovanje vizualnih dokumentov velikemu številu ljudi, ne samo privilegiranim. »Seznanjanje informatorjev s filmsko kamero, video tehniko in osnovami tehničnega znanja je resen izziv empiricizmu etnografskega filma, s tem da briše raziskovalca-snemalca kot 'objektivnega' zunanjega opazovalca in da spodbuja emsko fotografsko predstavitev« (Hammond, 1988: 379). To je izhodišče za preučevanje kulture »vizualnih rokopisov«, ki sem ga na kratko predstavil v prejšnjem poglavju. Najnovejša vizualna tehnologija omogoča tudi raziskovalcem, da lažje pridejo do boljše vizualne dokumentacije, digitalizacija pa vodi v razmišljanja o hipermedijskih oblikah dokumentacije in prezentacije.

Zato so nekatere kritike etnografskega filma neutemeljene ali pretirane. Premalo upoštevajo razlikovanje (*differentio specifico*) med etnografskim in dokumentarnim filmom. Weinberger (1992) ironično navaja: »Etnografi častijo strašno božanstvo, poznano kot Realnost, katerega večni sovražnik je njen viražji dvojček Umetnost. Verujejo, da se morajo posvetiti nizu praktičnih postopkov, imenovanih Znanost, če se želijo obvarovati zla. Njihova kozmologija je nestalna: desetletja so se ostro bili med sabo o naravi njihovega boga in kako bi mu najbolj služili. Medsebojno se obtožujejo, da so skrivni častilci Umetnosti; najhujša kletvica v njihovem jeziku je 'estet'.« Morda bi bila ta ironizacija upravičena v 60. in 70. letih, na vrhuncu dokumentarnega (beri: avtorskega) etnografskega filma, ko so podobo etnografskega filma oblikovali avtorji in filmi kot so, John Marshall (Hunters, 1958), Robert Gardner (Dead Birds, 1961) ali The Nuer, 1970, Harrisa in Breidenbacha. Weinbergerjeva kritika je pretežno usmerjena na cineastične pomanjkljivosti etnografskega filma, ki jih ima za posledico nesposobnosti znanstvenikov, da bi razmišljali cineastično. Nesprejemljivo pri tem je, da postavlja za zgled ravno prej omenjene filme in avtorje, ki so jih vizualni antropologi večinoma zavrnil, češ da na neustrezen način reprezentirajo obravnavano kulturo. MacDougall (1997) ugotavlja, da se je razkorak med scientistično in cineastično vizualno rekonstrukcijo kulture morda začel že v razmerju med Meadovo in Batesonom, in v njuni polemiki ali fotografirati spontano ali sistematično. To razmerje takole komentira: »Balijski značaj³ je končno padel med dve divergentni konceptiji fotografije – med eno, ki je podaljšek uma, in drugo, ki je podaljšek očesa«.

Z druge strani Bill Nichols sicer pravilno ugotavlja, da bi morali v okviru etnografskega filma več razpravljati o samem mediju in žanru ter o koristih, ki jih ima za študij kulture, hkrati pa kritizira »antropološki reprezentacijski mehanizem« bolj s stališča medija kot s stališča antropologije. Pretirano se zdi njegovo seciranje produkcijskega postopka v etnografskem filmu, zlasti psihoanaliziranje snemalca, ki mu pripisuje narcisizem, voyarizem, sadizem in fetišizem (Nichols, 1992). Premalo upošteva specifičen proces tvorjenja zgodbe v etnografskem filmu, ki je bistveno drugačen od tvorjenja zgodbe v dokumentarnem filmu. Etnografski film išče in najde zgodbo v podobah kulture, ki jih prenese v medij, medtem ko avtor dokumentarnega filma podobe kulture uporabi za tvorjenje svoje zgodbe o kulturi. Tako kot ne moremo pričakovati znanstvene razprave v verzih, tako ne moremo pričakovati, da bi etnografski film koketiral z gledalci s sestavinami fiktivne melo-

³ Mišljena je znamenita večmedijska monografija »Balinese Character« (Bateson & Mead, 1942).

drame ali kakega drugega popularnega kinematografskega žanra. O razlogih za snemanje etnografskih filmov je Jean Rouch (1975) takole napisal: »Filmanje je edina metoda, ki jo imam, da pokažem drugemu, kako ga vidim. Z drugimi besedami: zame je prvo občinstvo oseba, ki jo snemam«.

Etnografski film je gotovo zvrst, ki ima velike zasluge, da je prišlo na področju vizualne antropologije do spraševanja o naravi vizualnega medija in s tem do pazljivejšega določanja njegovih meja v antropologiji. Etnografski film ali bolje film v antropologiji je postal prvi objekt vizualnih raziskav v vizualni antropologiji, eden od številnih vizualnih pojavov. S prizadevanji raziskovalcev, zlasti Meadove, Wortha, Chalfena, Rubyja in drugih se je že leta 1969 oblikoval pojem antropologije vizualnih komunikacij, v kateri so integrirani trije koncepti: antropologija, komunikacija in vizualno slikovni način (Worth, 1981: 195). Iz tega so se sčasoma razvile t.i. vizualne raziskave v okviru vizualne antropologije, z bistvenimi vprašanji: kako Drugi dojemajo vizualno, kako Drugi z vizualnimi produkti predstavljajo svojo kulturo, kako v vizualnih produktih odseva njihova kultura in kako kulturna dispozicija raziskovalca vpliva na njegovo razumevanje kulture (refleksivnost).

Etnografski film in vizualne raziskave v Sloveniji⁴

V Sloveniji je zaradi zgodovinskih okoliščin etnologija nosilka raziskav o kulturi in načinu življenja. Tudi prve izkušnje z etnografskim filmom in vizualno antropologijo vežemo na etnološko delo in ustanove. V slovenski vizualni in publicistični produkciji zasledimo raznolike načine uporabe vizualne tehnologije in raznolike (beri: netipične) pristope k raziskavam vizualnega v kulturi. V dokaj številnih člankih in razpravah je obravnavana problematika vizualne produkcije, ki etnologue najbolj vznemirja in privlači, od zgodovinskega razvoja do preučevanja metodologije in iskanja kulturnih vzorcev v vizualnih zapisih. Raziskovalci pri tem upoštevajo vse tri vizualne medije: fotografijo, film in video. Nacionalna tematska bibliografija odraža skromne pogoje, v katerih nastaja, in majhno število raziskovalcev, ki se profesionalno ukvarjajo z vizualnimi raziskavami in produkcijo etnografskega filma. Veliko dejavnosti na tem področju izhaja iz zavesti etnologov o potrebi urgentnega slikovnega dokumentiranja kulture, ki se spreminja in izginja.

Pojem etnografskega filma v Sloveniji dolgo ni presegel značilne (srednje-)evropske usmerjenosti v dokumentarne filme »O« ljudski kulturi, »O« folklori in ni dosegal pojma etnografskega filma kot vizualnega zapisa o srečanju raziskovalca s kulturo Drugega. Bil je zagledan v domačo kulturo brez potrebne distance, ki bi omogočala refleksijo o smiselnosti vizualnih zapisov in zavedanje o metodoloških zadregah vizualnega zapisovanja.

Vizualna antropologija je vstopila, gledano v svetovnem merilu, v humanistične in družboslovne znanosti kot prisposoba zavestnejšega in odgovornejšega pristopa k uporabi vizualne tehnologije v znanosti, z njenimi prednostmi in pomanjkljivostmi. To je bil preobrat, ki je v hipu postavil vizualni zapis kulture v drugačno, bolj vprašljivo vlogo, kot jo je imel dotlej. Vizualni zapis je naenkrat postal ne samo dokument kulturne podobe okolja, ki ga preučujemo, ampak tudi dokument naše-

⁴ V tem poglavju so povzete misli iz članka *Stanje stvari* (Križnar, 2003).

ga pogleda na to kulturno okolje. In samo še korak je bil do spoznanja, da je vizualni izdelek kultura sama, ki vsebuje številne kode in informacije o njegovem avtorju, producentu in okolju. Hkrati pa so raziskovalci spoznali tudi šibkost in manipulabilnost slike skozi vse procese njene produkcije in funkcioniranja, vključno z gledalčevo recepcijo.

V Sloveniji je ta razvoj od etnografskega filma do vizualnih raziskav potekal specifično in nevezno. Dolgo smo govorili o etnografskem in etnološkem filmu. Še v 80. letih prejšnjega stoletja nihče ni mogel govoriti o vizualni antropologiji v Sloveniji. Pri tem mislim predvsem na sledove metodologije, ki jo je uvajala npr. Margaret Mead od druge svetovne vojne dalje in bi jo na kratko lahko označili kot skrbno protokolirano uporabo fotografske ali filmske tehnike pri analizi in predstavitvi kulture in s tem metodično osredotočenost na vizualno informacijo.

Iz urgentnih filmskih in video snemanj na terenu smo prešli neposredno v preučevanje vizualnih razsežnosti kulture, vključno npr. z analizo vedenja informatorjev pri intervjuvanju ali z opažanjem motenj, ki jih povzroči prisotnost kamere. Znašli smo se v preobilju vizualnih medijev in komunikacij, ki so tudi pri nas naenkrat »vizualizirali« vso kulturo. Pri tem smo se oprli na znanje in izkušnje »vizualnih antropologov« v drugih okoljih. Ne moremo pa trditi, da bi tuje izkušnje na tem področju preplavile slovensko etnologijo. Za to je preveč samosvoja in vase zagledana in včasih nedojemljiva za novosti.

Morda je prav odsotnost glavnega toka vizualne antropologije v Sloveniji povzročila najprej skromno in nereflektirano, a zato toliko bolj izvirno rabo vizualne tehnologije. Zelo važno je, da so raziskovalci sami vzeli v roke kamero in produkcijo. Vizualni medij je namreč pisava in tako kot poznavanje pisave, tudi poznavanje medija močno vpliva na vsebino in kakovost izdelka. Spoprijemanje z vizualno tehnologijo v vseh možnih okoliščinah je najboljši dejavnik napredka, ker povzroča med raziskovalci razmišljanje o izboljšavah terenskega snemanja pa tudi o omejitvah.

Rezultate proizvodnje lahko delimo na več kategorij. Na prvem mestu bi omenil terenske vizualne zapise, ki ostanejo nezmontirni v arhivu, da si bo kasneje raziskovalec večkrat pazljivo ogledal posnetke, ki jih je spremljal na terenu. Ob tem se mu bodo morebiti zastavila nova vprašanja, kar je značilen pojav pri uporabi vizualne dokumentacije.

Naslednja kategorija sta dokumentarni in etnografski film, ki ju je treba razumno razlikovati, podobno kot film za široko občinstvo in film za strokovnjake. Zavedanje teh razlik je posledica dosedanjega razvoja etnografskega filma in se še krepí z novo strategijo vizualne produkcije. Število zvrsti vizualne dokumentacije in predstavitvenih oblik se je močno povečalo z digitalno tehnologijo in z njeno množično uporabo. Etnografski film ni več edina zveličavna oblika vizualne predstavitve. To vodi v nove metodologije vizualnega raziskovanja in v novo estetiko vizualnih izdelkov. Jay Ruby šteje množično uporabo handycamov za največjo tehnološko paradigmo po industrijski revoluciji.⁵

⁵ Ko komentira videofilm *«Seeing is believing» (Handicams, Human Rights and the News, A Film by Katerina Cizek & Peter Wintonick)*, pravi: »Že nekaj desetletij postajajo amaterski kamkorderji oči sveta, ko nihče drug ne opazuje. Aktivisti za človekove pravice, raziskovalci vojnih zločinov, desničarski sprevržen-

Doslej je zadostovala razdelitev na dve kategoriji: na gradivo in zmontirane etnografske filme. Odslej pa se med tema kategorijama začneta pojavljati številne oblike urejene vizualne dokumentacije. Na slikovnih medijih imamo spravljene podobe kulture kot nekakšne inventarje in popise, urejene po merilih stroke. Zato lahko upravičeno govorimo o vizualni etnografiji kot o posebni veji raziskovanja kulture s pomočjo fotografskega aparata ali videokamere. Pri tej usmeritvi zadostuje, da raziskovalec obvlada večšino snemanja in da jo prožno uporablja v različnih okoliščinah.

Če ugibam o nadaljnjem razvoju etnografskega filma in vizualnih raziskav v Sloveniji in se pri tem oziram na razvoj drugod, lahko predvidevam, da bo nastajalo vse več sistematično posnetih in analiziranih vizualnih enot, opremljenih s spremnimi komentarji. To se je dogajalo v ZDA že v sedemdesetih letih na pobudo visokošolskih učiteljev, ki so posebej prirejene vizualne enote vključevali v univerzitetna predavanja antropologije. Izobraževanje s pomočjo vizualne dokumentacije najbolj pospešuje razvoj vizualnih raziskav in produkcijo etnografskega filma. Poligon vizualnih raziskav je pravzaprav ves vidni svet okoli nas, vizualna tehnologija in podobe, ki jih proizvaja pa so samo pripomoček za shranjevanje vizualnih podatkov o vidnem okolju (Emmison & Smith, 2000).

Sklepne misli

Vizualna antropologija preučuje vizualno okolje, da bi izboljšala antropološko razumevanje kulture. V vizualni antropologiji je slika, ki jo ustvarita raziskovalec ali njegov informator, pripomoček za vstop na simbolno raven kulture. Slike ne morejo posploševati, lahko pa odprejo pogled v ozadje: »...fotografije tako globoko sežejo v partikularno, da nam razkrijejo tok kulture ali zgodovine, ki teče skozi ta poseben predmet kot kri« (Berger, 1980: 26). To se ujema z dihotomijo manifestativne in latentne vsebine kulture, ki sem jo povzel po E. T. Hallu (Križnar, 1996: 18; Hall, 1968: 87), Hockings (1988: 222) pa jo omenja kot polarizacijo med antropološko teorijo in fenomenološkim značajem filma. Isto dihotomijo sem spoznal pri obravnavanju ljudskih pustovanj kot dvojnost morfologije in dramaturgije oz. ikonografije in strukture (Križnar, 1986), Dapit (2001) pa jo zaznava kot dvojnost morfologije in strukture pustovanja.

Vizualne raziskave skušajo pokazati na razmerje med videzom (vizualnostjo) pojava in njegovo podstatjo in razložiti njegov pomen za razumevanje kulture. Iz izkušenj o manifestativnih (vidnih) pojavih izhaja spoznanje o kulturnih žanrih, ki so dostopni za vizualno beleženje. To so, na kratko: človekov govor, njegove telesne tehnike, tehnološki postopki in rituali ter človekovo grajeno in naravno okolje.

O namenih vizualne antropologije je spregovoril Jay Ruby v kratkem uvodu prve knjige iz serije Vizualna antropologija, *Anthropological Filmmaking*: »Naš namen je nazorno prikazati vrednost antropološkega pristopa k študiju vizualnega in slikovnega sveta. Nameravamo predstaviti etnografske študije kulturnih kompleksov slikovne medijske produkcije, analize vidnega sveta neverbalne komunikacije

ci in navadni državljani se oborožujejo z orodji nove vizualne revolucije.» (Iz sporočila na spletnem omrežju vizualnih raziskovalcev VISCOM@LISTSERV.TEMPLE.EDU).

od mikro študij telesnega gibanja do makro pogledov na grajeno okolje in edinstvene poskuse posredovanja antropološkega razumevanja s slikovnimi sredstvi. Rezultat bo poglobljeno znanje o tem, kako vizualna in slikovna komunikacija delujeta v našem stremljenju, da bi ustvarili pomen« (Rollwagen, 1988: IX).

Samo nekaj korakov je od zadnjega stavka do oznake vizualne kulture, kot jo vidijo vizualne študije. Vizualna antropologija išče v vizualnem ključ za razumevanje pomenov kulture, medtem ko vizualne študije izhajajo iz prepričanja, da je vizualna kultura »vizualna konstrukcija družbenega polja, ne zgolj konstrukcija gledanja« (Mitchell, 2002: 179).

V nasprotju od vizualnih študij je vizualna antropologija razvila svojo vizualno produkcijo, ki jo predstavlja etnografski film z vsemi podvrstmi. Preden se postavljajo številna metodološka vprašanja in izzivi, zlasti v obdobju splošno razširjene vizualne tehnologije in produkcije na vseh ravneh javnega in zasebnega življenja. To nas gotovo postavlja tudi pred etične dileme (nadzorne kamere, nenadzorovane objave na medmrežju), ekološke dileme (večja poraba elektrike in s tem neobnovljivih virov energije ter povečanje kemijske proizvodnje) ter pred nasilje vizualnih informacij na vsakem koraku.

Kljub temu se mi zdi vprašljivo pretirano poudarjanje t.i. »slikovnega obrata« in ponavljanje teze o prevladi vizualnega v našem času, ki se velikokrat pojavlja v vizualnih študijah. Do neke mere lahko ta občutek pripišemo informacijski dobi, ki povzroča, da večmedijska (ne samo vizualna) informacija o nekem dogodku naenkrat preplavi ves svet. Tako bi lahko govorili tudi o prevladi zvoka ali avdio kulture, o nekontrolirani in neubranljivi zvočni poluciji planeta. Konec koncev je tudi tiskane besede veliko več kot v preteklosti. Knjižna produkcija je nepregledna in že kar kaotična. Masovna je uporaba mobilnih telefonov, a ne govorimo o »celularnem obratu« in ne izumljamo posebne znanstvene discipline o tem pojavu. Lahko bi rekli, da smo v vseh pogledih ekscesna civilizacija.

Sam Mitchell, ki je vpeljal izraz »slikovni obrat«, opozarja, da je bilo v zgodovini že veliko podobnih obratov in našteva med drugim odkritje perspektive, fotografije, filma, interneta (Mitchell, 2002). Razlika je morda le v tem, da globalizirana večmedijska informacija ustvarja unificirano podobo sveta, hkrati pa okrepljeno reflektira tudi nacionalne, spolne, kulturne, politične in verske razlike. Zato se nam zdi globalizirani svet veliko bolj kaotičen kot stari razdeljeni svet s številnimi avtonomnimi svetovi.

Zastopniki vizualnih študij bi lahko veliko izvedeli o stanju sveta pred obdobjem sodobne globalizacije v etnografskih filmih in v vizualno antropoloških študijah neverbalne in vizualne komunikacije ter drugega slikovnega oz. vidnega sveta kulture. A v referenčni literaturi vizualnih študij ni zaslediti del vizualne antropologije in njenih vizualnih raziskav. Ali gre res za nezdržljivi disciplini? Ali ju razdvaja značilni empiricizem vizualne antropologije na eni in diskurzivni značaj vizualnih študij na drugi strani? Ali pa gre za nevarno incestoidno bližino obeh disciplin, ki varujeta vsaka svojo avtonomijo z zapiranjem pred sosednjo disciplino?

Primerjalna prednost vizualne antropologije je produkcija vizualij v okviru znanstvene raziskave in obravnava vizualne proizvodnje Drugih. Ta proizvodnja, zasidrana v koloritu lokalne kulture, omogoča analizo vplivov kulture na izdelke in

v obratni smeri, vpliv vizualij na kulturno podobo okolja, v katerem so nastale. Zaradi omenjenega metodološkega obrata je postal vizualni zapis kulture, ki ga naredijo slovenski kmet, ljubljanski meščan, kurdski prebežnik ali taliban, enako pomemben za raziskave kulture kot etnografski film v produkciji Granada Television ali IWF Göttingen. »Vizualno razumevanje, kaj vidimo in kako to interpretiramo, je pomemben del obstoja nas, človeških bitij in končna ocena vizualne antropologije kaže, da je ta disciplina študij lastnosti vizualnih sistemov; kako stvari vidimo in kako razumemo to, kar vidimo« (Morphy & Banks, 1997: 21).

Skupni izziv obema disciplinama pa je tudi skrivnostno vprašanje o nevidni kulturi, ki ga nakazuje moto pričujočega prispevka.

LITERATURA

- Argyl, Michael (1989): *Innate and Cultural Aspects of Human Non-Verbal Communication*. V Blakemore C., Greenfield S (ur.), *Mindwaves*, 55-72. Oxford: Blackwell.
- Badger, Michael & Balikci, Asen (1992): *Siberian Seminar*. *Cultural Survival Quarterly*: 68-71.
- Banks, Marcus (2001): *Visual Methods in Social Research*. London: SAGE Publications.
- Bateson, Gregory & Margaret Mead (1942): *Balinese Character: A Photographic Analysis*. New York: New York Academy of Sciences Special publication.
- Birdwhistel, Ray L. (1952): *Introduction to Kinesics*. Louisville, Ky.: University of Louisville Press.
- Chalfen, Richard (1998): *Family Photograph Appreciation: Dynamics of Medium, Interpretation and Memory*. V *Communication and Cognition* 31(2-3): 161-78. Dostopno preko <http://astro.temple.edu/~rchalfen/Memory.html>, 10. 4. 2005.
- Dapit, Roberto (2001): *Appunti per una ricerca sui riti di carnevale lungo il confine friulano-sloveno: l'eredità di Niko Kuret - Obredno maskiranje ob slovensko-furlanski meji: osvetlitev Kuretove dediščine z drugimi pogledi*. V *Traditiones* 30 (1): 235-252.
- Darwin, Charles (1872): *The Expression of Emotions in Man and Animals*. London. Emmison, Michael & Smith, Philip (ur.) (2000), *Researching the Visual: Introducing Qualitative Methods*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications
- Emmison, Michael & Smith, Philip (ur.) (2000), *Researching the Visual: Introducing Qualitative Methods*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Ginsburg, Faye (1995): *The Parallax Effect: The Impact of Aboriginal Media on Ethnographic Film*. *Visual Anthropology Review* 11 (2): 64-76.
- Hall, Edward T. (1966): *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday.
- Hall, Edward T. (1974): *Handbook of Proxemics Reserach*. Washington, D.C.: Society for the Athropology of Visual Communication.
- Hammond, Joyce (1988): *Tongan Videography*. *Visual Anthropology* 1 (4): 379-400.
- Križnar, Naško (1986): *Pustovanje na Vrhu S, Michele del Carso in v Ponikvah*. *Traditiones* 15: 105-120.
- Križnar, Naško (1996): *Vizualne raziskave v etnologiji*. Ljubljana: Založba ZRC.
- Križnar, Naško (2002): *Vizualni rokopisi*. *Traditiones* 31 (1): 159-190.
- Križnar, Naško (2003): *Stanje stvari*. *Glasnik slovenskega etnološkega društva (posebna številka)* 43/1,2: 4-13.
- Križnar, Naško & Pahor, Živa (1997): *Video dokumentacija kot »objet trouvé«* V Naško Križnar (ur.), *Etnološki film med tradicijo in vizijo*, 205-212. Ljubljana: Založba ZRC.
- MacDougall, David (1997): *The visual in anthropology*. V Marcus Banks in Howard Morphy (ur.), *Rethinking visual anthropology*, 276-295. New Haven in New York: Yale University Press.

- Morgan, David (2005): Defining visual culture. The Medium of Belief: Theory and Practice in the Study of Religious Visual Culture. Dostopno preko <http://web.uccs.edu/ethnicstudies/morgan.htm>, 15. 4. 2005.
- Mitchell, W.J.T. (2002): Showing seeing: a critique of visual culture. *Journal of visual culture* 1(2): 165-181.
- Morphy, Howard & Banks, Marcus (1997): Introduction: rethinking visual anthropology. V Marcus Banks in Howard Morphy (ur.), *Rethinking visual anthropology*, 1-35. New Haven in London: Yale University Press.
- Nichols, Bill (1922): The Ethnographers's Tale. V Lucien Taylor (ur.), *Visualizing Theory: Selected Essays From V.A.R. 1990-1994*, 60-83. New York and London: Routledge.
- Rollwagen, Jack (ur.) (1988): *Anthropological Filmmaking*. Chur, London, Paris, New York, Melbourne: Harwood academic publishers.
- Rouch, Jean (1975): Camera and Man. V Paul Hockings (ur.), *Principles of visual anthropology*, 99. The Hague: Mouton.
- Ruby, Jay (1975): Is an Ethnographic film a Filmic Ethnography? V *Studies in the Anthropology of visual communications*, II (2): 104-111.
- Turner, Terence (1991): The social dynamics of Video: Media and Indigenous Society: The Cultural Meaning and Personal Politics of Videomaking in Kayapo Communities. V *Visual Anthropology Review* 7 (2): 68-76.
- Weinberger, Eliot (1992): The Camera People. V Lucien Taylor (ur.), *Visualizing Theory: Selected Essays From V.A.R. 1990-1994*, 3-26. New York and London: Routledge.
- Worth, Sol (1981): Margaret Mead and the shift from »visual anthropology« to the »anthropology of visual communication«. V Larry Gross (ur.), *Studying visual communication*, 185-199. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Worth, Sol & Adair, John (1997): *Through Navajo Eyes*. The University of New Mexico Press.

PODOBE EMANCIPACIJE: REPREZENTACIJA ŽENSKOSTI IN MOŠKOSTI V SLOVENSKEM PARTIZANSKEM FILMU

Povzetek: Tekst obravnava vzorce reprezentacije spolnih identitet v slovenskem partizanskem filmu. Analiza vseh slovenskih celovečernih partizanskih filmov kaže, da režim prikaza ženskosti in moškosti v tem žanru na obeh oseh analize – na osi nosilnega delovanja in osi same konstrukcije ženskosti oziroma moškosti – ni enoznačen. Na ravni delovanja je tako mogoče razbrati, da so moški liki običajno glavni junaki filmov, nosilci delovanja, da pa v številnih filmih tudi ženske vsaj občasno prevzemajo iniciativo, vlečejo ključne poteze, predvsem pa so pogosto postavljene na mesto tiste moralne avtoritete, ki šele strukturira simbolni univerzum, znotraj katerega delujejo moški junaki, na ravni konstrukcije spolnih identitet pa so moški junaki resda vsaj do konca šestdesetih let portretirani v terminih izrazito klasičnih označevalcev moškosti, ženske pa vseskozi v tesni navezi s tradicionalno označitvijo ženske kot matere, a koherentna podoba kremenitega moža se konec šestdesetih močno skrha, redukcija ženske zgolj na mater pa v slovenskem partizanskem filmu očitno tudi ne pomeni njene enoznačne poudelitve moškim junakom.

Ključni pojmi: filmske študije, reprezentacija, slovenski partizanski film, ženskost, moškost, identitete, konstruktivizem.

Uvod

Malo je žanrov v zgodovini filma, ki so doživeli tako velike oscilacije v prisotnosti na filmskih platnih, kot je to žanr slovenskega partizanskega filma. Nekaj, kar je bilo v letih socializma tako rekoč absolutni standard, predpisan in vsepovsod pojavljajoč se niz podob o trpljenju junaškega naroda v času okupacije med drugo svetovno vojno, je po demokratizaciji družbe konec osemdesetih let romalo naravnost na smetišče filmske in kulturne zgodovine, od koder ga redko in zgolj bežno k živim obudi zgolj kakšna retrospektiva v čast katerega od režiserjev, ki ima v svojem opusu tudi film ali dva iz tega žanra. Toda prav tako kot je bila obsedenost s partizanskimi filmi nekoč pretirana, je danes njihova vsesplošna pozaba nepotrebna. Ne le, da je v tem okviru nastalo lepo število solidnih, celo zelo dobrih filmov, ki bi jim veljalo posvečati več pozornosti, za raziskovalce, ki jih zanima slovenska kulturna krajina na začetku tretjega tisočletja, so slovenski partizanski filmi pomembni tudi v nekem širšem kulturološkem smislu in to na več ravneh. Od te, da

* Dr. Peter Stankovič, je docent na Oddelku za kulturologijo na Fakulteti za družbene vede.

predstavljajo lep primer analitično vedno zanimive, razmeroma »avtentične«¹ lokalne kulture, enkratno točko srečevanja različnih formalnih, ideoloških, tehničnih in drugih fragmentov Zahodne popularne kulture kot tudi socialistične estetike, lokalnih kulturnih referenc in podobno, do te, da preko različnih usedlin pomenov in samoumevnosti, ki so jih producirali, še danes v mnogočem zaznamujejo kulturno, nenazadnje pa tudi politično stvarnost družbenega trenutka, v katerem bivamo (najbolj očitno seveda v tistih segmentih, ko gre za preigravanje –pregrevanje – starih razprtij o »levih« in »desnih«, »rdečih« in »črnih« in podobno, na bolj subtilnih ravneh pa še marsikje druge – konstrukcija etničnih, spolnih in drugih identitet, denimo).

V skladu s tem bomo v pričujočem tekstu poskusili prebiti praktično, pa tudi teoretsko tišino o slovenskem partizanskem filmu ter ga nasloviti iz vidika ene od danes v kulturnih (ter filmskih) študijah najbolj uporabljenih perspektiv, analize *reprezentacije*. Vprašanje, ki se iz te optike postavlja, je, kako partizanski filmi reprezentirajo različne identitete in kakšni so širši družbeni, nenazadnje tudi politični pomeni takšnih reprezentacij? V resnici zanimiv nastavek, toda ker je v tej splošni obliki preširok za obseg pričujočega spisa, ga bomo zožili, in sicer tako, da se bomo osredotočili na analizo reprezentacije ene same identitete, *spolne*. Raziskovalno vprašanje v tej smeri ostrimo k zanimanju za strukturne pravilnosti prikazovanja, s tem pa tudi naturaliziranja specifičnih podob ženskosti oziroma moškosti v slovenskem partizanskem filmu, vse skupaj pa bomo razumljivo motrili iz zainteresirane perspektive razbiranja političnih implikacij teh podob. Tu se sicer zavedamo, da so slovenski partizanski filmi (kot verjetno vsi partizanski filmi nasploh) v prvi vrsti osredotočeni na pripovedovanje pretežno junaških zgodb o uporabi proti brezobzirnemu okupatorju, kar seveda pomeni, da je vpraševanje po vzorcih reprezentacij spolnih identitet v tem žanru vsaj nekoliko nenavadno, toda iz kulturološke perspektive za takšen fokus, ki sega mimo manifestne ravni filmov (zgodba ipd.), obstajajo dobri razlogi. Oziroma vsaj dva dobra razloga. Prvi je ta, da je tekste vedno vsaj načelno zanimivo poskusiti prebrati na neki drugi ravni, kot so si njegovi avtorji zamišljali, da bodo prebrani, saj nam takšna perspektiva praviloma omogoča vpoglede v različne kompleksne sisteme produkcije pomenov, ki so v tekstih prisotni in celo pomembni, toda sami po sebi ne izpostavljeni. Drugi razlog pa je, da danes živimo v nekih drugačnih časih, kot so bili tisti, v katerih so slovenski partizanski filmi nastajali, kar pomeni, da nas v skladu s tem pri njih – kot tudi sicer – razumljivo zanimajo vsaj delno drugačne stvari. Zanimanje za konstrukcijo spolnih identitet je v tem smislu tipično: ker se danes z intenzivno pluralizacijo spolnih (in drugih) identitet podirajo tako rekoč vse do nedavnega samoumevne podmene v zvezi z »naravnostjo« spolne razlike, je velik del analitične pozornosti v kulturnih študijah (in širše) usmerjen na vprašanje konstrukcije spolnih identitet. Ta pozornost se resda pretežno pojavlja v obliki raziskovanja produkcije ženskosti in moškosti v pisanem spektru sodobnih popularnih tekstov, toda iz tega zornega kota je mogoče analizirati tudi kakšne manj sodobne tekste. Denimo partizanske filme. Takšno zanimanje je sicer legitimno že samo po sebi, pač v smislu aplikacije

¹ V kulturnih študijah je koncept avtentičnosti takorekoč anatematiziran. Kljub temu pa ga tu uporabljamo – zdi se, da je v tem kontekstu vsaj do neke mere smislen.

neke nove analitične perspektive na starejši žanr, še toliko bolj pa, če vemo, da so bili ti filmi v Sloveniji – kot so to danes popularni teksti tipa *Seks v mestu*, *Soprano-vi*, *Prijateljci* ipd. – še nedolgo tega zelo vpliven medij konstrukcije simbolnega univerzuma, po katerem se je ravnal velik del ljudi. Številke gledanosti nekaterih slovenskih partizanskih filmov so tudi iz današnje perspektive zavidljivo visoke in v tem smislu ni vseeno, kakšne podobe ženskosti in moškosti so konstruirali in naturalizirali. Konec koncev so to podobe, s katerimi so rasle, vsaj do neke mere pa se po njih tudi zgledovale, cele generacije.

Vprašanje o konstrukciji ženskosti in moškosti v slovenskem partizanskem filmu pa je nenazadnje zanimivo tudi iz vidika v socializmu dominantne (marksistične) podmene, da bodo v brezrazredni družbi hkrati z odpravo izkoriščanja delavskega razreda odpadli tudi vsi drugi vidiki družbene izkoriščanosti, se pravi tudi spolna. Zdi se namreč, da temu ni bilo tako (glej Ule, 1993: 123), v pričujočem tekstu pa bomo poskusili preveriti, če se je spolna emancipacija sploh zgodila – še pred prakso – v dominantni socialistični ideologiji tistega časa? Za popoln odgovor na to vprašanje bi bilo seveda potrebno raziskati različne vidike uradne kulturne produkcije iz časov socializma v Sloveniji, ker pa so bili partizanski filmi pomemben del te kulture, bi moralo biti mogoče vsaj v nekih segmentih iz njih sklepati tudi na širši kulturni vzorec. Preden pa si pogledamo podrobneje, kako je s prikazovanjem ženskosti in moškosti v slovenskem partizanskem filmu, najprej nekaj besed o teoretskem okviru.

Reprezentacija

Analiza reprezentacij je raziskovalna optika, ki jo avtorji s področja kulturnih študij sicer s pridom uporabljajo že razmeroma dolgo, vendar se je raziskovanje iz te perspektive v resnici populariziralo šele v zadnjih letih, nenazadnje tudi pri nas. Za razumevanje koncepta je vsekakor nujno potrebno poznavanje vsaj grobih osnov teoretskega okvira, ki stoji v njegovem ozadju, tako imenovanega *konstruktivizma*. Ta zaznamuje največji del kulturološkega raziskovanja v zadnjem desetletju ali dveh, zelo poenostavljeno rečeno pa gre za pomemben epistemološki rez, ki se je zgodil z delom (predvsem) francoskih poststrukturalistov, ki so odločno prekinili z do nedavnega prevladujočim humanističnim, v pomembni meri pa tudi objektivističnim pogledom na svet, kjer znanstveniki vidijo družbo bodisi kot zbir racionalnih, ustvarjalnih in moralnih bitij bodisi jo interpretirajo v terminih od posameznika neodvisne sistemske logike (za več o tem glej na primer Giddens, 1977/1989). Poststrukturalisti, kot so Michel Foucault, Jacques Lacan, Jacques Derrida in drugi, so namreč oblikovali niz argumentov, ki se vsi stekajo v smer trditve, da je družba v resnici sestavljena iz množice diskurzov, ki posameznike (kot racionalne, moralne itd. akterje ali karkoli drugega) šele *konstruirajo*, kar ne postavlja pod vprašaj zgolj klasične humanistične podmene o posamezniku kot polnem, reflektiranem in enkratnem bitju, temveč tudi tiste poglede (zgoraj smo jih imenovali objektivistične), ki vidijo družbo kot neke vrste neosebno strukturo, saj se tudi različni strukturni vidiki iz poststrukturalističnega zornega kota kažejo kot neke vrste diskurzivni učinek (čeprav ne nujno kot povsem pasivna spremenljivka –

Foucault je denimo izrecno opozarjal, da diskurzi nastajajo šele v različnih institucijah).

Iz poststrukturalistične (oziroma, konsekventno, konstruktivistične) perspektive družba torej ni neko objektivno dejstvo (pa naj gre za objektivne, samozadostne posameznike (akterje) ali objektivne družbene strukture), temveč kompleksna tekstura, ki jo na različnih ravneh producirajo različni diskurzi. Diskurzi so sicer koncept, ki ga je vpeljal Foucault in se nanaša na nize izjav, ki po eni strani zagotavljajo medij za govor o določenih temah v določenem zgodovinskem trenutku, po drugi strani pa te teme s tem šele oblikujejo (več o tem glej na primer Foucault, 1969/2001: 51-55; Hall, 2000; Sarbin in Kitsuse, 1994), za naše povsem shematične in uvodne pomeni pa bo verjetno zadoščalo, če opozorimo na dve temeljni podmeni, ki izhajata iz tega koncepta.

Prvo smo zgoraj že nakazovali, v osnovi pa pomeni, da diskurzi² *ne odražajo* ničesar, kar bi že bilo nekje »tam zunaj« (v »resničnosti«), temveč nam to zunaj vedno šele kažejo oziroma osmišljajo – s tem pa torej konstruirajo – preko različnih postopkov pripovedovanja, klasificiranja, predstavljanja in podobno. Ost tega poudarka je seveda v tem, da je nasprotna zdravorazumskim predstavam: v nasprotju z običajnimi, konvencionalnimi oziroma zdravorazumskimi pogledi, ki vidijo jezik (oziroma diskurze) kot zgolj orodje, s katerim si ljudje pomagamo v življenju, konstruktivizem poudarja, da jezik deluje po neki precej samosvoji logiki in da smo v resnici ljudje tisti, ki jih jezik oblikuje (in ne obratno). Jezik in diskurzi torej ne »odražajo« sveta, temveč nam ga šele osmišljajo, konstituirajo in s tem posameznike šele umeščajo v neke zelo specifične odnose do sveta, soljudi in podobno. To seveda ne pomeni, da konstruktivizem dvomi, da »v resničnosti« obstajajo neke »resnične« stvari, vztraja le na tem, da so nam stvari (predmeti, osebe, dogodki itd.) dostopni *vedno šele* preko različnih diskurzov, ki nam vse to šele oblikujejo (interpretirajo) v neke nam smiselne, pomenljive celote. Vse, kar je izven jezika (celo naše lastno telo, denimo, kot je pokazal Foucault), nam samo po sebi ne pomeni prav ničesar.

Na to pa se potem veže druga podmena: diskurzi nam iz konstruktivistične perspektive resda šele oblikujejo lingvistično, s tem pa tudi kulturno resničnost, ki jo naseljujemo, ampak medtem ko je resničnost v jeziku vedno konstruirana – rečeno s de Saussureom – *arbitrarno* (v nekem jeziku/kulturi je takšna, v drugem drugačna, odvisno od arbitrarne igre srečevanja označevalcev in označencev), se to nikoli ne dogaja povsem neodvisno od relacij družbene moči v nekem zgodovinskem trenutku. Že Barthes je prepričljivo pokazal (glej Barthes, 1956/2000: 112 in naprej), da je raven abstraktnih kulturnih pomenov v jeziku vedno *motivirana*: lingvistično arbitrarno logiko nastajanja znakov vedno zaznamuje določena odvisnost od realnega konteksta operacij družbene hegemonije. Konotacije in pomeni jezikovnih elementov so, poenostavljeno povedano, praviloma takšni, da naturalizirajo obstoječe družbeno gospostvo.

Vse to omenjamo, ker se pričinja v tej luči vprašanje reprezentacije postavljati kar samo od sebe: če diskurzi ne odražajo resničnosti, temveč nam jo vedno na

² Prav tako kot za de Saussurea, očeta strukturalnega jezikoslovja, jezik sam – konec koncev so diskurzi zgolj ena od manifestacij jezika.

kulturno specifične načine šele predstavljajo (reprezentirajo!), potem nas seveda mora zanimati, *kako konkretno* to počnejo, s kakšnimi referencami, podtoni in asociacijami ter kako ti podtoni, reference in asociacije prispevajo k naturaliziranju obstoječih razmerij moči v družbi. V skladu s povedanim problem pri diskurzivni konstruiranosti sveta namreč ni v tem, da diskurzi ne odražajo resničnosti »takšne, kot v resnici je« – iz (post)strukturalističnega zornega kota jezik (ali katerikoli drug sistem reprezentacije) tega v nobenem primeru niti ne more narediti; med kulturo in naturo v tem smislu zeva nepremostljiv prepad – ampak enostavno ta, da jo praviloma predstavljajo na način, ki privilegira (naturalizira, legitimira itd.) neko zelo konkretno, nikakor pa ne naravno ali edino možno podobo sveta v danem zgodovinskem trenutku (ne glede na to, da jo sicer kot takšno predstavljajo). Podoba sveta diskurzov je seveda podoba, ki ustreza tistim, ki imajo moč; je pa tudi točka, kjer vstopajo kulturne študije: ker procesi diskurzivnega konstruiranja resničnosti v pomembni meri potekajo v tekstih sodobne popularne kulture kot zelo specifične *reprezentacije* sveta, identitet itd., različni avtorji te tekste izpostavljajo kritičnemu pregledu in poskušajo v njih razbrati bodisi momente problematičnega legitimiranja obstoječih razmerij moči bodisi (emancipatorne) momente njihovega problematiziranja ali pa, konec koncev, na različne načine obojega hkrati. Poglejmo si nekaj ključnih osi kritične analize reprezentacij.

Reprezentacija in družbena moč

Začnimo z analizo *stereotipov*, momenta v procesu reprezentiranja, ki najbolj nazorno ilustrira podmeno, da reprezentacije ne le konstruirajo resničnost, temveč to pogosto počnejo tako, da naturalizirajo privilegije določenih družbenih skupin in marginaliziranost drugih. Ampak najprej: kaj sploh je stereotip? Richard Dyer pravi, da moramo, če želimo razumeti stereotip, razumeti razliko med *tipiziranjem in stereotipiziranjem*. Po njegovi oceni bi se bilo brez uporabe *tipov* težko, če že ne nemogoče znati v svetu. V svetu se pač orientiramo tako, da posamezne dogodke, osebe, predmete itd. nenehno povezujemo z drugimi podobnimi dogodki, osebami itd., in to praviloma v skladu z določenimi klasifikacijskimi shemami, ki so v kulturi, kjer živimo, samoumevne. Če na primer vidimo mizo, ki je nismo videli še nikoli prej, nam asociacija na koncept »mize«, ki ga imamo v glavi, pomaga hitro razumeti, da je predmet pred nami miza in da lahko, denimo, nanjo postavimo svoj kozarec. Tipiziranje je v tem smislu nujno tako za produkcijo pomena v vsakdanjem življenju kot tudi za naše učinkovito delovanje v svetu. Zelo zamudno (pa še kaj drugega) bi bilo, če bi morali vsak predmet, dogodek, osebo itd. vedno znova interpretirati od samega začetka (Dyer v: Hall, 2000a: 257).

V čem je torej posebnost *stereotipov*? Stereotipi so po Dyerju – kot nekaj enostavnih, jasnih, splošno priznanih, zabavnih, lahko zapomljivih in razumljivih potez, ki so pripisane posameznikom – tudi neka vrsta tipov, vendar s posebnostjo, da *reducirajo* vso kompleksnost posameznikov (ali družbene skupine) na teh nekaj poenostavljenih in pretiranih potez oziroma še več, da takšne reducirane podobe tudi *fiksirajo* kot nekaj povsem naravnega in nespremenljivega (ibid.: 258). Dyer nadalje pravi, da se stereotipi ne pojavljajo kjerkoli, temveč praviloma le tam,

kjer obstajajo velike *neenakosti* v razmerjih moči med različnimi skupinami. Moč je namreč vedno usmerjena proti tistim, ki so podrejeni oz. izključeni, in stereotipi so eno od ključnih mest, kjer se ta izključenost dogaja/osmišlja/legitimira (ibid.). In končno, po Dyerju stereotipi – v skladu s svojo vpletenostjo v mreže družbene moči – ločujejo med normalnim in sprejemljivim na eni strani ter nenormalnim in nesprejemljivim na drugi, pri čemer to počnejo tako, da vse tisto, kar je na nasprotni strani (kot nenormalno in drugačno) *izločajo*, praviloma tako, da to »drugo« delegirajo v temen prostor nevarnega, onesnaženega ali tabuiziranega (ibid.). Stvar morda zveni nekoliko kompleksno, ampak v osnovi gre za to, da stereotipi najprej simbolno fiksirajo meje med »nami« in »njimi« kot nekaj večnega in nespremenljivega, potem pa zagotovijo, da se okoli tistega, kar ni »naše«, zbirajo negativni občutki (ibid.) (primer: v Sloveniji obstaja stereotip o (od »nas«) radikalno drugačnih »Bosancih«, ki so tipično razumljeni na negativen način, kot leni, umazani, neumni itd. »Čefurji«).

Stereotipi so torej posebna vrsta tipov, vrsta, ki ima zelo problematične konsekvence za različne marginalizirane družbene skupine, in v tej navezi lahko sedaj razumemo raziskovalni interes, ki se v kulturnih študijah pogosto suče ravno okoli stereotipov. Konec koncev, ne le da imajo problematične realne konsekvence, zelo pogosto tudi operirajo v različnih tekstih popularne kulture, to dvojje pa je stičišče, ki je tako rekoč po definiciji prostor kritičnega kulturološkega zanimanja. Raziskovalce v tem kontekstu zanima, kako so različni segmenti družbene resničnosti (še posebej identitete) reprezentirani na stereotipen način v popularnih tekstih, kakšne so implikacije teh reprezentacij, kako jih je mogoče razgraditi (praviloma preko izpostavljanja njihove arbitrarnosti, nekonsistentnosti, protislovnosti itd.). Tu bi lahko predstavili zelo številne primere, ampak da se ne bomo po nepotrebnem predolgo zadrževali na tej točki, omenimo zgolj enega, v kulturnih študijah skorajda že kanoniziranega, Boglovo študijo stereotipne reprezentacije temnopoltih Američanov v klasičnem hollywoodskem filmu.³ Donald Bogle v svojem delu *Tomi, zamorci, mulatke, mame in črnuhi: interpretativna zgodovina temnopoltih v ameriških filmih* (Toms, Coons, Mulattos, Mammies and Bucks: An Interpretative History of Blacks in American Films) (izšlo leta 1973) poroča, da so v klasični hollywoodski produkciji Afroameričani tipično reprezentirani na pet osnovnih načinov, kot

1. Tomi (*Toms*): dobri črnici, podrejši, stoični;
2. zamorci (*coons*): zabavljači, kockarji, ničeti, črnuhi (*niggers*);
3. tragične mulatke (*the tragic mulatto*): lepa, seksi, eksotična dekleta mešane krvi, nesrečno zaznamovana s svojo črnsko platjo;
4. mame (*mammies*): velike, močne, ukazovalne gospodinje ali služabnice, predane in podložne belski družini, ki ji služijo; in
5. slabi črnuhi (*bad bucks*): veliki, močni, nasilni, s seksom obsedeni odpadniki (Bogle v: Barker, 2000: 209).

Kar lahko tu vidimo, je očitno stereotipna reprezentacija v smislu redukcije

³ Lahko pa vsaj v opombi omenimo odlično delo na to temo iz domačega prostora, analizo medijskih podob homoseksualnosti v slovenskih tiskanih medijih od 1970 do 2000 Romana Kuharja (glej: Kuhar, 2003).

temnopoltih na nekaj enostavnih in lahko zapomljivih značilnosti, kot tudi v tem smislu, da prispeva k naturaliziranju predstave o temnopoltih kot »slabših« ljudi od belcev, s tem pa k reprodukciji/legitimizaciji obstoječih realnih razmerij moči med belimi in črnimi.⁴

Naj ta primer zadošča. Stereotipno reprezentiranje je seveda zelo očitna točka intervencije moči v procese označevanja in kot takšnega ga pri pregledu ključnih področij kritičnih spoprijemov z različnimi vidiki procesov reprezentiranja tudi omenjamo na prvem mestu, toda politično zainteresirana analiza se ne ustavlja zgolj na tej ravni. Prav tako kot analiza tega, kaj in kako *je* reprezentirano, so pri raziskovanju reprezentacije pomembne tudi druge zadeve, denimo to, kar sploh *ni* reprezentirano (je zamolčano, skrito). Družbeno resničnost namreč sestavljajo kompleksni vzorci različnih procesov, interpretacij in dogodkov, kar pomeni, da je vsa kompleksnost v različnih tekstih vedno reducirana na nekaj bolj ali manj poenostavljenih in atraktivnih pripovedi, pri čemer pa moramo razumeti, da redukcija kompleksnosti na koherentne in atraktivne pripovedi sama po sebi niti ni problematična – v procesih osmišljevanja resničnosti je do neke mere verjetno celo nujna – to kar je za kritično analizo pomembno je dejstvo, da so pri tem nekateri dogodki (predmeti, interpretacije itd.) praviloma vedno opaženi (zabeleženi, predstavljani, interpretirani, uporabljeni v reprezentacijah), drugi pa iz agende relevantnega že na samem začetku sistematično izpadejo. Običajno izpadejo seveda tisti, ki so bodisi irelevantni bodisi nevarni za nosilce moči v družbi, ampak za raziskovanje reprezentacije je v tem kontekstu bistveno, da to vidimo in da smo v skladu s tem pozorni tako na tisto, kar je reprezentirano, kot tudi na tisto, česar v sistemu reprezentacij, ki ga analiziramo, sploh ni.

Naslednji od pomembnejših analitičnih okvirov pri raziskovanju reprezentacije je vprašanje *polisemičnosti*. Naj si producenti tekstov tega želijo ali ne, dejstvo je, da večina reprezentacij tako ali drugače »pušča«, ne ponuja povsem (politično) enobarvnih interpretacij sveta. Pomeni, ki jih lahko razbiramo v različnih popularnih (in tudi drugih) tekstih, tako sicer praviloma podpirajo sile družbene hegemonije, obstoječi status quo, ampak nikoli ne povsem brez ostanka. O tem smo sicer že govorili drugje (glej: Stankovič, 2002), ampak tam smo se zadrževali pri bolj splošnih načelih, v pričujoči razpravi pa gre za zelo konkretno preverjanje učinkovanja tekstov vzdolž vprašanj, kot so: katere pomene izbran tekst s svojim sistemom reprezentacij generira, kakšna branja s tem ponuja in katere identitete naturalizira, koliko pušča prostora za nehegemonске interpretacije oziroma prisvojitve, na kakšen način je tekst vpet v obstoječo distribucijo moči ... Skratka: res je, da različni režimi reprezentacij v popularni kulturi s tem, ko predstavljajo svet na zelo specifične (hegemonске) načine, pretežno podpirajo obstoječe družbene hierarhije, toda zaradi same zmuzljive narave teksta kot takega, katerega pomen nikoli ni v celoti fiksiran (Derrida!), nenazadnje pa tudi zato, ker se ideološki konstrukti resničnosti nikoli ne sklenejo v celoti in brez ostanka v neke povsem koherentne ideološke podobe sveta, njihov pomen nikoli ni povsem enoznačno hegemonски. Naloga, pred katero so v tem kontekstu postavljeni raziskovalci, je torej ta, da so

⁴ Vsaj v takratni ameriški družbi (ne da bi bile stvari danes nujno zelo drugačne, ampak Bogle vendarle piše o klasičnem Hollywoodu).

prav tako kot na različne hegemonске konotacije pozorni tudi na tiste izseke v režimih reprezentacij, ki se od hegemonskih odmikajo in ki razpirajo prostor za še kakšna drugačna branja, denimo pogajalska ali celo eksplicitno opozicijska, pri čemer pa je potrebno biti pozoren tudi na *relativno težo* teh razpok. Konec koncev dejstvo, da določen tekst ne reprezentira sveta ideološko povsem komforno, še ne pomeni, da se bodo vsi bralci nujno obesili na tistih nekaj presežkov pomena in na njih utemeljevali opozicijska branja. Večina bralcev teh presežkov verjetno niti ne bo opazila, tako da seveda velja biti pozoren na razpoke v reprezentacijah, toda vedno v tesni navezi z identifikacijo njihove relativne teže: če je razpoka majhna, je še vedno pomembna, a vseeno manj od kakšne druge, ki na zelo očiten način postavlja pod vprašaj neki moment v dominantni konstrukciji realnosti.

In končno, zadnja od pomembnejših osi raziskovanja reprezentacije: eksplicitno politično artikulirane, proti-hegemonске reprezentacije. Zgoraj smo že večkrat zapisali, da stvari pri reprezentaciji praviloma sicer niso povsem enoznačne, da pa večina popularnih tekstov v osnovi vendarle reprezentira svet, identitete, procese, dogodke in podobno na način, ki reproducira obstoječo distribucijo moči v družbi. To seveda drži, toda čisto na koncu moramo vendarle poudariti, da obstaja tudi segment reprezentacij, ki zelo zavestno problematizirajo dominantne sisteme reprezentiranja in ponujajo neke precej domišljene *alternativne zgodbe, podobe in interpretacije*. Primer? Nekaj odstavkov nazaj smo omenjali Boglovo študijo reprezentiranja temnopoltih v klasičnem hollywoodskem filmu in povedali, da so temnopolti v tem sistemu reprezentirani tipično stereotipno negativno. Konec šestdesetih in v sedemdesetih letih pa se v skladu z razmahom ameriškega Gibanja za državljanske pravice prične pojavljati niz reprezentacij, kjer pričnejo temnopolti sami oblikovati svojo kulturno identiteto povsem izven stereotipnih diskurzov, neredko izrazito polemično. V tem oziru so bili tipični tako imenovani *blaxploitation* filmi, bolj ali manj nizko- ali srednjeproračunske stvaritve, ki pa so spričo evforičnega sprejema med temnopolto skupnostjo v Združenih državah doživeli nezamenljiv komercialni uspeh. Absolutna klasika tega žanra je *Shaft* (1971), film Gordona Parksa o temnopoltem zasebnem detektivu (igra ga Richard Roundtree), ki kljub vsem preprekam uspe rešiti kompliciran primer, pri čemer se ves čas obilno norčuje iz belcev, tako iz tistih, ki ga ne marajo, kot tistih, ki so mu naklonjeni. Film sicer nosi določeno »klasično« sociološko težo v smislu, da zelo naturalistično (kritično) prikazuje bedo in urbani propad newyorškega Harlema, toda njegova politična ost je drugače, v tem, da prevzema tipično belski stereotip o temnopoltem moškem kot neodgovornem, s seksom, denarjem in lepimi oblekami obsedenem uživaču, a ga preigra na povsem drug način. V *Shaftu* te stereotipne značilnosti junaka namreč ne pomenijo (tako kot v klasičnem hollywoodskem filmu) dokaza njegove moralne manjvrednosti ali zagotovila njegovega neslavnega propada. Prav nasprotno, omogočajo mu ne le uspešno preživetje, temveč tudi sočasno zabavo (v nasprotju z »klasičnimi« belimi junaki (detektivi, policisti, agenti...), ki sicer na koncu filma vedno zmagajo, a se morajo za to ves čas zelo truditi).

Skratka, osi kritičnih spoprijemov z različnimi režimi reprezentiranja je več, pri čemer pa velja čisto na koncu poudariti, da na osnovi povedanega nemara nastaja vtis, da so predstavljene osi neke zelo ločene analitične perspektive, da pa je v

praksi smotno, da konkretne analize poskušajo zajeti vse pluralne vidike reprezentacije *hkrati*. Obstajajo sicer raziskave, ki se osredotočajo na stereotipe, na produkcijo samoumevnosti s pomočjo selektivnega nabora fragmentov resničnosti, na protihegemonске tekste in podobno, toda glede na dejstvo, da so stvari v resnici vendarle zelo kompleksne in prepletene, velja, da so najbolj pronicljive tiste analize, ki v tekstih poskušajo razbirati čim več od vseh teh elementov. Večina reprezentacij, naj se pojavljajo v filmih, pesmih, skladbah, šalah, anekdotah, legendah, plesih, romanih, novicah, ekspertizah, kjerkoli, je resda takšnih, da imajo precej jasne praktične/politične implikacije v smislu legitimiranja (ali pa problematiziranja) obstoječega družbenega gospodstva, toda redko na povsem linearen in enoznačen način.

Reprezentacija ženskosti in moškosti v slovenskem partizanskem filmu

O analizi

Eno prvih vprašanj, s katerim se mora soočiti vsak, ki se spoprijema s fenomenom slovenskega partizanskega filma, je vprašanje legitimnosti ali pa vsaj smotnosti ločevanja slovenske produkcije v tem žanru od vzporedne produkcije v širšem jugoslovanskem prostoru. Kaj niso bili slovenski partizanski filmi zgolj del neke širše, bolj ali manj izrazito ideološko obarvane filmske mašinerije, ki je z mnogimi značilnostmi odločno segala preko in mimo republiških, nacionalnih, lokalnih in drugih tovrstnih ločnic? Brez dvoma. Toda v kolikor se raziskovanje ene od »republiških« izpeljav tega »zveznega« žanra mora do neke mere prav gotovo naslanjati oziroma sklicevati na širši okvir, popolna analitična odvisnost od njega le ni nujna. Razlogov za to je več, bistven pa je seveda ta, da v okviru sicer jugoslovanskega žanra slovenski partizanski film zaznamuje niz vsebinskih, nenazadnje pa tudi formalnih posebnosti, ki nam omogočajo, da ga obravnavamo vsaj do neke mere ločeno.

Prva je prevladujoča tematska *osredotočenost na posameznika* in na njegove eksistencialne dileme v zvezi z vojno, ubijanjem, v prvi vrsti pa sploh samim izbiranjem strani, na kateri se bo (če sploh) udeležil spopadov. Stvari seveda niso črno-bele, toda za večino filmske produkcije tega žanra v drugih jugoslovanskih republikah je nasprotno značilno, da junaka kot posameznika pogosto sploh ni (junak je kolektiv (»goloroki narod«), ki se upira okupatorju), če pa že, nastopa posameznik (kot protagonist) zgolj kot metafora za kolektiv kot celoto, vsekakor pa nima težav s svojim sodelovanjem v vojni na strani partizanov. Kot rečeno, izjeme seveda obstajajo, tako na strani produkcije v drugih bivših jugoslovanskih republikah (na primer izrazit personalizem v srbskem *črnem valu*, kjer se je dotikal druge svetovne vojne, *Tri Aleksandra Petrovića* (1965), denimo)) kot tudi v slovenskem partizanskem filmu (prvi slovenski partizanski celovečerni film *Na svoji zemlji* (France Štiglic, 1948) je izrazita, skorajda že sovjetsko obarvana zgodba o kolektivu (narodu), ki se ponosno upira okupatorju, toda to so vendarle izjeme. O čemer konec koncev lepo priča tradicija slovenskega partizanskega filma, ki po prvem, sicer izrazito kolektivističnem filmu, zelo hitro preide (preko *Trsta* Franceta Štiglica (1951) in – z nekaj zamika – *Dobrega starega pianina* Franceta Kosmača (1959), ki

sta v tem oziru prehodna filma) v svoje vedno bolj prepoznavne subjektivistično-eksistencialistične vode, kjer potem tudi ostane vse do svojega konca (primerjaj: Munitić, 1974: 69; Furlan, 1994: 14).

Ne povsem nepovezano s tem je tudi vprašanje *izbora tematik*: medtem ko partizanski filmi iz drugih bivših jugoslovanskih republik sicer pokrivajo zelo različne teme, a po pravilu podrobno obdelajo tudi vse večje bitke, ki so jih pri njih bili partizani (Sutjeska, Neretva, Kozara, Desant na Drvar ipd.), je za slovenski partizanski film značilno, da se bolj ali manj z eno samo izjemo (spet *Na svoji zemlji*, ki pripoveduje o partizanski ofenzivi na nemške komunikacije v Baški grapi leta 1944)⁵ temu, rekli bi »klasično-vojaškemu« branju partizanščine, skorajda v celoti izogiba. In to kljub temu, da je bilo na voljo precej zanimivih snovi za obdelavo: Turjak, Grčarice, velika italijanska ofenziva leta 1942, Vivodina v Beli krajini, Jelenov žleb na Veliki gori nad Ribnico, partizanski napad na Žužemberk, pohod XIV. divizije na Štajersko, partizanska ofenziva na Zgornjo Savinjsko dolino leta 1944, to je le nekaj od številnih bitk in operacij, po katerih bi bilo mogoče posneti atraktivne zgodovinske filme. Ampak očitno je bil kulturni, politični in morda še kakšen drug referenčni okvir v Sloveniji takrat drugačen, zgoraj smo zapisali, subjektivistično-eksistencialističen, kar je pomenilo, da so ustvarjalce bolj kot velike teme in spopadi zanimala usode in dileme malih ljudi. To seveda na noben način ni nič slabega, nasprotno, slovenski partizanski film s tem – kljub temu, da se omenjeni subjektivizem v nekaterih filmih sprevrača v blodnjavi hermetizem – pridobiva ne le svoj prepoznaven karakter, temveč tudi določen šarm. Vsekakor pa pomeni, da obstaja znotraj širšega referenčnega okvira jugoslovanskega partizanskega filma kot dovolj samosvoja celota, da ga je mogoče kot takšnega izpostaviti ločeni analizi.

Nadalje je mogoče kot posebnost slovenskega partizanskega filma omeniti tudi njegovo prepoznavno *gledališko oziroma literarno noto*. Ta značilnost sicer ni omejena zgolj na slovenski partizanski film, saj velja za večji del slovenskega filma naspluh,⁶ je pa vseeno nekaj, kar v kontekstu partizanskega filma v širšem smislu stoji kot izrazita slovenska posebnost (ki verjetno izhaja iz narave geneze slovenske kulture, ki je rasla prav iz tradicije govorjene in pisane besede, kar pomeni, da pri nas kultura še vedno asocira predvsem gledališče in literaturo, to enačenje pa, razumljivo, kot niz gledaliških in literarnih sledi neogibno pronica tudi v film: »gledališkost« filmske igre, skrb za »lepo besedo«, precejšnja statičnost filmske govornice, relativna pogostost adaptacij literarnih del itd. (Furlan, 1994: 10)). Podobno je za slovenski film naspluh, s tem pa tudi za partizanske filme s tega prostora, značilna ujetost v *elitistični interpretativni okvir*, ki je vodil k relativno pogostemu oblikovanju precej kompleksnih filmskih tekstur (film kot Umetnost z velikim U), čeprav – glede na dejstvo, da je film realno moral biti atraktiven tudi za širše

⁵ Temu bi lahko pridodali še poskus filmske upodobitve Dražgoške bitke, ki pa je zaradi denarja, ki ga je sredi snemanja zmanjkalo, neslavno propadel – posneti material je izšel v obliki televizijske nadaljevanke *Oblaki so rdeči*. Na svoj način je izjema tudi film *Nasvidenje v naslednji vojni* (Živojin Pavlovič, 1980), ki sicer tematsko ne obravnava kakšnega posebne bitke, ima pa za slovenski partizanski film netipično vojaški karakter na ravni organizacije mizanscene. Slednje je sicer verjetno deloma mogoče pojasniti s tem, da je film režiral srbski režiser.

⁶ Vsaj do časa slovenske osamosvojitve leta 1991. Slovenski »po-osamosvojitveni« film je bistveno bolj »filmski«.

občinstvo, nenazadnje pa tudi glede na to, da je bila slovenska filmska proizvodnja takrat vendarle ujeta v realne politične (ideološke) okvire – ne povsem enoznačno. Morda bi bilo ustrezneje zapisati, da je posebnost slovenskega filma do osamosvojitve leta 1991 kompleksna, mnogokrat ambivalentna pozicioniranost med različnimi ideologijami umetnosti, konkretno med ideologijo o filmu kot avtentični, osebnoizpovedni in angažirani umetnosti na eni strani, ideologijo o filmu kot orodju za propagiranje ideje socializma na drugi in ideologijo filma kot povsem komercialnega podjetja na tretji strani (glej: Furlan, 1994: 10). Kar pa je še vedno precej drugače od umeščenosti druge jugoslovanske partizanske produkcije, ki je bila – če je že bila razpeta zgolj med konfliktne ideje o umetnosti – razpeta predvsem med razumevanje filma kot propagande in povsem hollywoodsko željo po ugajanju, medtem ko je bilo sklicevanje na bolj hermetično umetniške smeri ali vizije relativno redko (denimo pri že črnem valu) ali pa vsaj bistveno bolj neizrazito in nemoteče kot v Sloveniji (uporaba novovalovskih kinematskih prijemov v filmih/nanizankah *Odpisani* (Otpisani) in *Vrnitev odpisanih* (Povratak otpisanih) prispeva na primer zgolj k suspenzu in atraktivni pripovedi v povsem konvencionalnem smislu).

V kontekstu vseh naštetih posebnosti bo torej predmet analize zgolj slovenski partizanski film, konkretnije *vsí slovenski celovečerni filmi, ki se v kakšnem pomembnejšem segmentu dotikajo časa druge svetovne vojne pri nas*. Slednje poudarjamo, kajti kar nekaj filmov je na meji: njihova vsebina in dogajanje nista nujno tesno vezana na čas tako imenovane narodno-osvobodilne borbe,⁷ čeprav vključujejo kakšne elemente ali sklice na to obdobje. Ker pa je relevantnih filmov na temo partizanov v slovenski filmski zakladnici relativno malo in ker nas zanima čim več pomenskih otenkov in različic, ki se v slovenskem filmu nanašajo na tisto obdobje, vključujemo torej v analizo filme po najširšem, najbolj inkluzivnem kriteriju, daširavno vsaj nekateri od njih niso »partizanski« v nobenem, še tako širokem smislu (*Christophoros* Andreja Mlakarja (1985) in *Dediščina* Matjaža Klopčiča (1984), v mnogočem tudi *Draga moja Iza* Vojka Duletiča (1979)). Poglejmo si nabor vseh analiziranih filmov z režiserji in letnicami produkcije (slednjih v nadaljevanju ne bomo več pisali, da ne bo preveč ponavljanja):

Na svoji zemlji (France Štiglic, 1948);

Trst (France Štiglic, 1951);

Trenutki odločitve (František Čap, 1955);

Dolina miru (France Štiglic, 1956);

Kala (Andrej Hieng in Krešo Golnik, 1958);

Dobri stari pianino (France Kosmač, 1959);

Akcija (Jane Kavčič, 1960);

X 25 javlja (František Čap, 1960);

Balada o trobenti in oblaku (France Štiglic, 1961);

Tistega lepega dne (France Štiglic, 1962);

⁷ Termin je ideološko nabit, saj kompleksno dogajanje tistega časa reducira na boj slovenskega naroda proti okupatorju. Danes je dovolj jasno, da ni šlo zgolj za to (elementi državljanske (morda bolje: bratomorne) vojne; različne rešitve v različnih regijah...), tako da frazo uporabljamo z zadržki, čeprav je po drugi strani brez dvoma koristna spričo jasnosti referenta, na katerega se nanaša.

Ne joči, Peter (France Štiglic, 1964);
Nevidni bataljon (Jane Kavčič, 1967);
Peta zaseda (France Kosmač, 1968);
Sedmina (Matjaž Klopčič, 1969);
Onkraj (Jože Gale, 1970);
Begunec (Jane Kavčič, 1973);
Čudoviti prah (Milan Ljubič, 1975);
Med strahom in dolžnostjo (Vojko Duletič, 1975);
Draga moja Iza (Vojko Duletič, 1979);
Nasvidenje v naslednji vojni (Živojin Pavlovič, 1980);
Dediščina (Matjaž Klopčič, 1984);
Ljubezen (Rajko Ranfl, 1984);
Christophoros (Andrej Mlakar, 1985);
Doktor (Vojko Duletič, 1985);
Čas brez pravljic (Boštjan Hladnik, 1986);
Živela svoboda (Rajko Ranfl, 1987).

V teh filmih⁸ bomo torej z metodo razbiranja prikazov ženskosti in moškosti ter njihovih konotacij poskusili identificirati režim reprezentacije ženskosti in moškosti v slovenskem paritzanskem filmu, pri čemer pa poudarjamo, da bomo – kolikor je to le možno – poskusili držati ob strani vse zadrege, ki v Sloveniji še vedno obstajajo okoli pomena in smisla t. i. NOB. Tu nas zanimajo zgolj filmi o nekem obdobju, ne kakšno je to obdobje »v resnici« bilo.

Ženskost in moškost v slovenskem partizanskem filmu

Glede na konstruktivistične argumente, na katere se opiramo, ne bi smelo presenetiti, če zatrdimo, da so človekove spolne identitete konstrukti. Da sicer ljudje na splošno naseljujemo dva tipa bioloških teles, moško in žensko (obstajajo nekatere izjeme), da pa ta naša naselitev nikakor ne »odraža« nekega naravnega »bistva« teh teles, saj je večinoma kulturno pogojena, specifična oziroma konstruirana. Biti ženska (ali moški) v neki kulturi lahko pomeni nekaj povsem drugega kot biti ženska (moški) v neki drugi kulturi. V tem smislu torej trdimo, da so tudi naše spolne identitete konstrukti, ki nastajajo na različnih mestih, v diskurzih, tekstih, reprezentacijah in podobno (za več o tem glej na primer: Segal, 1997), konkretno pa nas zanima, kakšno podobo »naravne« ženskosti oziroma moškosti ponujajo, s tem pa tudi naturalizirajo slovenski partizanski filmi. Sta ti dve podobi povsem klasični, patriarhalni (z močnim, dominantnim in samozavestnim moškim na eni strani ter krhko, negotovo in podrejšajočo se žensko na drugi) ali so nasprotno v skladu s

⁸ Slovenski partizanski film, ki ne bo vključen v analizo, je Črna orhideja Matjaža Klopčiča (1990). Razloga za to sta dva: prvič, film je precej kratek in v tem smislu je vprašanje, če se sploh kvalificira kot celovečerni film, in drugič, nastal je po koncu socializma v Sloveniji, kar pomeni, da za pričujočo raziskavo ni pretirano relevanten, saj nas zanima predvsem dinamična medigra med bolj ali manj zavezujočim socialističnim ideološkim okvirom in relativno avtonomno umetniško formo. Ne da bi sugerirali, da je kapitalistična družbena ureditev brez ideološkega »kritja«, le drugačno je.

progresivno politično platformo partizanskih filmov spolne identitete prikazane v bolj emancipirani, demokratični maniri?

Analiza reprezentacij v izbranih filmih kaže, da je model konstrukcije spolnih identitet v slovenskem partizanskem filmu relativno kompleksen. Ne toliko v smislu, da bi bil nenavaden ali zelo nov, trditi bi bilo mogoče, da v mnogočem zgolj reproducira tradicionalno slovensko podobo moškosti oziroma ženskosti, kot v smislu, da bi težko rekli, da gre za zelo čist model, bodisi patriarhalen bodisi demokratičen. V obravnavanih filmih tako na eni strani zelo konvencionalno srečujemo predvsem – takorekoč izključno – moške junake, ki so nosilci delovanja, kamera nam prikazuje filmski svet skozi optiko njihovega pogleda in podobno, na drugi strani pa ženske vendarle niso povsem reducirane na zgolj pasivna bitja, ki ne počnejo drugega, kot da občudujejo oziroma podpirajo moške junake, ko se ti spoprijemajo z različnimi izzivi, ki jih prinaša vojna situacija. Pogosto so ženske trdne, samozavestne, odločne, vsekakor pa vse prej kot zgolj pasivne, saj neredko ravno njihova dejanja omogočijo odločilne preobrate v filmu. Pomenljivo je tudi, da pri številnih partizanskih filmih ženski liki, četudi niso zelo aktivni, funkcionirajo kot osrednja moralna avtoriteta, ki šele strukturira simbolni univerzum, znotraj katerega moški junaki delujejo, s tem pa nenazadnje ravno one vodijo gledalca pri razbiranju smisla kompleksnega dogajanja v filmu.

Ampak pogledjmo nekoliko natančneje. Kar se tiče prikaza moških v slovenskem partizanskem filmu, je potrebno še enkrat poudariti, da so moški vsaj na manifestni ravni povsem klasično dominantni. Filmov, ki ne bi bili strukturirani predvsem okoli delovanja moških junakov, skorajda ni, kolikor toliko izraziti izjemi sta le *Dobri stari pianino*, kjer je junak formalno sicer – kot pove že naslov filma – dobri stari pianino, a v ključnem trenutku je vendarle partizanka Anuška tista, ki ga s svojim pogumom uporabi tako, da prinese zmago v bitki partizanom, ter *Čas brez pravljič*, kjer se mati z otrokoma potika po deželi in išče svojega moža (ki je v partizanih); manj izraziti izjemi sta morda še *Dolina miru*, kjer sta junaka deček in deklica, ter *Med strahom in dolžnostjo*, kjer si »junaštvo« delita mož in žena (Vrhunčeva).

Toda kot rečeno, sama manifestna dominacija moških glavnih junakov še ne pomeni, da slovenski partizanski filmi povsem enoznačno reproducirajo patriarhalno distribucijo moči med spoloma. Ženski liki praviloma res niso osrednji, je pa njihova relativna teža v sami naraciji večja, kot bi bilo mogoče sklepati iz same pogostosti njihovega pojavljanja (ki pa spet ni tako zelo redko). V *Na svoji zemlji* so na primer junaki pretežno možje, vaščani, ki gredo v partizane, toda najdramatičnejši prizor v filmu je vendarle tisti, ko se Stanetova mati sezuje, da bi šla pred usrelitvijo »poslednjič po svoji zemlji« bosa, kar pomeni, da je junakinja na mestu, ki osmišlja celotno dogajanje v filmu, boj proti okupaciji in narodovo trpljenje, ženska. Izrazito vlogo v filmu ima tudi Drejčeva mati, ki bodočemu junaku (Drejcju) preprečuje, da bi šel v partizane (je pobožna), kar spet pomeni, da sama po sebi ne doprinaša veliko k akciji v filmu, hkrati pa vendarle večji del filma uspešno inhibira enega od bodočih junakov filma, da bi postal to, kar mu je usojeno – junak. Da se Drejc končno osvobodi materinega pritiska, je spet zasluga ženske, njegove simpatije Tidlice. V *Trstu* imamo opravka s podobnim scenarijem, nosilci delova-

nja so v glavnem moški, največ poguma in s tem legitimacije partizanskega boja pa pokaže ženska, ilegalka Vida, ki jo Nemci aretirajo in hudo mučijo, pa kljub temu nikogar ne izda. Naslednji partizanski film, če gremo kar kronološko, *Trenutki odločitve*, je sicer v prvi vrsti eksistencialistično nabit etični spopad med dvema možema (med doktorjem Korenom in brodarjem), toda na svojem begu iz mesta se doktor zateče v hišo neke ženice, ki podobno predstavlja eno od ključnih točk simbolnega strukturiranja filma, saj s svojo umirjeno, a marljivo in odločno podobo v filmu najizraziteje simbolizira »slovenstvo« kot tako.

Lik matere kot diskretnega, dasiravno očitnega simbola »slovenstva« je sicer v slovenskem partizanskem filmu nasploh zelo pogost. Takšne like lahko vidimo še v filmih *Dobri stari pianino*, *X-25 javlja*, *Balada o trobenti in oblaku*, *Ne joči, Peter*, *Čudoviti prah*, delno pa tudi v *Tistega lepega dne*, *Med strahom in dolžnostjo* in *Nasvidenje v naslednji vojni*. Zakaj je ravno mati tako potenten in razširjen simbol »slovenstva«, ki s svojo toplo podporo partizanom gledalcem ves čas prišepetava, da je samo partizanska stran resnično »slovenska«, je seveda vprašanje. Gre nemara za sekularizirano dediščino katolicizma na Slovenskem (kult device Marije), za cankarjanski sindrom, ali za ne samo v Sloveniji običajen konstrukt domovine kot »matere«? Težko je reči. Toda glede na to, da je legitimacija NOB v slovenskem partizanskem filmu pretežno nacionalna⁹ in da je ključni simbol naroda v tem žanru mati (ženska), verjetno lahko zapišemo, da vloga žensk v obravnavanih filmih ni povsem marginalna. Še posebej, če ta lik beremo vzporedno s tem, kar smo o ženskah zapisali ob filmih *Na svoji zemlji* in *Trst*, ki pa seveda nista osamelca.

V tej navezi je namreč mogoče opozoriti tudi na ženske like v filmu *Tistega lepega dne*, ki ne le da predstavljajo najbolj odločno jedro ne tako zelo tihega slovenskega nasprotovanja italijanski okupaciji, temveč tudi zelo samozavestne značaje, ki v resnici vladajo celi vasi. Lik Pečanke je več kot zgovoren: mimogrede »ukomandira« svojega moža, otroke, Italijane, celo vas... V *Ne joči, Peter* imamo nadalje lik partizanke Magde, ki je v mnogočem sposobnejša in iznajdljivejša od svojih moških kolegov, v filmu konkretno od minerjev Daneta in Lovra, na koncu pa se celo izkaže, da je v resnici obveščevalni oficir, da je torej tudi formalno nadrejena omenjenima moškima junakoma. V *Nevidnem bataljonu* so junaki otroci, toda medtem ko skupino usmerjajo dečki, se deklice ne pustijo na slepo voditi: ves čas so svojeglave in trmaste. V *Peti zasedi* je situacija podobno na prvi pogled klasično patriarhalna, zgodba nam pripoveduje o konfliktnih v partizanski enoti (med moškimi!), toda v dramatičnem razpletu, ko vodstvo zaradi domnevne izdaje ubije politično neortodoksnega partizana Bregarja, film vendarle zaključi ženska. Obtožujoči pogled bolničarke Mije, namenjen komandantu in političnemu komisarju, potem ko se izkaže, da je bil Bregar nedolžen, ni le prva odločna kritika partijskega terorja v slovenskem partizanskem filmu, temveč tudi mesto, ki vzpostavlja žensko kot tisto moralno avtoriteto, ki vrednoti moška dejanja. V *Sedmini* je nadalje Nikova simpatija Marija tista, ki junaka prisili, da prične kritično opazovati svet okoli sebe, da se pridruži partizanom in postane junak, podobno pa poskuša tudi

⁹ Slovenski partizanski filmi legitimirajo NOB skorajda izključno v terminih boja za nacionalno osvoboditev – socialna revolucija, ki je potekala hkrati in ki konec koncev niti ni bila povsem neupravičena, je v teh filmih bolj kot ne sistematično zamočlana. Več o tem: Stankovič, 2005.

Ana v *Beguncu*, čeprav ji ne uspe (kljub temu je Ana v filmu edini res simpatičen lik oziroma značaj, s katerim se identificiramo).

Z vsemi temi primeri seveda ne želimo sugerirati, da je slovenski partizanski film povsem demokratičen, da so torej ženske na vseh mestih prikazane kot absolutno enakopravne moškim. Nikakor ne. Opozorili smo že, da je slovenski partizanski film v resnici pretežno moški žanr, pri čemer lahko kot najizrazitejša primera izpostavimo *Akcijo*, kjer v celem filmu ni niti enega ženskega lika (res je sicer, da v filmu nastopa zelo malo oseb) in *Nasvidenje v naslednji vojni*, ki nekako v skladu z razvpitim mačizmom pisatelja romana (*Menuet za kitaro* Vitomila Zupana), po katerem je bil film posnet, ženske bolj ali manj zveja na predmete junakovega spolnega poželenja, še posebej izrazito partizanko Kristino, za katero se zdi, da plačuje za svoj »greh«, ki je bil v moško-središčnem svetu seveda ta, da je bila preveč emancipirana. Naš argument je v tem kontekstu zgolj ta, da slovenski partizanski film ni povsem linearno, enoznačno moški in da manjša »zastopanost« ženskih likov v filmu še ne pomeni njihove vsesplošne marginalizacije. Da bi ohranili pred očmi vso kompleksnost filmskih pripovedi, je torej nujno, da beremo oba vidika hkrati, tako evidentno dejstvo, da so ti filmi organizirani pretežno okoli moške akcije, kot tudi opazko, da so pogosto ženske tiste, ki v tem žanru strukturirajo filmski simbolni univerzum, pri čemer pa ta širina analitične perspektive seveda nikakor ne pomeni, da sta omenjena vidika v partizanskem filmu nujno povsem uravnotežena. Če bi seštevali, bi v filmih, ki jih v študiji postavljamo pod raziskovalno lupo, zelo verjetno našli več »moških« elementov kot tistih »ženskih«.

Bo pa slika morda vsaj za odtonek bolj jasna, če bomo v razpravo pritegnili še neko drugo vprašanje, namreč kako sta ženskost oziroma moškost v slovenskem partizanskem filmu sploh konstruirani? V kakšnih terminih? Katere asociacije in konotacije se ju držijo? Zgoraj smo premlevali dilemo, vezano na samo prisotnost in pomen moškega oziroma ženskega v teh filmih, toda te stvari same po sebi – brez kvalitativnega presežka razumevanja kulturnih zgradb spolnih identitet – nujno še ne povedo veliko. Kakšno žensko oziroma moškega torej konstruirajo (naturalizirajo, fiksirajo, esencializirajo itd.) slovenski partizanski filmi?

Če znova (simptomatično?) pričnemo pri moških, lahko ugotovimo, da je v tem oziru mogoče identificirati precej jasno razvidno zarezo med partizanskimi filmi tam nekje do sredine šestdesetih let in tistimi kasneje. V prvem obdobju je moškost (ki jo razbiramo predvsem pri glavnih junakih, saj so ravno ti spričo svojega središčnega mesta v filmih načeloma simbolna mesta, s katerimi se identificiramo) konstruirana v smislu nečesa, kar bi lahko označili kot »ornk descī«. Popularni diskurz, h kateremu se tu zatekamo, je morda moteč, toda ker nas zanimajo popularne identitete, verjetno ravno tak diskurz ponuja najpripravnije sintagme, s pomočjo katerih je mogoče vstopati v njihov pomenski svet. V kakšnem smislu torej trdimo, da je moška identiteta, ki jo ponujajo slovenski partizanski filmi do sredine šestdesetih let, nekaj, kar je mogoče označiti z nazivom identiteta »ornk descī«? Enostavno: moški junaki so praviloma nekoliko starejši (pretežno stari nekje med 40 in 55 let), krepki, zdravi, postavni, odločni, iznajdljivi in modri možje, ki pogumno kljubujejo vsem preizkušnjam, pred katere jih postavlja delovanje v NOB. To velja tako za Sovo in Staneta v filmu *Na svoji zemlji* kot tudi za Drejca, ko se konč-

no uspe izkopati iz krempljev svoje »pobožnjakarske« matere (pomenljivo je, da Drejca igra Stane Sever, morda persona, ki najverneje odraža videz in značaj slovenskega »kerlca«, če lahko uporabimo še en popularen izraz), kot tudi za vodjo mestnih ilegalcev v *Trstu*, Boruta (spet ga igra Stane Sever), pa doktorja Korena v *Trenutkih odločitve* (še enkrat Stane Sever), Andreja v *Kali*, Ludvika v *Akciji*, Temnikarja v *Baladi o trobenti in oblaku* ter Daneta in Lovra v *Ne joči, Peter*.

Stvari pa se spremenijo nekje v drugi polovici šestdesetih let. Tipičen moški, ki ga prikazujejo partizanski filmi od tega časa naprej, je praviloma mlajši, vsekakor pa bistveno bolj pomehkužen, zmeden in negotov od svojega predhodnika s časov zgodnjega partizanskega filma. Medtem ko je Bregar v *Peti zasedi* na eni strani kot moški še vedno povsem klasičen slovenski »ornk desc«, njegovo nasprotovanje komunističnemu sektaštvu že postavlja pod vprašaj do tedaj samoumevno enačenje krepkega, zdravega in odločnega moškega s slovenskim narodom in komunizmom (slednji tu izpade iz enačbe), Niko v *Sedmini* je še bistveno »mehkejši« moški, mlad, negotov, sentimental, neodločen,¹⁰ to pa velja tudi za Damjana iz *Onkraj* ter Ernesta iz *Begunca*, do neke mere pa tudi za Golega iz *Čudovitega prahu*, Andreja iz *Moje drage Ize*, Marjana iz *Ljubezni* in Doktorja iz, hm, *Doktorja*. Posebno poglavje je Berk v filmu *Nasvidenje v naslednji vojni*, sicer (tradicionalno-patriarhalno) samozavesten in odločen, a hkrati mlad, prepotenten in vsaj nekoliko izgubljen, prav tako pa tudi Kozlevčar v *Med strahom in dolžnostjo*, ki je sicer po videzu in »kremenitosti« precej blizu podobi klasičnega slovenskega »ornk desca«, nima pa njegove odločnosti in trdožive upornosti. V bistvu bi lahko rekli, da moškega v slovenskem partizanskem filmu od druge polovice šestdesetih let naprej najlepše simbolizira oče v *Času brez pravljič*, je povsem klasičen slovenski korenjak, pri čemer pa ga v resnici sploh ni – cel film sledimo njegovi ženi z otrokoma, ki ga iščejo po gozdovih (je nekje pri partizanih). Slovenski »ornk desc« je tako zveden skorajda na privid, na fantazmo o narodovi trdoživosti, ki jo je nekje in nekoč zagotavljal odločen moški.

Ampak od kod ta razlika pri konstrukciji moškosti med obdobjema pred in po drugi polovici šestdesetih let? In kaj pomeni? V bistvu bi bilo mogoče špekulirati, da je izginevanje klasične, trdožive moškosti junaka v slovenskem partizanskem filmu od druge polovice šestdesetih let naprej zgolj del nekega širšega restrukturiranja moškosti, ki se prične pod vplivom feminizma, hipijevskega gibanja in podobnih premikov v Zahodnih družbah prav nekje ob tem času, če bi ne bilo precej očitno dejstvo, da takšnega restrukturiranja v Sloveniji nekje do druge polovice devetdesetih let skorajda ni bilo. Gre torej za kaj drugega? Morda za projekcijo dvoma v obstoječo socialistično ureditev, ki se podobno prične pojavljati prav nekje v drugi polovici šestdesetih let, v vedno manj samozavestnega junaka partizanskih filmov? Za ponovno oživitev v slovenski literarni tradiciji pogoste pasivnosti, »ne-junaškosti« junaka?¹¹ Ali morda za odmev relativne »šibkosti« tradicionalne sloven-

¹⁰ Morda nekje v smeri takrat (film je iz leta 1969) popularne posthipijevske moške identitete (znane pod nazivom *mellow man*), ki jo je najbolj prepoznavno utelešal precej feminilni popularni glasbenik Neil Young.

¹¹ Zanimivo (in znamenito) tezo o pasivnem slovenskem romanesknem junaku je postavil Dušan Prijevec (za več o tem glej Virk, 1997).

ske moške identitete, ki izhaja iz tega, da je bilo zgodovinsko gledano slovensko meščanstvo vedno maloštevilno in šibko, kmečka populacija, na kateri je konec koncev simbolno utemeljen tradicionalni konstrukt »slovenskosti«, pa je bila tako pogosto v ekonomskih zagatah, da niti ni uspela proizvesti konstruktua suverenega moškega »gospodarja« hiše z vso spremljajočo patriarhalno navlako vred? Slovenska literatura nam denimo pogosto priča o tem, da so v drugi polovici 19. stoletja množično propadale kmetije, pri čemer so se moški praviloma zapili, skrb za otroke in kar je od imetja ostalo pa so prevzele ženske. Kar seveda pomeni, da vsaj v nekem nezanemarljivem segmentu zgodovine ljudi s tega prostora enostavno ni bilo strukturnih pogojev za koherentno reprodukcijo patriarhalne ideologije, preigravane na arhetipskih podobah »suverenega« moškega (moža) in podrejšajoče se ženske.

Vse to so seveda možne smeri mišljenja nenavadno dramatičnega premika pri konstrukciji moškosti v slovenskem partizanskem filmu: morda držijo vse na svoj način, morda tudi nobena ... Vprašanja, ki se s tem v zvezi postavljajo, so vsekakor zanimiva, toda ker namen pričujoče razprave ni pojasnitev vzorcev reprezentacije spolnih identitet, temveč zgolj njihova identifikacija, se bomo zadovoljili s temi zgolj nakazanimi interpretacijami preskoka pri konstrukciji moškega junaka in se premaknili naprej, upajoč seveda, da bodo ta vprašanja kje drugje doživela temeljitejši analitični pretres. Poglejmo si sedaj, kako so v slovenskem partizanskem filmu kot protipol moškim konstruirane ženske.

Vsekakor bistveno bolj koherentno kot moški. Od samih začetkov pa do konca slovenskega partizanskega filma so ženske razmeroma konsistentno konstruirane v navezi z različnimi označevalci, ki se po pravilu stekajo nekje v smeri podobe ženske kot predane, zanesljive, tople (a ne vročičnočustvene), skrbne, marljive in tihe *matere*, tako v smislu dejanskih, bioloških mater kot v smislu deklet, ki sicer še niso matere, a se v njihovih očeh že vseskozi iskrijo podobe otrok, ki jih bodo imele z junaki (ki jim v filmih seveda ljubeče stojijo ob strani). Primerov je v tem smislu sila veliko: Stanetova mati, Tidlica in druge vaščanke v filmu *Na svoji zemlji*, Vida v *Trstu*, bolniška sestra Marija v *Trenutkih odločitve*, Anuška v *Dobrem starem pianinu*, Ana v *Kali*, tajnica Kramerjeva v *X-25 javlja*, Temnikarica v *Baladi o trobenti in oblaku*, bolničarka Mija v *Peti zasedi*, Marija v *Sedmini*, Anja v *Onkraj*, Ana v *Beguncu*, Kozlevčarjeva v *Med strahom in dolžnostjo*, Lenka v *Cristophorosu* in mati v *Času brez pravlje*.

Toda relativna konsistentnost tega vzorca, ki se skozi vse obdobje slovenskega partizanskega filma ne spreminja, v že nakazanem smislu ne pomeni nujno enoznačne redukcije »normalne« ženskosti na možu poslušno mater njegovih otrok. Ženske so resda pretežno konstruirane v nekem najširšem materinskem diskurzu, toda njihovo materinstvo (obstoječe ali šele nakazujoče se) ne pomeni tudi njihove avtomatične podrejenosti moškim. Prej nasprotno, ženske-kot-matere so praviloma samostojne, odločne, suverene, prevzemajo iniciativo in podobno, v nekaterih primerih bi bilo mogoče celo zatrditi, da zasedajo prostor, ki je običajno v žanrih, ki reproducirajo patriarhalne stereotipe,¹² rezerviran za moškega, prostor

¹² Kamor neovomno sodijo tudi vojni filmi, s tem pa tudi – kljub vsej svoji neortodoksosti v tem oziru – slovenski partizanski filmi.

nosilne akcije (Anuška v *Dobrem starem pianinu*, Pečanka v *Tistega lepega dne*, Magda v *Ne joči, Peter*, Ana v *Beguncu*, mati v *Času brez pravljič*).

Pri čemer pa – spet ponavljamo nekaj, kar je bilo že rečeno – tega momenta vendarle ne smemo brati preveč določno, ženske v slovenskem partizanskem filmu vendarle niso posnete z mislimi na feministično politično agendo in v tem smislu tudi niso popolnoma emancipirana bitja. Izjema je morda le partizanka Magda v filmu *Ne joči, Peter*, ki v resnici predstavlja neke vrste AFŽ-jevski ideal »osvobodilne« socialistične ženske, vse ostale pa so v glavnem sicer relativno suverena bitja, nikakor pa ne resnično enakopravne z moškimi. Nenazadnje imamo tudi primere, kjer so ženske še povsem tradicionalno reducirane bodisi na povsem odvisna bitja bodisi na podobo samostojnih in svojeglavih deklet, ki pa so ravno zaradi svoje samostojnosti kaznovane tako, da so postavljene v nek »histeričarski« interpretativni okvir (Kristina iz *Nasvidenje v naslednji vojni* in Mira iz *Dediščine*). V skladu s tem bi bilo torej mogoče zaključiti, da so v slovenskem partizanskem filmu odnosi med spoloma tudi na osi reprezentacije moškosti in ženskosti kot take relativno ambivalentni, da so moški sicer zelo konvencionalno portretirani kot močni in ženske podobno konvencionalno predvsem kot matere, da pa to še ne pomeni povsem enoznačno hierarhičnega odnosa med spoloma. Moška moč in samozavest se konec šestdesetih odločno skrhata (dasiravno tega premika pri portretiranju moškega junaka ne spremlja vzporeden premik pri konstrukciji ženskosti, denimo v smeri prikazovanja močnejših žensk), ženske-kot-matere pa v slovenskem partizanskem filmu že tako in tako niso bile nikoli prikazane kot (zgolj) šibke, prej nasprotno. Čeprav tudi v tem primeru relativna kompleksnost prikazov moškosti in ženskosti ne pomeni nujno resnične demokratičnosti, dejstva, da bi bila pri razmerju moči med spoloma slovenska partizanska vojska prikazana kot resnično emancipirana gverilska sila. Moški so v zadnji instanci vendarle pogostejše prikazani v navezi z označevalci »moči«, ženske pa »odvisnosti«.

Sklep

Analiza reprezentacije ženskosti in moškosti v slovenskih partizanskih celovečernih filmih je torej na obeh oseh analize – na osi nosilnega delovanja in osi same konstrukcije ženskosti oziroma moškosti – pokazala, da vzorci prikaza niso povsem enoznačni. Na ravni delovanja je tako mogoče razbrati, da so moški liki običajno glavni junaki filmov, nosilci delovanja, da pa v številnih filmih tudi ženske vsaj občasno prevzemajo iniciativo, vlečejo ključne poteze, predvsem pa so pogosto postavljene na mesto tiste moralne avtoritete, ki šele strukturira simbolni univerzum, znotraj katerega delujejo moški junaki, na ravni konstrukcije spolnih identitet pa so moški junaki resda vsaj do konca šestdesetih let portretirani v terminih izrazito klasičnih označevalcev moškosti (patriarhalna figura »ornk desca«), ženske pa veskozi v tesni navezi s tradicionalno označitvijo ženske kot matere, a koherentna podoba kremenitega moža se konec šestdesetih močno skrha, redukcija ženske zgolj na mater pa v slovenskem partizanskem filmu očitno tudi ne pomeni njene enoznačne podreditve moškemu junakom oziroma njenega linearnega delegiranja za štedilnik.

Toda kaj ta relativna ambivalentnost reprezentacij na pol poti med reprodukcijo klasičnih patriarhalnih vzorcev in progresivnimi prikazi razmerja moči med spoloma v slovenskem partizanskem filmu pomeni? Razmišljati je mogoče v več smereh, toda na neki precej temeljni ravni identificirani režim reprezentacije spolnih identitet verjetno kaže predvsem na to, da socialistična Slovenija v zadnji instanci enostavno niti ni bila tako zelo »socialistična«. Ne le da, kot vemo, na številnih ravlinah vsakdanjega življenja socializem v praksi enostavno ni živel, pričujoča analiza kaže, da tudi na ravni relativno eksplicitnih ideoloških tekstov uradne sintagme o enakosti vseh niso funkcionirale. Slovenskih partizanskih filmov sicer nikakor ne gre obravnavati zgolj v smislu povsem avtomatičnih prevodnikov (»odrazov«) uradne ideologije, toda njihova bližina dominantnim političnim in ideološkim strukturam je bila verjetno dovolj velika, da lahko ob ugotovljenem dejstvu, da se na ravni reprezentacije moškosti in ženskosti precej oddaljujejo od predpisanih socialističnih idealov (če se ne bi, bi bile ženske bolj konsistentno prikazane kot enake moškim) privzdignemo obrvi. Res je sicer, na to smo opozarjali že v uvodu, da partizanski filmi niso filmi o ženski emancipaciji, temveč o boju proti okupaciji, kar pomeni, da filmske ekipe verjetno niti niso bile pozorne na momente konstrukcije spolnih identitet, toda če bi socializem v praksi ali vsaj ideologiji funkcioniral, to ne bi smel biti moteč element. Tako pa se zdi, da slovenski partizanski film, vsaj v tem oziru, verjetno pa še v kakšnem drugem, ni bil ravno medij artikulacije konsistentne uradne ideologije o vsesplošni enakosti, temveč prej točka, kamor so se vpisovali zelo različni interpretativni, pomenski, ideološki in drugi podobni okviri, ki so bili v tistem času tako ali drugače prisotni na prostoru različnih kultur, ki ga danes umeščamo pod skupni naziv »Slovenija«. Deloma so bili seveda ti referenčni interpretativni okviri vezani na uradno politično platformo (ženske emancipacije v tem primeru), toda na številnih mestih so očitno prihajali tudi od drugod,¹³ pri čemer niti ni nujno, da bi bile na te druge reference enoznačno vezane politično regresivne, protiemancipatorne konotacije. V tekstu smo denimo omenjali destabilizacijo moškega junaka kot kremenitega »ornka desca«, ki se je v slovenskem partizanskem filmu pojavila konec šestdesetih let: ta premik verjetno v nobenem smislu ne »odraža« uradne ideološke platforme, ga pa je vseeno mogoče razumeti kot (na analizirani osi razmerja moči med spoloma) progresivnega.

LITERATURA:

- Barthes, Roland (2000): *Myth Today*. V Susan Sontag (ur.), *A Roland Barthes Reader*, 93-149. London: Vintage.
- Foucault, Michel (2001): *Arheologija vednosti*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Furlan, Silvan, Kavčič, Bojan, Nedič, Liljana in Vrdlovec, Zdenko (ur.) (1994): *Filmografija slovenskih celovečernih filmov 1931-1993*. Ljubljana: Slovenski gledališki in filmski muzej.
- Furlan, Silvan (1994): *Kratka predstavitev slovenskega celovečernega filma*. V Silvan Furlan, Bojan Kavčič, Liljana Nedič in Zdenko Vrdlovec (ur.), *Filmografija slovenskih celovečernih filmov 1931-1993*, 9-19. Ljubljana: Slovenski gledališki in filmski muzej.

¹³ Tu lahko omenimo ideologije nacionalizma, prozahodnega liberalizma, patriarhata oz. tradicionalnega razmerja moči v družini, katolicizma, ideologije oziroma svetovne nazore različnih mladinskih kultur in subkultur itd.

- Giddens, Anthony (1989): *Nova pravila sociološke metode*. Ljubljana: ŠKUC in Filozofska fakulteta.
- Hall, Stuart (2000): *The work of representation*. V Stuart Hall (ur.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, 13-74. London: Sage Publications.
- Hall, Stuart (2000a): *The spectacle of the 'other'*. V Stuart Hall, (ur.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, 223-290. London, Thousand Oaks in New Delhi: Sage Publications.
- Kuhar, Roman (2003): *Medijske podobe homoseksualnosti, analiza slovenskih tiskanih medijev od 1970 do 2000*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Munitić, Ranko (1974): *Živjet će ovaj narod, jugoslavenski film o revoluciji*. Zagreb: RK SOH in Publicitas.
- Sarbin, Theodore R. in Kitsuse, John. I. (ur.) (1994): *Constructing the Social*. London: Sage Publications.
- Segal, Lynn (1997): *Sexualities*. V Kathryn Woodward (ur.), *Identity and Difference*, 183-238. London: Sage Publications.
- Stankovič, Peter (2002): *Kulturne študije, pregled zgodovine, teorij in metod*. V Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja (ur.), *Cooltura: Uvod v kulturne študije*, 11-70. Ljubljana: Študentska založba.
- Stankovič, Peter (2005): *Rdeči trakovi, reprezentacija v slovenskem partizanskem filmu*. Tipkopis.
- Ule, Mirjana (1993): *Kontekst ženskih študij v Sloveniji*. V Eva D. Bahovec (ur.), *Od ženskih študij k feministični teoriji* 119-124. Ljubljana: Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in antropologijo, Posebna izdaja.
- Virk, Tomo (1997): *Dušan Prijevec in slovenski roman*. Literatura 9 (67-68): 76-101.

VIZUALNE REPREZENTACIJE SLOVENSKE ALPSKE KULTURE: OD UPODOBLJANJA ALPSKE KRAJINE DO ŽANRA GORSKEGA FILMA

Povzetek: V tekstu je predstavljena rekonstrukcija vizualnih kodov, ki so povezani s slovensko alpsko kulturo. Prek analize zgodovinskih razsežnosti različnih vizualnih medijev – od slikarstva, fotografije, filma do širše popularne kulture – je mogoče v kontekstu upodabljanja gorskega sveta razbrati, da vizualne reprezentacije močno odražajo navezanost kulture, družbe in posameznikov na okolje, iz katerega izhaja. Vizualne reprezentacije v tem primeru slikovito razkrivajo, da je gorski svet pomembna stalnica oblikovanja kolektivnega spomina in zamišljene skupnosti v slovenskem kontekstu. Kronološko gledano se je tako skupaj z razvojem vizualnih medijev pogosto spreminjal zgolj način upodabljanje vsebinsko identične alpske kulture. Sestavek v tem pogledu tudi opozarja na vidik tradicionalnih, religijskih pogledov na gore, ki jih v sodobni družbi predhajajo številne prakse od športa do celovite nacionalne identifikacije in mitizacije kulturne krajine. Analiza vizualnih reprezentacij alpske kulture slovenstva v tem primeru sistematično razkriva podoben proces modernizacije, kot so ga veliki sociološki klasiki opažali na podobnih temah modernizacije življenjskega sveta.

Ključni pojmi: alpska kultura slovenstva, vizualna reprezentacija, slikarstvo, fotografija, film, popularna kultura, šport, kulturna krajina

Uvod: vizualne reprezentacije kulturnih krajin

Premik umetniškega motiva gore kot sredstva podajanja religioznega pomena je šele v razsvetljenstvu zaznamovan s sekularnim pristopom – takšen premik *avtonomnosti umetnosti* je sicer nakazala že renesansa, vendar se je dokončno uveljavil ravno v času razsvetljenstva in romantike, ko so se umetniki zatekali v *melanholiijo* in s pomočjo umetnosti izpovedovali svoja čustva v obliki *družbene osamitve* (prim. Debeljak, 1999). Vendar tako, kot je srednjeveška interpretacija legend in mitov opravičevala *duhovno gospostvo aristokratskega družbenega sloja*, je tudi v moderni sodobno tržišče na podlagi *logike kapitala* spremenilo umetnost v orodje ekonomskih interesov, množičnih medijev in državne oblasti (Debeljak, 1999). Hkrati pa je takšen prehod zaznamovan z vrsto ideoloških vzvodov, med

* Mag. Boštjan Šaver, asistent na Fakulteti za družbene vede in raziskovalec v Centru za preučevanje kulture in religije.

katerimi prednjači obravnavanje *naroda kot umetnostne kategorije* – kot opozarja jo nekatere študije, gre za vrsto *kulturnega nacionalizma* (ki je v slovenskem primeru odigral vlogo *pozitivne ideologije*, saj je pripeljal do nastanka nacionalne države – prim. Zgonik, 2002: 9) kot obliko *preddržavnega stanja neke politične ideologije*, saj nacionalizmi v kulturi predhajajo vključevanje nacionalnih idej v politična gibanja (Zgonik, 2002: 18). Pri tem Zgonik opozarja, da lahko po eni strani takšen nacionalizem delimo na *imperialistični aspekt* – denimo primer renesančnega nacionalizma v Firencah, ki se je začel instrumentalizirati in institucionalizirati prek razglašanja *Florentincev* za dediče antične kulture in naslednike starih Rimljanov, po drugi pa na *organicistični aspekt* – denimo obramba nacionalne kulture v *nemškem svetu* je terjala *identifikacijo z naravo, gozdom in podeželskimi kmečkimi navadami* (Zgonik, 2002: 18, 20). Slovenski primer ima tudi v soju tisočletne zgodovine podobne poteze kot *germanski*, vendar je zanj še posebej značilna *specifika zavesti o jezikovni pripadnosti skupnosti*. Hkrati pa se je ravno med prostotom romanske in germanske kulture, ter njunima *imperialističnima kulturnima težnjama* v slovenskem prostoru razvil *antagonizem*, ki je že hkrati pomenil *razliko med dvema izključujočima se možnostma* – frankofonski švicarski pisatelj *Charles-Ferdinand Ramuz* (Zgonik, 2002: 22) tako v obravnavanju problema identitete (razmerja med romanskim in germanskim svetom) ne opredeli takšnega *identitetnega antagonizma* le z različnostjo kulturnih izhodišč, temveč tudi – prvič – s temeljno razliko med (že omenjeno) *imperialistično* in *organicistično razsežnostjo kulture* in – drugič – z njuno različno religiozno podstatjo.

Znotraj koncepta kulturnih krajin je pomen slovenskega alpskega okolja in slovenskih gora nedvomno markanten. O tem govorijo številni pogledi od zunaj (prim. Howard, 1870) in od znotraj (prim. Rožanc, 1981). Osrednja teza teksta je tako zastopana v rekonstrukciji vizualnih kodov, ki so povezani s slovensko alpsko kulturo. V nadaljevanju bo ravno analiza zgodovinskih razsežnosti različnih vizualnih medijev – od slikarstva, fotografije, filma do širše popularne kulture – v kontekstu upodabljanja gorskega sveta privedla do sinteze, da vizualne reprezentacije pomembno odražajo navezanost kulture, družbe in posameznikov na okolje, iz katerega izhajajo. Torej v primeru slovenske kulture in vsakdanje družbe vizualne reprezentacije slikovito razkrivajo, da je gorski svet pomembna stalnica oblikovanja *kolektivnega spomina* in *zamišljene skupnosti*. Hkrati pa je v tekstu na empirični ravni številnih primerov analiziran tudi vidik tradicionalnih, religijskih pogledov na gore, ki jih v sodobni družbi predhajajo številne prakse od športa do celovitih sodobnih nacionalnih identifikacij in (političnih) mitizacij kulturne krajine.

Kulturna konstrukcija krajine v slikarski umetnosti

Krajina kot poseben slikarski žanr ima svoje izvore v Leonardovem prostorskem odkrivanju globine, ki v svojem delu *Trattato della pittura* (1490) uporablja besedo *paese – dežela* (prim. Ilić, 2004). Pomembno popularizacijo motiva krajine vnesejo v slikarsko umetnost *flamski slikarji* – med katerimi se Joachim Patinir že v 16. stoletju popolnoma posveti slikanju pokrajine. Patinir tako naslika leta 1515 sliko *Gorska krajina s svetim Hieronimom* [*Saint Jerome in a Rocky Landscape* –

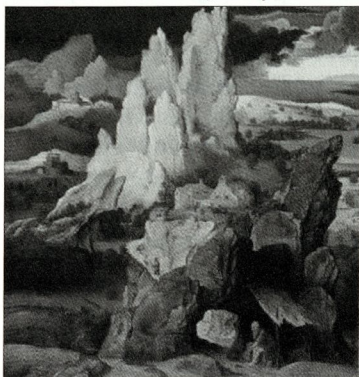
danes jo hrani Narodna galerija v Londonu], ki v ospredju prikazuje skromno votlino z bradatim Hieronimom, v ozadju pa gorato pokrajino s samostanom kot osrednjo točko ene izmed zgodb takrat popularne ti. *Zlate legende – Legenda Aurea* (ki jo je spisal leta 1275 menih Jacopo de Voragine). V kontekstu naše obravnave je delo zanimivo z dveh zornih kotov: prvič – znameniti prevajalec *Vulgate* (prvega prevoda Svetega pisma v latinščino), sveti Hieronim, je bil leta 342 rojen na mediteranskem pragu alpskega slovenstva, zato lahko upravičeno sklepamo, da je na Patinirjevi sliki upodobljena duhovna zapuščina bodisi *alpskega* bodisi *balkanskega gorskega sveta*, drugič – kontekstualizacija zgodbe *Legenda Aurea* v gorski krajini opozarja, podobno kot *slovenska legenda o Zlatorogu*, da številne mitološke zgodbe podajajo univerzalne kulturne strukture – kot opaza Meletinski (prim. 2001) ali pa Škamperle (prim. 1999) v slikoviti študiji *simbolne govorice gore*. Mitološka tematike gore je bila tako verjetno upodobljena zelo zgodaj v zgodovini človeštva (Bernbaum, 1998; Križnar, 2003). V umetnosti se je tako pred razsvetljenstvom in romantiko *motiv gore* prikazal kot *motiv reformacije* (Stele, 1952). Tako v reformaciji *postane umetnost izraz osebnih razpoloženj, osebnih izpovedi in odraz osebnih duševnih bojev* – denimo takšen vsebinski premik ilustrira Hamann na razvoju ikonografske teme *Oljske gore* pri Dürerju (eden izmed prvih slikarjev, ki slika *Landschaft – pokrajino*), pri čemer označi *biblijsko Oljsko goro* kot osrednjo *temo reformacije* (Stele, 1952: 120). Prežitek takšne biblijske konstrukcije realnosti odraža še danes *Gora Oljka* blizu Velenja (prim. Tavčar, 2004), ki združuje tri bistvene elemente alpske kulture slovenstva: *geografski* – goro kot vzpetino, *religiozni* – na vrhu gore je postavljena cerkev Svetega Križa, *popularno kulturni in športni* – na vrhu gore je postavljen tudi planinski dom, ki ga množično obiskujejo planinci na letnih tradicionalnih pohodih.¹

Kot že rečeno je sekularni premik v razsvetljenstvu in romantiki namesto številnih slikarskih upodobitev krščanskih svetnikov, tudi v kontekstu gorske krajine, postavil v ospredje *mysterium tremendum et fascinans* narave kot take. Takšne premike lahko v kontekstu upodabljanja slovenske alpske pokrajine in Triglava opažamo v številnih delih (Zgonik, 2002; Kučan, 1998; Komelj, 2001) – denimo slika *Triglav iz Bohinja* (1861) Antona Karingerja, slike *Panorama s Triglava* (1864–1867), *Panorama s Stola* (1866), *Panorama s Šmarne gore* (1866), *Panorama z Mangarta* (1869) znamenitega krajinarja Marka Pernharta, v pričetku 20. stoletja pa tudi v številnih delih Ivana Groharja, Maksima Gasparija, Riharda Jakopiča, Irwinov idr. Omenjena klasična dela žanra *gorske krajine* pa predhajajo številne *vedute* in *bakrorezi*, ki že za časa srednjega veka, še bolj pa v obdobju razsvetljenskega raziskovanja, prikazuje razbrazdani gorski svet. Tako denimo Valvazor v svojem velikem delu in številnih bakrorezih upodablja gorsko krajino kot abstraktni niz *enakomerno porazdeljenih čeri* – v nasprotju z dejanskim izgledom gora. Denimo njegov bakrorez *Bled z gradom*: jezero z gradom na desni, otokom in cerkvijo, v ozadju, kjer v takšnem kadru

¹ Takšna razčlenitev še dodatno potrjuje tezo o nevidni reprodukciji tradicionalnih religioznih vzorcev v širših družbenih strukturah in osrednjo tezo o diahroni kontinuiteti konstrukcije družbenih in kulturnih struktur, ki jih v konkretnem primeru lahko opredelimo s konceptom alpske kulture slovenstva. Namreč, če so za tradicionalno religiozno produkcijo smisla značilna romanja k cerkvam, so za sekularno produkcijo smisla značilna romanja k planinskim kočam.

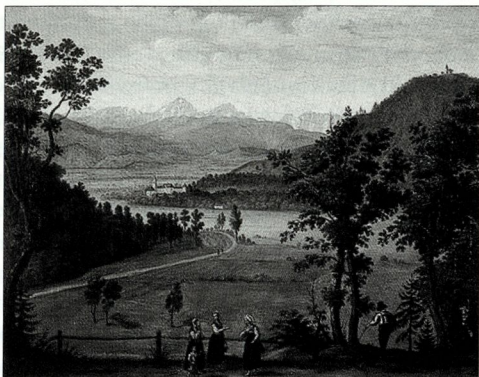
običajno uzremo Triglav, pa je upodobil neprepoznaven niz že omenjenih čeri (prim. Strojín, 1980; prim. Valvazor, 1977). Podoben motiv je dve stoletji kasneje na slikal vojak in slikar Anton Karinger na sliki *Bled s Triglavom v ozadju* (1860/67) – pri tem že samo ime daje vedeti, da je kontekst gora v ozadju pomemben in pomenljiv. Preskok v takšnem upodabljanju predstavlja znamenita Hacquetova podoba *Velki Terglou* (1779), kjer so okoliške gore narisane še vedno v izumetničeni luči poljubno razbrazdanih skal – v ospredju pa je v oblake segajoča gmota najvišje gore vzhodnih Alp (prim. Lovšin, 1979: 55). Sistematično skiciranje, risanje, slikanje gora postopoma uvedeta v tridesetih letih 19. stoletja takratni kustos deželne muzeja Henrik Freyer in portretist Matevž Langus, ki je poleg portretov skiciral številne krajinske motive, gore, hudournike (njegovo skicirko še danes hranijo v ljubljanski Narodni galeriji), znana pa je tudi njegova slika *Begunje na Gorenjskem* s Triglavom v ozadju (prim. Strojín, 1980: 116).

Patinirjeva slika *Svetega Hieronima v skalnati pokrajini*



(vir: National Gallery London,
URL: <http://www.nationalgallery.org.uk/>,
marec 2005).

Matevž Langus, *Pogled na Begunje*,
1792–1855



(vir: Narodna galerija Ljubljana,
URL: <http://www.ng-slo.si/>, november 2004).

Nedvomno so k takšnemu nenadnemu slikarskemu odkritju gora prispevale svoj delež tako okoliščine družbenih sprememb, ki jih je prineslo razsvetljenje, kot tudi dejstvo, da je gore tudi v *prosvetljeni dobi* zaznamovalo podobno *občudovanje*, značilno za konstrukcijo *svetih gora* v obdobju religiozne produkcije smisla. Nekaj podobnega kot *sveto* na področju religiologije ali koncept *mane* v antropologiji prinaša torej v sekularni svet umetnosti *konceptcija štimunge* (v germanskem izročilu *die Stimmung*) – v bistvu koncepta gre za *razpoloženje*, *vzdušje* ali *ujemanje*, pri čemer je zajeta celostnost čustvenega doživetja, ki se v človeku oblikuje v odnosu do okolice (Zgonik, 2002). Hkrati je *Die Stimmung* tudi filozofsko izhodišče, v okviru katerega Hegel definira *krhko hipnost in bežnost vtisa*. Pri tem je zanimivo, da običajni življenjski prostor ne omogoča doživetja tega *popolnega občutja*, *štimungo* namreč lahko občutimo ali *doživimo le na vrhu gore, na obali ali v valovih glasbe* (prim. Zgonik, 2002: 62). Navedeni primer je eden izmed mnogih, ki so oblikovali pojme, merila, teoretske poglede in vrednotenja umetnosti. Vendar v

kontekstu *alpske kulture slovenstva* predstavlja eno izmed osrednjih sekularnih transformacij konstrukcije tradicionalnih religioznih vzorcev v gorskem svetu – določa podobno izhodišče kot *sveto* ali *mana*, s katerega lahko definiramo panoramske slike Marka Pernharta (Deržaj, 1980; Zgonik, 2002; Kučan, 1998) ali pa panteistične gorske fotografije Jake Čopa (Erjavec, 1994) in njegovega *videnja Raja pod Triglavom* (prim. Čop, 1968).

Znamenita Hacquetova prva
upodobitev Triglava



(vir: Balthasar Hacquet, *Oryctographia Carniolica oder Physikalische Erdbeschreibung des Herzogthums Krain, Istrien und zum Theil der benachbarten Länder*, 1778).

Marko Pernhart,
Špikova skupina, 1849



(vir: Narodna galerija Ljubljana,
URL: <http://www.ng-slo.si/>, november 2004).

V okviru ikonografije slovenstva lahko pritrdimo tezi, da je bila pri slovenski kulturi sicer kot njena značilnost največkrat poudarjena *liričnost, čustvenost in zaverovanost vase*, vendar pri tem duhovna identiteta slovenskega prostora ni v eno-razpoloženjskosti, temveč je zaradi raznovrstnosti vplivov takšna značilnost *identiteta raznolikosti* (Zgonik, 2002: 117). Takšno identiteto je zajemal tudi *slovenski kulturni nacionalizem*, tudi kot družbena ideologija skupnosti na že omenjeni preddržavni ravni – namreč če narode delimo na *državne narode* z *zgodovinskim ali vojaškim ozadjem* in *kulturne narode brez pomembnih političnih prelomnic*, potem je slovenski narod nedvomno *kulturni narod* (Zgonik, 2002). Takšni tezi, ki posredno aplicira, da kultura ni povezana z vojaškim ozadjem, vojno ali krvavim nasiljem, bi lahko nedvomno oporekali, saj se v ozadju sleherne kulture zrcalijo vzvodi nasilne zgodovine, religioznih in političnih vojaških spopadov. Po drugi strani pa takšno stereotipizacijo *zgolj kulturnega slovenstva* potrjujejo zgodovinske mitologije slovenskih narodnih junakov – denimo liki, kot so *kralj Matjaž*, *Peter Klepec*, *Martin Krpan* so veliko bolj povezani z *naravnimi silami* kot pa s političnim okoljem (prim. Zgonik, 2002: 124). Tudi v tem oziru je zanimivo ozadje *naravnega mita*, kjer najdemo povezavo slovenskih impresionistov (kot sta Jako-

pič in Grohar) s krajino in naravo – nedvomno še en odraz identitete tistega naroda, ki se sklicuje na pravico do obstoja *po naravnem pravu* (Zgonik, 2002: 127). Pri tem je najbolj zanimivo, da lahko krajina postane *atribut domovinskih čustev* – primer odkrivanja Alp in gorskega sveta, ki je predstavljal veliko odkritje romantike in razsvetljenstva, sicer odraža dejstvo, da so pusti gorski svet najprej kultivirali znans-tveniki, šele nato umetniki. Takšno organicistično kulturo – izvirno orientacijo v naravo lepo slikajo tudi primeri *taborskih gibanj* za časa *slovenskega narodnega prebujenja*, ko se politično dogajanje ni odvijalo v zaprtih sobanah, temveč na prostem, v naravnem okolju: *družbenost takšnega gibanja je izvirala iz narave* (Zgonik, 2002: 166).

Maksim Gaspari,
ilustracija za Kunčičevo knjigo
Triglavske pravljice, 1940



(vir: Ilustrator – Maksim Gaspari. Ljubljana, Narodna galerija, 1986).

NSK plakat,
Krst pod Triglavom, 1985



(vir: Alexei Monroe, Pluralni monolit – Laibach in NSK. Ljubljana, Maska, 2003).

Potem ko so *alpski pejzaž*² za svoj *nacionalni motiv* prvi določili *Švicarji* (družbene razsežnosti tega procesa slikovito opisuje Simmel – prim. 2000; Gross, 2001), so jim sledili tudi ostali *alpski narodi*. *Alpski Slovenci* so tako privzeli pomenoslovje narave in gora kot obliko *narodne simbolne figuralnosti*, pri kateri prednjači *sin-teza državnih simbolov*, kjer se stapljata tako simbolika Triglava kot valovitost Jadranskega morja (Zgonik, 2002: 136-146). Totalni označevalec *Triglav* pri tem uteleša *naravno dimenzijo* in vrsto *vsakdanjih družbenih in kulturnih pojavov*, ki se opirajo na zgodovinski kontekst *neuklonljivosti in nepremagljivosti* slovenskega naroda – *Triglav je stražar, ki nas varuje, in hkrati sidro, ki nas upenja v domačo grudo* (Zgonik, 2002). Tovrstna sporočila še dodatno potencirajo številna umet-

² V luči alpskega pejzaža slovenstva pa je potrebno izpostaviti tudi znamenitega slikarja Marka Pernharta, ki je bil po rodu Slovenec iz avstrijske Koroške – in njegove znamenite panorame s Triglava, Velikega Kleka ali Grossglocknerja, Mangarta, Šmarne gore in Stola. Zanj bi lahko dejali, da je vzorni lik slovenskega romantičnega umetnika, ki je v stiku z naravo razbremenjen družbenih vezi in tako na podlagi razmišljajočega čutenja narave oblikuje spoznanje sveta (prim. Zgonik, 2002).

niška dela – denimo razglednica *Iz naroda za narod* (1904) Maksima Gasparija kot osrednje označevalce slovenstva prikazuje *Triglav, Ljubljanski grad in morje* (Kučan, 1998: 106), lesorez *Triglav* (1927) Saše Šantela upodablja *bradatega ostarelega velikana* – ki se oprijema gore Triglava v ospredju (Zgonik, 2002: 138), živa skulptura oziroma instalacija *Triglav* (1968) skupine OHO *uteleša paradijo* polščanja nacionalnih političnih simbolov v obliki človeške postavitve treh glav, povezanih v skupno breztelesno gmoto podobno *triglavi gori* (Zgonik, 2002: 183), slika *Slovenske Atene – Alpe* (1987) skupine Irwin združuje v sebi serijo označevalcev slovenske nacionalne identitete – Groharjevega sejalca, podobo zasnežene alpske doline in mogočne gore nad njo, in podobo krščanske Marije z otrokom ipd.

Jaka Čop, mitološka dolina Tamarja s planiškimi skakalnicami



(vir: Jaka Čop, *Raj pod Triglavom*. Državna založba Slovenije, 1968).

Logotip podjetja Triglav film



(vir URL: <http://vibafilm.si/slo/zgodovina.htm>, marec 2005).

371

Fotografski modus alpskosti in gorske štimunge

Poleg slikarstva je eden izmed temeljnih medijev vizualne kulture, ki je močno zaznamoval *alpsko kulturo slovenstva*, tudi fotografija. V luči popularne kulture je nedvomno zanimivo razmerje med obema medijema – namreč slikarstvo je že v samem začetku zaviralo status fotografije *kot lepe umetnosti*. V tem pogledu po eni strani nosi fotografija *plebejsko stigmo splošne dostopnosti*, po drugi pa spodbuja *nove ambicije v umetnosti* – obenem pa si ne zastavlja vprašanja, ali *deluje dovolj umetniško* – je smernica, v katero so jo ubrale tako visoka kot komercialna moderna umetnost (prim. Sontag, 2001). Pri tem se *tradicionalne lepe umetnosti* vedno znova vzpostavljajo na podlagi namišljene razlike *med izvirnim in lažnim, med originalom in kopijo, med dobrim in slabim okusom* – pripadajo *viktorijski držji moderne* (Sontag, 2001: 132). Pri tem Sontag zastavlja tezo, da je *etos fotografije* bližje etosu moderne poezije kot etosu slikarstva – v tem kontekstu je še posebej zanimiva vloga poezije, ki je med prvimi konstruirala gorski prostor kot kulturno okolje. Po drugi plati pa je bila vloga fotografije ključna v obdobju imperializma in

osvajanja polarnega sveta, kasneje tudi visokogorja – služila je ne le kot *svinčnik narave*, temveč tudi kot *dokaz resničnega osvajanja gora*. Slikarstvo je ščaskoma postajalo vse bolj konceptualno, poezija pa se je vse močnejše oblikovala prek vizualizacije. Predanost poezije konkretnemu in avtonomnemu jeziku vsake pesmi odgovarja predanosti fotografije *k čistemu videnju* (Sontag, 2001: 92). Eno izmed meril vrednotenja, skupno slikarstvu in fotografiji, pa je tudi inovacija – obema se

Plakat filma
Triglavske strmine



(vir: Slovenska kinoteka, objavljeno v glasilo Ljubljana, št. 1/2, leto IX, jan/feb 2004, str. 5).

Prizor iz Galetovega filma o Kekcu



(vir URL: www.film-sklad.si, marec 2005).

pogosto pripisuje neko vrednost, ker vzpostavljata nove formalne sheme in spremembe v vizualnem jeziku (Sontag, 2001: 126). Spet drugo merilo, ki ju ločuje, pa je *benjaminovska* značilnost umetniškega dela – namreč Walter Benjamin (prim. 1998) jo opredeli s konceptom *aure* [lat. *aurum* zlato]. V svojem tekstu *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* (prim. 1981) pretresljivi simbol frankfurtske šole ugotavlja, da je fotografija že v nekaj letih po iznajdbi prekosila litografijo in tako postala paradni konj *tehnične reprodukcije*. Pri tem pa opozarja, da v času tehnične reprodukcije umetniškega dela *krni njegova aura*. Sontag pa na sekundarni ravni ugotavlja, da je prava razlika med *auro fotografije* in *auro slikanega platna* različen odnos do časovnosti, tj. zob časa uničuje sliko, medtem ko fotografija s časom zori kot denimo vrhunsko vino (Sontag, 2001: 132). S tem ko je fotografija prevzela nalogo odslikavanja realnosti, pa je spustila duh slikarstva na plano – naslikane podobe niso nič več *impresionistični odraz gole realnosti*, temveč poustvarjeni notranji svet umetnika. Vsemu navkljub pa lahko pritrdimo, da je fotografija kot umetniško delo, podvrženo neskončni zamenljivosti, izgubila zmožnost dajanja in prejemanja, pridobila pa je v smislu *svoje ponovljivosti, dostopnosti in dokumentarne avtentičnosti* – kot bi dejal Debeljak (prim. 1999).

Takšne značilnosti *ponovljivosti, dostopnosti in dokumentarne avtentičnosti* so s pridom izkoristili številni planinski navdušenci – hkrati pa je na razmerje med fotografijo in slikarstvom opozoril tudi Aljaž v enem izmed *Planinskih vestnikov* leta

1923: opazal je, da nimajo *novih slikanih gora in panoram*, čemur so *pač krive mnoge fotografije in razglednice, ki jih poprej niso poznali*, hkrati pa so *tako poceni*, da so prešle v splošno uporabo (Kambič, 1980: 188). Po slovesnem izumu *dagerotipije* v Parizu leta 1839, je leta 1843 slovenski pionir fotografije Janez Puhar uspel z unikatno fotografijo na stekleni plošči – leta 1851 je dunajski Akademiji znanosti napisal poročilo, v katerem najavlja, da jim pošilja *razmeroma posrečen pogled na pogorje iz blejske okolice, z vijoličastim, s snegom pokritim vrhom* (Kambič, 1980: 190). Okoli leta 1860 se je prijel nov postopek, ki pa je bil v gorskem svetu še vedno nepraktičen. Kljub temu zasledimo v angleškem *Alpine Journal* leta 1870 prve članke, ki dajejo nasvete, kako fotografirati v gorskem okolju. V slovenskem alpskem okolju so bile prve znane fotografije gorskega okolja posnete v osemdesetih letih 19. stoletja – denimo ljubljanski fotograf Franc Leiner je leta 1888 na Malem Triglavu posnel skupino planincev (Kambič, 1980: 195). Tudi prvi letnik Planinskega vestnika se v letu 1895 ponaša z dvema fotografskima reprodukcijama

Skupina OHO, Triglav,
1968, živa skulptura



(vir: Nadja Zgonik, *Podobe slovenstva*.
Ljubljana: Nova revija, 2002).

Razglednica telefonskega podjetja
z dodanim sporočilom



(vir: razglednica *Ciao, Schatzi! Sa va?*,
kartice Vidi – Mobitel,
fotografija J. Žnidaršič, 2004).

Gustava Pirca – ena izmed teh upodablja Aljažev stolp na Triglavu. Kasneje je prišel Planinski vestnik po letu 1909 ponovno objavljati fotografije, po prvi svetovni vojni pa je takšna praksa postala običajna – takrat so se pričeli s planinsko fotografijo sistematično ukvarjati člani Turistovskega kluba Skala.

V kontekstu uveljavljanja *planinske fotografije* in njihovih reprodukcij na razglednicah je bilo še posebej zanimivo dejstvo, da so takšne fotografije utelešale in služile kot sredstvo *propagande* predvsem v narodnem boju. Tako Erjavec (prim 1994) ugotavlja, da je *prostor definiran teritorij, ki ga je potrebno prisvojiti in braniti, sicer ne pripada nam* – gre za konstrukcijo na simbolni ravni. Takšen izraziti prostor, ki je v začetku 20. stoletja *posedoval gradbeno dovoljenje* za celovito izgradnjo slovenske nacionalne identitete, pa so nedvomno bile *slovenske gore, slovenski alpski prostor* – pri čemer naj bi bil slovenski primer edinstven, ker (a) zajema celovit, enoten prostor, ki hkrati (b) pronica v celoten teritorij slovenstva in pri tem (c) ni uravnotežen z obstoječo nacionalno politično močjo, prav tako pa je (d)

igral pomembno vlogo samo v določenem historičnem segmentu ipd. (prim. Erjavec, 1994). Vsekakor številne fotografije od Jake Čopa do sodobnejših fotografov Staneta Klemenca, Urbana Goloba, Mateja Mejovška idr. še danes opozarjajo, da je simbolni prostor fotografije pomembno sredstvo prisvajanja in utrjevanja nacionalne identitete. Namreč, simbolna raven prisvajanja in navideznega mapiranja meja slovenstva nudi ravno prek medijev, kakršen je denimo fotografski, način celovitejšega povezovanja slovenstva in hkrati cikličnega potrjevanja sublimne povezave slovenstva z alpskim in predalpskim ozemljem. Hkrati pa lahko na simbolni ravni temeljiteje vključi v kolektivno zavest svet slovenskih manjšin onkraj nacionalnih meja in izgubljene svete gore slovenstva. Kajti imperialistični germanski koncept *Blut und Boden – krvi in grude* je samo navidez arhaičen in predmet pozabljenih imperializmov 19. stoletja. Namreč ohranjanje in potrjevanje temeljnih identitetnih potez narodnega in nacionalnega je pomemben še danes v času skupnih političnih imaginarijev, kakršen je sodobni evropski. Prav tako tudi predmet virtualnih svetov interneta, ki iščejo svoje oporne točke tako v krvi kot v grudi, le da so takšne točke sublimne, konstruirane na ravni skupinskega svetega ali mane, ki pa ima tudi možnost izključevanja vsega drugačnega. Tako po eni strani še danes najdevamo fotografske monografije *raja slovenstva pod Triglavom, raja v dolini Trente in Soče* (prim. Čop, 1968, prim. Čop, 1996) in *Triglav kot sveto goro Slovencev* (prim. Steele, 2003), hkrati pa v takšno konstrukcijo simbolno še danes posegajo pogledi iz perspektive sosednjih narodov – denimo italijanski pogled na podobe in misli o Julijskih Alpah je označen kot na *Volo con l'aquila – Na orlovih krilih* (prim. Macor & Tavagnutti, 1999), pri čemer ima lahko simbol orla številne skrite konotacije, tudi imperialistične. Po drugi strani pa avstrijski pogled podaja svojo interpretacijo uroka Julijcev in prve svetovne vojne v gorah – *Im Banne der Julier: Der Erste Weltkrieg und das grosse Ringen in den Bergen* (prim. Heindl, 2003). Takšni multikulturni pogledi so v novem evropskem prostoru vsekakor pozitivna vrednota, hkrati pa opozarjajo, da je še danes spričo nacionalizmov na oni strani meje hoja po takšni brvi z zavezanimi očmi nevarna – namreč kot sublimni jezikovni označevalci lahko tako *Volo con l'aquila* kot *Im Banne der Julier* postane sredstvo ponovnega prisvajanja in mapiranja slovenskega alpskega sveta³ (denimo podobno kot aktualni primer namišljenega bana Jelačiča na Trdinovem vrhu ali pa v številnih podobnih primerih, ko časopisne fotografije postanejo pomemben instrument so/oblikovanja družbenih procesov – Hall, 1981; Hardt, 2003). Tudi in predvsem zato se sodobni simbolni boj za znak v luči številnih pozitivnih interpretacij evropskih integracij redko razkrije kot tak.

Od nemškega Bergfilma do slovenskega Kraljestva zlatoroga

V okviru vizualne kulture pa so tudi številni filmski pričetki zaznamovani s kontekstom *alpske kulture slovenstva*. Po nekaterih zapisih naj bi člani TK Skale izdelovali tudi diapozitive, ki jih je Kugy uporabljal na svojih odmevnih predavanjih o

³ Tourstna črnogleda interpretacija toliko bolj zbuzja zaskrbljenost, če imamo v mislih dejstvo, da so izdajo slovenskih prevodov obeh tujih pogledov na Julijske Alpe podprle slovenske državne institucije (prim. Macor & Tavagnutti, 1999; prim. Heindl, 2003).

Julijskih Alpah v širšem evropskem prostoru – takrat so prišli do zamisli, da bi namesto diapozitivov pričeli *snemati živo sliko* – torej *film* (Kambič, 1980: 207). Po drugi plati pa ne smemo pozabiti dogajanja tistega časa – namreč v nemškem kulturnem prostoru se je v tistem času razmahnil znameniti filmski žanr z imenom *Bergfilm* ali *gorski film* (Höbusch, 2002a, 2002b; Boa & Palfreyman, 2000; König & Panitz & Wachtler, 2001), ki je verjetno vplival tudi na slovenski prostor. Rojstvo žanra je obeležil Arnold Fanck, ki je že leta 1913 posnel dokumentarni film *Erste Besteigung des Monte Rosa mit Filmkamera und Skiern – Prvi vzpon na Monte Rosa s filmsko kamero in smučmi*, kasneje pa je s filmom *Wunder des Schneeschuhs – Čudežne krplje* leta 1920 pričel snemati serijo igranih filmov. Vrh žanra predstavljata filma *Der Berg des Schicksals – Gora usode* (1924) in *Der Heilige Berg – Sveta gora* (1925/26), predvsem slednjega odlikujeta tudi mlada igralca Leni Riefenstahl in Luis Trenker. Ravno v omenjenem filmu se je prvič s svetom filmske umetnosti srečala danes znamenita režiserska *Leni Riefenstahl* – vendar tako kot je Riefenstahlova kasneje vrhunec svojega umetniškega ustvarjanja dosegla v okrilju *nacistične ideologije* (propagandni dokumentarni film šestega kongresa nacistične stranke NSDAP *Triumph des Willens – Triumf volje* iz leta 1935), je tudi *žanr gorskega filma* postopoma postal sredstvo *nacistične ideologije in mitologije* – velika alpinistična dejanja v Alpah in prvi vzponi v Himalaji so bili za časa nacizma posredovani množicam kot sredstvo *politične propagande* (Höbusch, 2002a, 2002b). Na neposredno povezavo domovine in gorskega sveta pa je v tridesetih letih ponovno tudi v knjižni izdaji opozoril že omenjeni Trenker v delu *Berge und Heimat – Gore in domovina* (prim. Trenker & Schmidkunz, 1935), ki na podoben način kot Čopova monografija *Raj pod Triglavom*, rekonstruira *sveto zavezo človeka in gora*. V povojnih letih je žanr prevzel drugačne ideološke vzvode, še danes pa se odraža v filmih *Heidi* (1965), *Cliffhanger* (1993), *Seven Years in Tibet* (1997), *Vertical Limit* (2000), *Himalaya – l'enfance d'un chef* (2001) in številnih drugih (prim. König & Panitz & Wachtler, 2001).⁴

V svojih začetkih je žanr *gorskega filma* tako postal ena izmed pomembnih točk fiksacije *nemškega Heimata*, saj je ravno prek oprijemljive popularne in množične kulture izrazil popularni *credo* številnih mladih in študentov, ki so se vsak konec tedna množično podajali *v objem pustolovščin Bavarskih Alp*. V tistem času, ko je Fanck ustvarjal svoje nemške filme, pa so na slovenski grudi nastajali prvi dokumentarni filmi, med katerimi tako po številu kot po tematiki izstopajo *alpski dokumentarni filmi* – denimo takrat so posneli pričetke smučarskih skokov v Planici, *triglavski smuk* s Kredarice ipd. Pričetek celovečerne filmske produkcije pa utelešata nema črno/bela filma *V kraljestvu Zlatoroga* (1931) in *Triglavske strmine* (1932), ki ju nedvomno lahko umestimo v žanr *gorskega filma*. Ker sta še posebej pomembna v kontekstualizaciji *alpske kulture slovenstva* v vizualni kulturi, bomo v nadaljevanju jedrnatno predstavili nekaj osnovnih podatkov in njuno vsebino.

Film *V kraljestvu Zlatoroga* je bil posnet v letih 1928 in 1929, producent filma je *Turistovski klub Skala*, scenarist Juš Kozak, režiser, snemalec in montažer pa Janko

⁴ Dejstvo, da v današnjih monografijah o gorskem filmu (prim. König & Panitz & Wachtler, 2001) ne najdemo nikakršnih sledi številnih slovenskih gorskih filmov, opozarja na nujno o posredovanju takšnih osrednjih identitetnih točk slovenstva v angleški govorni in akademski prostor.

Ravnik. Na vsebinski ravni film prikazuje ljubljanskega študenta (Herbert Drofenik), ki se prek Prešernovega trga odpravi na železniško postajo in z vlakom odpotuje na Jesenice, kjer je zmenjen s kmečkim sovrstnikom Klemnom (Miha Potočnik), s katerim skupaj najdetata še Robana (Joža Čop) v jeseniški železarni in ga prepričata za izlet v *kraljestvo Zlatoroga* in vzpon na Triglav. Med potjo obišejo kosce, gozdne delavce in gozdnega čuvaja, prenočijo pa v šotoru. Po naporni hoji prihodnjega dne se znajdejo pri planšarjih, v okolju *zdravega in vedrega slovenskega planinskega raja*, ki ga uteleša očarljiva planšarica Liza (Franica Sodja). Tokrat jim prenočišče pripravi *zalo* planinsko dekle. *Tretjega dne se trije krepki fantje* podajo v plezarijo v Rjavino, vzpon pa zaključijo na vrhu *Triglava* (zanimivo potenciranje *tridelne strukture*). Dan se prevesi k mraku, planinski pohodniki pa se vrnejo v dolino in prek Bohinja podajo na Bled, kjer se razidejo (Furlan & Kavčič & Nedič & Vrdlovec, 1994: 26).

V tistem času pa je nastajal tudi film *Triglavske strmine*, čigar producenti so Metod Badjura, Evgen Lovšin in Stanko Tominšek, scenarij je napisal Janez Jalen, režiral ga je Ferdo Delak, za montažo pa je poskrbela Milka Badjura (kasneje tudi montažo delno ohranjenega filma leta 1963). Na vsebinski ravni film podaja zgodbo⁵ o kmečkem fantu Mihi (Miha Potočnik), ki povabi svoje dekline Minko (Pavla Marinko) na ples, vendar ga njegova prijateljca (Joža Čop, Uroš Župančič) zvačita na plezanje v gore. Osamljeno dekle nato poskuša na vaški veselici razvedriti ostareli izletnik in turist (Anton Danilo Cerar). V nadaljevanju se turist z Minko, z Mihoovo sestro (Milka Badjura) in njenim prijateljem (Jože Kunstler) odpravi v svet gora, kjer kmalu upehan obstane. Medtem ko se dekleti in mladi fant vzpenjajo na Triglav po lažji poti, pa se Miha s svojima soplezalcema napreza v *triglavski strmini*. Na vrhu se vsi skupaj najdejo, Minka in Miha pa podpišeta poročno pogodbo, v kateri je zapisano, da žena svojemu možu nikoli ne bo branila hoditi v gore (Furlan & Kavčič & Nedič & Vrdlovec, 1994: 28; Plibernik, 2003: 135; Hribar & Lovšin & Potočnik, 1979: 234). Nedvomno povezujejo oba filma in njihovo nastajanje številne zanimive zgodbe – denimo pisanje scenarija *Triglavskih strmin* je Badjura po tem, ko ni uspel prepričati planinca in pisatelja Janka Mlakarja, zaupal pisatelju Janezu Jalnu, prav tako vnetemu planincu in ljubitelju gora (prim. Plibernik, 2003). Po drugi plati pa se je eden izmed glavnih igralcev v obeh filmih, Miha Potočnik, poročil na Kredarici ravno v duhu takšne duhovite pogodbe, na podlagi katere *žena svojemu možu nikoli ne bo branila hoditi v gore* – najprej pa so svatje na poti do kapelice pod Triglavom pripravili *šrango* kar v *Slovenski smeri* severne triglavske stene (prim. Hribar & Lovšin & Potočnik, 1979: 375).

Sodobno branje obeh legendarnih slovenskih filmov *V kraljestvu Zlatoroga* (1931) in *Triglavske strmine* (1932) nas s teoretičnim orodjem vodi k dvema temeljnima ugotovitvama: prvič – nedvomno je prva slovenska celovečerna filma potrebno brati v kontekstu takratnega srbskega imperialističnega pritiska, ko je ogroženo slovenstvo tovrstno filmsko produkcijo interpretiralo kot prikaz *zemlje in ljudi, idilike narave*, ki ustvarja vtis: *to je slovenska dežela in to so njeni ljudje* (prim. Plibernik, 2003: 141, 145). Skratka podobno kot *nemški Heimat* filmi ustvarjata kontekst

⁵ Zgodba izvirnega filma iz leta 1932 je nekoliko daljša, v osnovi pa podobna (prim. Plibernik, 2003).

slovenske domovinskosti – ki mu v odgovor leta 1934 sledi denimo *jugoslovanski film Oj, ljetni sivi sokole* (prim. Tršan, 2003), ki na subtilen način prepletanja številnih prikritih označevalcev kolonizira *slovensko domovinskost* v samem jedru narodnega imaginarija – *v alpskem planinskem raju pod Triglavom*. Hkrati pa – drugič – s svojo *izrazito domovinsko orientacijo* opozarjata, podobno kot zaključki nekaterih nedavnih študij na področju popularne kulture (prim. Tomanič, 2002; prim. Stankovič, 2004), da je filmska produkcija celovit odraz *vzponov in padcev* konstrukcije nacionalne identitete, in da je denimo povojna produkcija partizanskih filmov sprva zaznamovana s podobno orientacijo v naravno okolje, kot jo ukoreninili slovenski gorski film.

V zaključnem delu poglavja pa bomo podali strnjen prikaz celovečernih filmov, ki v svoji vsebini podajajo široko raztresene drobce *alpske kulture slovenstva*.⁶ Pred drugo svetovno vojno je *celovečerna* filmska produkcija zaznamovana zgolj z omenjenima mejnikoma, po njej pa predvsem s številnimi partizanskimi filmi, ki v številnih primerih kot okolje boja zoper okupatorja podajajo grape, hribovja in gorovja. Tako se filmska epopeja o narodno osvobodilnem boju *Na svoji zemlji* (1948) režiserja Franceta Štiglica odvija v goratem območju Baške Grape – že naslov kot označevalec naznanja rdečo nit *prelivanja krvi za svojo gorato grudo*. Podobno tudi film *Dolina miru* (1956) režiserja Franceta Štiglica podaja v naslovu močan *alpski označevalec* namišljene *doline miru, slovenskega Kanaana*, ki je v številnih pripovedkah in v sodobni popularni kulturi upodobljen v mirnih gorskih dolinah od Trente pa do Logarske doline. Podobno *alpsko kontekstualizacijo* izdejuje tudi nadaljevanje filmske komedije *Vesna* režiserja Františka Čapa *Ne čakaj na maj* (1957), ko se zaplet zgodbe ustvari v *gorskem hotelu* kot namišljenem prostoru, kamor obligatorne norme dominantne starševske kulture ne sežejo. Po literarni predlogi Ivana Ribiča je bil posnet tudi film *Kala* (1958) režiserja Andreja Hienga in Kreša Golika, ki v okolju hribovske vasi podaja zgodbo o psici Kali. Povojno obdobje je zaznamovano tudi s trilogijo znamenitih *bukoličnih filmov* o Vandotovem Kekcu – najprej je režiser Jože Gale posnel film *Kekec* (1951), nato *Srečno Kekec* (1963) in nazadnje *Kekčeve ukane* (1968). Podobno navezavo na gorsko okolje nadaljujejo tudi drugi bukolični filmi – denimo po Bevkovi literarni predlogi film *Pastirci* (1973) režiserja Štiglica.

Psihološka vojna drama *Balada o trobenti in oblaku* (1961) režiserja Franceta Štiglica v svojem jedru upodablja predvsem *mysterium tremendum* planinskega sveta, ki ga še potencira z izpeljavo Temnikarjevega boja zoper belogardiste, ki so se namenili pobiti partizanske ranjence v gorski votlini (v luči Hobbsove filozofske krilatice *homo homini lupus – človek človeku volk*). Podoben kontekst krutega hribovskega okolja uprizarjajo po literarni predlogi Prežihovega Voranca posneti filmi: *Samorastniki* (1963) režiserja Igorja Pretnarja, *Ljubezen na odoru* (1973) režiserja Vojka Duletiča, *Boj na požiralniku* (1982) režiserja Janeza Drozga. Zgodovinska drama o verskih vojnah *Amandus* (1966) režiserja Franceta Štiglica opozarja na moment slovenskega reformatorstva in na socialni čut slovenskih hri-

⁶ Opozoriti velja, da ambicija prikaza ni klasifikacija žanra gorskega filma, temveč zgolj zgoščena ilustracija alpskih momentov slovenstva – pri kateri se bomo poslužili pregleda izjemno priročne Filmografije slovenskih celovečernih filmov (prim. Furlan & Kavčič & Nedič & Vrdlovec, 1994).

bovskih kmetov, ki so se uprli tako katoliški protireformaciji kot dominantnim družbenim slojem. Podobno tematiko kmečkega punta na Tolminskem zajema tudi film *Pustota* (1982) režiserja Jožeta Galeta. Na aspekt socialnega opozarja tudi ekranizacija klasičnega slovenskega romana *Na klancu* (1971) režiserja Vojka Duletiča – *cankarjevski klanec siromakov* je zaznamovan z dvema močnima označevalcema *alpske kulture slovenstva*: z metaforo klanca in romanjem, na katerega se podajajo vaščani, ko se Francka poda v *hrepeneči in nikoli dokončani življenjski tek*. Podobno ekranizacijo klasične literarne predloge Ivana Tavčarja predstavlja film *Cvetje v jeseni* (1973), ki ga je režiral Matjaž Klopčič – gre za upodabljanje zgodbe v hribovskem zaselku, ki označuje razliko med *krhko naravno idilo, v katero posega urbana kultura*. Podobno dekadenco urbanega okolja v dolini razkriva film *Bele trave* (1976) režiserja Boštjana Hladnika, namreč kljub trdemu *življenju v hribih* je neokrnjeni svet narave tisti, ki daje *človeka vredno življenje*. Tudi zato so v idiličnih krajih gorskega sveta v luči zapuščine razsvetljenstva in konstrukcije buržoaznega naravnega raja dominantni družbeni sloji pogosto *iskali* mir, čisti zrak in počitek. Film *Iskanja* (1979), ki ga je po literarni predlogi *S poti* Izidorja Cankarja režiral Matjaž Klopčič kontekstualizira zgodbo razklanega intelektualca tudi ob *italijanskem predalpskem Gardskem jezeru*, ki ga je že Goethe (prim. 2000) označil kot obliko *alpskega raja s pridihom mediterana* – podobno kot je to naredil Prešeren v kontekstu *Blejskega jezera*.

V sodobnem času je gorski svet kot osrednji *topos* dogajanja filmske zgodbe ponovno pritegnil pozornost ustvarjalcev. Na takšen moment opozarjata film *Morana* (1993) režiserja Aleša Verbiča, ki kontekst visokogorskega sveta vplete v grozljivo zgodbo o skrivnostni boginji Morani, ki pooseblja zlo v ljudeh samih – interpretacija je zanimiva predvsem z vidika branja slovanske mitologije v gorskem okolju, saj se takšna označevalca, kot smo že prikazali, tesno povezujeta v okviru *alpske kulture slovenstva*. Podoben vendar pa žanrsko nasproten aspekt odraža film *Dergi in Roza v kraljestvu Svizca* (2003) režiserja Borisa Jurjaševiča, ki v navidez preprosti zgodbi aktualnih družbenih procesov (privatizacija nepremičnin, *evropske integracije*, vsakdanja popularna kultura slovenstva ipd.) podaja in prikazuje sodobne *planinske podobe* in številne označevalce *alpske kulture slovenstva*. Hkrati pa na šaljivi ravni parodičnosti gradi *most k fundamentom slovenske kinematografije* – namreč k žanru *gorskega filma* in njegovemu označevanju temeljnih geografskih znakov slovenstva. Tudi zato je potrebno *parodijo o kraljestvu Svizca* brati kot pomenljivo reprodukcijo nacionalnega imaginarija, ki opozarja, da je *poroka s premožno evropsko nevesto* sicer neizbežna, vendar pa lahko v takšnem neizbežnem *aktu evropetiziranja* odmaknjeni *planinski raj* nudi udobno zavetje polno legend, mitov in pozabljenih zgodb – tudi takšnih, ki opozarjajo, da bi Aldous Huxley ali pa Walter Benjamin namesto z *meskalinom* ali *hašišem* v kulturnem izročilu slovenstva iskala *vrata percepcije z močeradovcem* (prim. Šaver, 2004).

Vizualna kultura in popularna kolektivna identiteta

Na področju športa kot prebujajoče se družbene institucije sta bili, poleg *Slovenskega planinskega društva* [SPD], ves čas dejavni obe strankarsko opredeljeni *telovadni društvi* – *Orel* in *Sokol*. Telovadno društvo *Sokol* je bilo sprva ustanovljeno na Češkem, takoj zatem tudi v Sloveniji – njegov poglavitni namen je bil predvsem ustvariti protiutež nemškemu društvu *Turnverein*. Prvi *Sokol* je bil leta 1862 ustanovljen v Pragi, naslednje leto pa so ga ustanovili pod imenom *Južni Sokol* tudi v Ljubljani. Ta je bil leta 1867 razpuščen zaradi nekega incidenta, njegovo delo pa je nadaljeval kasneje *Ljubljanski Sokol*. Leta 1905 je bila osnovana *Slovenska sokolska zveza*, ki se je v prihajajočih letih vse bolj nagnila k *liberalnemu* nazoru. Kot reakcija na to je bilo leta 1906 v luči kulturnega boja ustanovljeno podobno telovadno društvo z imenom *Orel* tudi na katoliški strani (Dolenc, 1996: 263-265). Zanimivo, da so takšno društvo in poimenovanje kasneje prevzeli tudi češki katoliški krogi, ki so ustanovili svojega *Orla*. Obe slovenski društvi pa sta bili vse do druge svetovne vojne v *tesnem boju*, kajti utelešali sta vrednote nasprotnih si političnih taborov in na simbolni ravni zastopali oba tabora. V kontekstu analize *planinskih podob slovenstva* pa je najbolj zanimivo dejstvo, da je dal pobudo za ustanovitev takšnega katoliškega telovadnega društva, ki bi obdržalo *ljudski značaj*, že katoliški ideolog Janez Evangelist Krek leta 1896 – imenovalo naj bi se *Planinski Sokol* (Dolenc, 1996: 311). Verjetno je takšna namera kasneje privedla do tega, da so katoliško društvo poimenovali *Orel* – namreč kot ptica gorskega sveta ne le, da uteleša podobno *planinsko ujedo*, kot je *sokol*, temveč jo v svoji velikosti tudi prekaša. Takšna zgodovinska dejstva pa ponovno opozarjajo, da je bila poleg narodnega boja *alpska kultura slovenstva* zaznamovana tudi s kulturnim bojem.

V kontekstu simbolike *Orla* pa je še posebej zanimivo, da je podobno kot *križ* univerzalen kulturni označevalec. Namreč v številnih svetovnih mitologijah je *orel* *kralj ptičev*, *substitut* in *glasnik najvišjega uranskega božanstva*, *nebeškega ognja in sonca* – nastopa kot *glasnik največjih junakov*, kot *atribut Zeusa in Kristusa*, hkrati *imperialni simbol Cezarja in Napoleona*, pogosto tudi kot prvobitni, kolektivni *simbol očeta in vseh očetovskih figur* (Chevalier & Gheerbrant, 1993: 413-414). Kot izredno močan simbol *orel* posredno uteleša *pomen gorskega sveta* v številnih svetovnih mitologijah – denimo *orel strmeč v sonce* je simbol neposredne percepcije razumske svetlobe, zato je v *krščanstvu* tudi *simbol kontemplacije* in *atribut svetega Janeza* (Chevalier & Gheerbrant, 1993: 414). Prav tako ne smemo zanemariti njegove vloge v mitologiji ameriških Indijancev, Aztekov ali Japoncev – *sončni orel* kot *glasnik vrhovega božanstva Kamija*, simbol moči in zmage, totemskega božanstva (Chevalier & Gheerbrant, 1993: 415). Univerzalni kulturni označevalec je tako postal v slovenskem kontekstu predvsem označevalec *katoliškega telovadnega društva*, podobno kot je *križ na gori* postal – prvič – univerzalni označevalec krščanstva in – drugič – slovenski označevalec revije *Križ na gori* (kasneje samo *Križ*), ki jo je po prvi svetovni vojni pričelo izdajati katoliško mladinsko gibanje *Križarji* (Dolenc, 1996: 375; Juhant, 1991: 226). Slednje nedvomno spominja na *križarske vojne* krščanskega sveta med leti 1096 in 1291, ki jih je sprožil papež Urban II. z namenom osvojitve *svete dežele* Palestine – pri tem pa se je mitologija *križar-*

skih pohodov in fundamentalističnih križarjev reproducirala skozi stoletja vse do danes (prim. Velikonja, 2003). Pri *Orlu in Sokolu* pa je potrebno omeniti, da sta po prvi svetovni vojni obe društvi po pozivu jugoslovanskega *Narodnega vijeća* aktiv-

Uradna razglednica germanskega društva DÖAV – Vrh Triglava v snegu, poslana leta 1911



(vir: Matjaž Deržaj, *Planinski pozdrav*. Ljubljana, Založba Mladika, 1993).

Aljažev stolp v barvah italijanske trobojnice v času pleskarske vojne



(vir: Matjaž Deržaj, *Planinski pozdrav*. Ljubljana, Založba Mladika, 1993).

no delovali kot narodno obrambni organizaciji (Dolenc, 1996: 20). Z drugimi besedami v času družbenih neredov po prvi svetovni vojni sta bili telovadni društvi tudi *paramilitarni organizaciji*, ki sta skrbeli za red in mir, hkrati pa ščitili civilno prebivalstvo pred umikajočimi se razpuščenimi vojaki (Dolenc, 1996: 21).

Tako pred kot med in po prvi svetovni vojni je predstavljala *železnica* pomemben dejavnik, ki je vplival na celotno družbo. Ko je leta 1906 povezala v državno omrežje monarhije tudi *odročne kraje* ob Bohinjskem jezeru, so v *Planinskem Vestniku* domačini pričeli vabiti goste in planince. Ponašali so se s kopico *hotelov za turiste* in z nekaj *jako moderno urejenih gostiln*, hkrati pa so stremeli k ustanavljanju *alpskega in zimskega turističnega centra*, kakršni so bili že uveljavljeni v švicarskih in avstrijskih Alpah. *Deželna zveza za tujski promet* v Ljubljani je tako pripravila na severnem pobočju Črne prsti v Bohinjski Bistrici veliko sankališče, ki je imelo razgled po vsej Bohinjski dolini in triglavskem pogorju – poimenovali so ga *Belvedere* [it. *bello vedere* krasno videti]. Članek o sankališču v *Planinskem Vestniku* tako opozarja, da *SPD kar najpristrčneje pozdravlja to športno priredbo, ki bo pozimi planincem nadomeščala pohod po planinah, splošno pa seznanjala širše kroge z lepoto naših planinskih krajev* (Deržaj, 1993: 82). Bohinjska železnica pa je bila pomembna tudi z drugega vidika – planinci so vse pogostejše pristopali na Triglav s Pokljuke in bohinjskega konca. Kasneje v obdobju prve svetovne vojne pa je predstavljala pomemben dejavnik oblikovanja frontne črte v Julijskih Alpah med italijansko in avstroogrsko vojsko. Poleg SPD je po prvi svetovni vojni zaživel tudi *alpinizem* kot posebna oblika *planinskega športa* – ki jo je zaznamoval predvsem generacijski razkol. V tem času je tako denimo umrl *triglavski župnik* Jakob Aljaž, z njim pa je leta 1927 počasi zatonila tudi doba *klasičnega, zlatega obdobja planinstva*. Mladi alpinistični navdušenci so tako znotraj planinskih društev pričeli ustanavljati posebne plezalske sekcije – ena izmed prvih je bil leta 1921 ustanovljen *Turistovski klub Skala* [TKS], ki je za vodilo svojega delovanja izbral *gojenje plezalstva, izvajanje prvenstvenih tur, premagovanje sten, poleg tega pa tudi smu-*

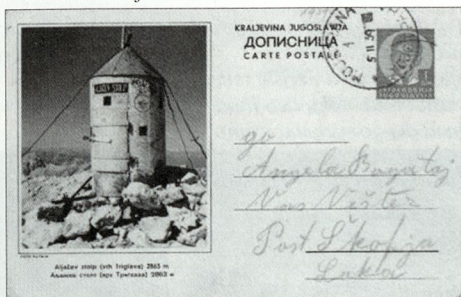
čarstvo in planinsko fotografijo (Deržaj, 1993: 130; Deržaj, 1980: 351). Obdobje obiskovanja gora z gorskimi vodniki je tako počasi minilo – podobno kot so bili nekoč vrhovi gora in planinske koče znak narodnega in kulturnega boja, so sedaj

Orjunaši na Triglavu z orožjem



(vir: Zgodovina Slovencev.
Ljubljana: Cankarjeva založba, 1979).

*Aljažev stolp v cirilici na razglednici
med obema vojnama*



(vir: razglednica Aljažev stolp vrh Triglava,
fotografija Putnik, 1939, zasebni arhiv avtorja).

prevzele takšno vlogo številne *alpinistične smeri v ostenjih slovenskih gora*. Med najbolj kulturnimi in slavnimi je tako še danes *severna triglavska stena*, v kateri se je leta 1924 ponesrečil filozof Klement Jug, eden izmed vodilnih članov TKS – po duhu zaznamovan s podobno vero v *moč in voljo človeka* kot že pred njim Tuma, kar še danes odražajo številni njegovi zapiski.

Podobno poslanstvo kot TKS pa so si nekaj let prej začrtali tudi *drenovci* – slavni alpinisti od Rudolfa Badjura do Pavla Kunaverja, ki sicer še niso uporabljali *klinov in kladi* v svojih podvigih, so pa organizirali vedno bolj *športno zahtevne* plezalske in pohodniške podvige (Lovšin, 1979: 149, 150). Z novimi odseki SPD, mladimi plezalci se je tako začela širiti v gorskem svetu oblika popularne kulture, ki je pričela v kontekst *slovenstva* vnašati številne nove zimske športe – od že omenjenega sankanja do smučarskih skokov v Planici in smučanja s Kredarice. Številni ljubljanski navdušeni smučarji pa so že takrat iskali zimski kotiček, ki bi bil v neposredni bližini mesta. Tako so v okviru SPD leta 1925 postavili planinski dom na Krvavcu, ki je služil svojemu namenu tudi oziroma predvsem v zimskih smučarskih dneh (Deržaj, 1993: 131). Naslednje leto 1926 so v okviru delovanja TKS pričeli pripravljati ti. *triglavski smuk*, na katerem so se tekmovalci merili vse do druge svetovne vojne v smučanju od Kredarice proti Debeli bukvi na robu doline – po letu 1933 so se ga pričeli množično udeleževati tudi italijanski in avstrijski tekmovalci (prim. Praček, 1980). V isti sapi so v tistem času v *dolini Tamarja* in njeni stranski dolini *Planici* pričeli graditi vrsto smučarskih skakalnic, ki so postale svetovno odmevne s prvim skokom prek magičnih stotih metrov na *Bloudkovi velikanki* leta 1936. Planinska kultura slovenstva je tako močno zaznamovala razvoj sodobne slovenske *institucije športa* – neposredno predvsem *smučanja* in *smučarskih skokov*, posredno pa vseh ostalih. Vsekakor pa je ostal kot eden izmed *fundamentalnih športov* alpske kulture slovenstva *alpinizem*, ki ga je po drugi svetovni vojni zaznamoval duh *slovenskega imperializma* – predvsem v obliki številnih alpinističnih odprav in ekspedicij v *Cen-*

tralne Alpe, Kavkaz, Pamir, Atlas, Ande, Hindukuš in Himalajo. Vrhunec takšnih ekspedicij nedvomno predstavlja konstrukcija *alpinističnih kulturnih junakov* ob koncu 20. stoletja – denimo Aleš Kunaver, Nejc Zaplotnik, Viki Grošelj in *nacionalni projekt* osvajanja vseh štirinajstih osemtisočakov na svetu (kar je prvemu uspelo Reinholdu Messnerju leta 1986), Tomo Česen, Tomaž Humar in njegov *vratolomni*

Partizanska trobojnica prvič na stolpu leta 1944 – spominja na ameriški mit o zastavi na otoku Iwo Jima med drugo svetovno vojno

Laibach osvaja Triglav s svojo zastavo prek stolpa



(vir: Ivan Jan ur, *Boj pod Triglavom. Gorje pri Bledu, založila Zveza borcev Gorje, 1966*).



(vir: Aleš Erjavec, *Mountain Photography and the Constitution of National Identity. Filozofski vestnik/Acta Philosophica, vol. XV, no. 2, str. 211-235, 1994*).

vzpon prek nevarne stene Daulagirija, Davo Karničar in njegovo *neponovljivo smučanje* z najvišje gore sveta. Nedvomno imajo takšna vrhunska športna dejanja globoke korenine v razvejani družbeni strukturi – od *medijskih reprezentacij do načina socializacije* in sodobnih *življenjskih stilov* – pri tem pa korenito temeljijo na *alpski kulturi slovenstva* in njenih *popularnih vidikih*.

Takšni vidiki *alpske popularne kulture* so v družbi zakoreninjeni v številnih pojavnih odtenkih od prvega slovenskega celovečernega filma *V kraljestvu Zlatoroga* (ki je nastal v produkciji že omenjenega *Turistovskega kluba Skala*) do številnih *planinskih dovtipov* – v luči katerih *nad dvatauženit ni več greha*, pri čemer se prepletajo v enem klopčiču pojavi, kot so *planinska kočja*, *sindikalni izlet*, *dobra kapljica*, *deklica – ki je rožice brala – njemu je dala – nam pa še bo*, *triglavski krst* ipd. (prim. Golob & Križan, 2003). Eden izmed vidikov združevanja takšne *popularne alpske kulture slovenstva* in hkrati momenta *slovenskega imperializma* so tudi številne vizualne podobe in reklame, ki v sodobnem času potrošništva pomembno konstruirajo vsakdanji družbeni svet. Tovrstno arhetipsko razmerje denimo podaja *reklama največjega podjetja slovenske mobilne telefonije*, na kateri promovirajo *ugodne telefonske klice iz ostalih alpskih dežel Avstrije, Italije, Švice in Francije* – na fotografiji so upodobljeni trije smučarji, ki zleknjeni v udobnih ležalnikih opazujejo visokogorsko smučišče pod seboj, vizualno podobo in poslanstvo reklame

pa še dodatno usmerja velik podnapis: *Ciao, Schatzi! Sa va?* – *Živio, ljubček! Kako gre?* Družbeno ozadje reklame govori o *popularnem slovenskem trendu* smučanja ali zimskega počitnikovanja v ostalih alpskih deželah – moment takšnega *slovenskega turističnega koloniziranja Alp* stopnjuje reklama s sporočilom *Ciao, Schatzi! Sa va?* – ki podaja dve temeljni inklinaciji: prvič – etablira družbeni status posameznika, ki *iz tujine kliče domov*, da bi pozdravil *Ciao, Schatzi! Sa va?*, drugič – takšen pozdrav lahko beremo tudi v obratni smeri, kot namenjenega vsem alpskim kulturam, s katerimi *si slovenstvo deli simbolni in teritorialni alpski prostor*, ki ga kolonizira s prikritimi *ekspanzionističnimi označevalci* preprostih *večjezikovnih puhlic* tipa *Ciao, Schatzi! Sa va?*.

Zaključek: Sinteza vizualnega in besednega označevalca

V luči nastajanja popularne *alpske kulture slovenstva* pa so pomembno prelomnico na področju vizualne kulture predstavljale *razglednice*. Za časa razsvetljenstva so namreč gorski svet upodabljali redki slikarji, šele s tiskanimi mediji predvsem pa fotografijo je reproducirana vizualna podoba *nedostopnega sveta* postala dostopna tudi širši javnosti. Kultura *pošiljanja razglednic* tako sovпада s prežitki meščanske pisemske kulture in dejstvom, da so fotoaparati *kot svinčnik narave* posedovali redki posamezniki – v dokazovanje svoje prisotnosti na Triglavu so uporabili razglednico, na katero so odtisnili žig najbližje koče ali vrha. Tako kot pogosto pozabljamo, da je Triglav predstavljal eno izmed prvih svetovnih gora, ki je služila kot *označevalec sekularizacije in razsvetljenskega odkrivanja* – slovenstvo je bilo v luči evropske zgodovine velikih imperijev na obrobju, hkrati pa v neposredni bližini velikih družbenih in tehničnih revolucij. Tako tudi pozabljamo, da je leta 1869 dunajska pošta naprava izdala *prvo uradno dopisnico na svetu* z imenom *Correspondenz Karte*. Vendar takšna dopisnica še ni bila razglednica – prve razglednice so se pojavile v začetku 20. stoletja, pri čemer je bila sprva na hrbtni strani odtisnjena podoba, ki je služila tudi kot ozadje kratkih sporočil, prva stran pa je bila namenjena izključno naslovu (prim. Deržaj 1993: 9-10). Sinteza obojega odraža predvidljivo dejstvo v kontekstu slovenstva – razglednica *Pozdrav s Triglava* je tako postala ena izmed najbolj pogosto pošiljanih razglednic (Deržaj, 1993: 5). Tako je na uporabo razglednic v vsakdanji kulturi ob koncu 19. stoletja vplival tudi *turizem* – zlata doba pisanja razglednic je trajala od leta 1897 do začetka prve svetovne vojne, pri tem so razglednice predstavljale pomemben vir zaslužka, ne le številnim založbam, temveč tudi društvom, kakršno je bilo *Slovensko planinsko društvo* (Deržaj, 1993: 14). Prve razglednice SPD in nekaterih podjetnih fotografov tako upodabljajo slovenske *naravne in kulturne znamenitosti* – denimo *Blejsko jezero, slap Savico, znamenite cerkvice in romarska središča, planinske pripomočke in orodja, Aljažev stolp na Triglavu, vrhove posameznih gora, planinske koče, znamenite planince* ipd. Poleg določenih motivov pa podobno kot fotografije v pomembni meri odražajo svojega *snovalca* in njegove *skrite inklinacije*. Tako najdemo v tistem času številne *planinske razglednice* s slovenskimi, nemškimi in celo češkimi napisi, ki posredujejo pozdrave, kratka gesla ali pa ime snovalca: *Mal položi dar – Domu na oltar, Sv. Jošt nad Kranjem, Pozdrav iz planin, Pozdrav s Triglava, Alježev stolp vrh Triglava, Pozdrav z Gorenj-*

ske, Triglav Spitze 2863m, Aljažova chata pod Triglavem, Gruess Gott von der Triglauspitze, Pozdrav iz Bohinjske Bistrice, Založili Planinski Piparji v Ljubljani, Erz. Franc Ferdinand Schutzhaus, Slovensko planinsko društvo, Die Huetten und Wege der Section Krain ipd. Razčlenjevanje takšnih označevalcev podaja kompleksno sliko – poleg tega, da označujejo snovalca – denimo slovenska in nemška društva, posameznike, gostilne, kočje ali trgovska podjetja, hkrati podajajo tudi njegove ideloške inklinacije, ki sporočajo, da je *nemški bog na vrhu Triglava*, da so *Piparji* pomembna skupina planincev, da *imajo tako češka, nemška ali slovenska društva kočje in poti, ki vodijo do njih*, da je *slovensko ozemlje prežeto s planinami in cerkvami na njihovih vrhovih* ipd. Takšno sporočilo dobesedno podajajo razglednice umetnika Maksima Gasparija, ki *tipsko predstavljajo slovensko pokrajino*, posejano z gorami, nacionalnimi simboli tipa Triglav in Blejski otok, ali pa kar v obliki idilične prisposodbe *rodovitne in krepostne* slovenske dežele – kot žensko telo, na katerega oblinah so posejane številne cerkvice – kar upodablja znamenita Gasparijeva razglednica *Rodna gruda – Lepa naša domovina* (Kučan, 1998: 108; Velikonja, 2003: 80).

V kontekstu planinstva pa razglednice niso pošiljali samo z gora ali turističnih točk, temveč tudi s *planinskih plesov*. Denimo na nekem planinskem plesu v *Narodnem domu* v Ljubljani, na katerem se je zabavalo prek tisoč planincev in njihovih simpatizerjev, so napisali in poslali v eni noči kar *sto razglednic* (Deržaj, 1993: 33). Takšni podatki govorijo o *tesni prepletenosti kulturnega in urbanega momenta* s konstrukcijo planinstva, predvsem pa o jasni povezavi med *institucijo športa* in takratnim *vsakdanjim življenjem* – planinski plesi so bili v tistem času tudi *prostor druženja uglednih meščanov in političnih veljakov*. Tako neki letak planinskega plesa iz leta 1912 poleg številnih plesov (valček, polka, četvorka, polanaise ipd.) navaja podatek, da je na družabnem dogodku igrala tudi *Slovenska Filharmonija* (Deržaj, 1993: 34), ki je danes odraz *resne, vzvišene glasbe*, ki ne sodi v isti razred s *plebejsko popularno kulturo*, kakršna je *planinska*. Poleg tega, da je bil namen takšnih plesov pogosto povsem pragmatičen (dobiček je bil namenjen gradnji, popravilu planinskih koč, postavitvi in označevanju planinskih postojank), pa so takšne prireditve pomembno služile etabliranju dominantnih družbenih slojev – podobno kot je gorski svet predstavljal svojevrstni konstrukt družbene stratifikacije.

LITERATURA

- Benjamin, Walter (1981): Umetniško delo v času svoje tehnične reprodukcije. V: J. Vrečko ur.: Misel o moderni umetnosti. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Benjamin, Walter (1998): Mala zgodovina fotografije. V: W. Benjamin: Izbrani spisi. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Bernbaum, Edwin (1998): Sacred Mountains of the World. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Boa, Elizabeth and Rachel Palfreyman (2000): Heimat – A German Dream: Regional Loyalties and National Identity in German Culture 1890–1990. Oxford: Oxford University Press.
- Chevalier, Jean in Alain Gheerbrant (1993): Slovar simbolov: miti, sanje, liki, običaji, barve, števila. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Čop, Jaka (1968): Raj pod Triglavom. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

- Čop, Jaka (1996): *Trenta in Soča – doline, gore in ljudje*. Ljubljana: Kmečki glas.
- Debeljak, Aleš (1999): *Na ruševinah modernosti*. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- Deržaj, Matjaž (1980): *Tiglav v upodobljajoči umetnosti od prvih začetkov do 1900*. V: T. Stroj in ur.: *Triglav, gora naših gora*. Maribor: Založba Obzorja.
- Deržaj, Matjaž (1993): *Planinski pozdrav: Ob 100-letnici ustanovitve Slovenskega planinskega društva*. Ljubljana: Založba Mladika.
- Dolenc, Ervin (1996): *Kulturni boj: Slovenska kulturna politika v Kraljevini SHS 1918–1929*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Erjavec, Aleš (1994): *Mountain Photography and the Constitution of National Identity*. *Filozofski vestnik/Acta Philosophica*, vol.XV, no.2: 211-235.
- Furlan, Silvan in Bojan Kavčič, Lilijana Nedič, Zdenko Vrdlovec (1994): *Filmografija slovenskih celovečernih filmov 1931–1991*. Ljubljana: Slovenski gledališki in filmski muzej.
- Goethe, Johann Wolfgang (2000): *Italijansko potovanje*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Golob, Tadej in Iztok Križan (2003): *Sto žensk na Triglav*. *Playboy*, let. 3, št. 1, str. 125-127.
- Gross, Matthias (2001): *Unexpected Interactions: Georg Simmel and the Observation of Nature*. *Journal of Classical Sociology*, vol. 1(3): 395-414.
- Hall, Stuart (1981): *The Determinations of News Photographs*. V: S. Cohen and J. Young eds.: *The Manufacture of News – Social Problems, Deviance and the Mass Media*. London: Sage Publications.
- Hardt, Hanno (2003): *Predstavljanje osamosvojitve: Podoba/tekst slovenskega fotožurnalizma*. *Teorija in praksa*, let. 40, št. 4: 605-626.
- Heindl, Hanns (2003): *V uroku Julijcev – Prva svetovna vojna in veliki boji v gorah*. Celovec: Mohorjeva založba.
- Höbusch, Harald (2002a): *Germany's Mountain of Destiny: Nanga Parbat and National Self-representation*. *The International Journal of the History of Sport*, vol.19, no.4: 137-168.
- Höbusch, Harald (2002b): *Rescuing German Alpine Tradition: Nanga Parbat and Its Visual Afterlife*. *The International Journal of the History of Sport*, vol.29, no.1: 49-76.
- Howard, Eliot (1870): *The Terglou and Mangert in Carniola*. *The Alpine Journal: A Record of Mountain Adventure and Scientific Observation*, vol.IV: 345-365.
- Hribar, Stanko, Evgen Lovšin in Miha Potočnik (1979): *Triglav gora in simbol*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Ilić, Milan (2004): *Ko se ozadje prebije v prvi plan – vpogled v krajino kot poseben slikarski žanr*. Delo, 21. januar, str. 19.
- Juhant, Janez (1991): *Versko in cerkveno življenje v dobi dozorevanja slovenskega naroda*. V: M. Benedik ur.: *Zgodovina Cerkev na Slovenskem*. Celje: Mohorjeva družba.
- Kambič, Mirko (1980): *Triglav v slovenski fotografiji*. V: T. Stroj in ur.: *Triglav, gora naših gora*. Maribor: Založba Obzorja.
- Komelj, Milček (2001): *Prešernov Krst pri Savici v soju likovnih upodobitev*. V: F. Prešeren: *Kerst per Savizi*. Celje: Mohorjeva družba.
- König, Stefan und Hans-Jürgen Panitz, Michael Wachtler (2001): *100 Jahre Bergfilm – Dramen, Trick und Abenteuer*. München: Herbig.
- Križnar, Naško (2003): *Kozmični vidiki trentarske planšarske kulture*. V: B. Komac ur.: *Triglavski narodni park?* Ljubljana: ZRC SAZU. [URL: <http://www.zrc-sazu.si/ungegn/tnp/Naško.doc>, izpis: januar 2004].
- Kučan, Ana (1998): *Krajina kot nacionalni simbol*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Lovšin, Evgen (1979): *Hrepenenje in pogum*. V: E. Lovšin, S. Hribar in M. Potočnik: *Triglav gora in simbol*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

- Macor, Celso in Carlo Tavagnutti (1999): Na orlovih krilih – Podobe in misli o Julijskih Alpah. Gorica: B&V Editori.
- Meletinski, Jeleazar Moisejevič (2001): Bogovi, junaki, ljudje: izbrani članki in razprave. Ljubljana: založba /*cf..
- Monroe, Alexei (2003): Pluralni monolit: Laibach in NSK. Ljubljana: Maska.
- Plibernik, France (2003): Janez Jalen – življenjska in pisateljska pot v dokumentih, pričevanjih in razlagah. Celje: Mohorjeva družba.
- Rožanc, Marjan (1981): Planinski raj. V: M. Rožanc: Iz krvi in mesa – eseji o slovenskih mitih. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Simmel, Georg (2000): Alpska popotovanja. V: G. Simmel: Izbrani spisi o kulturi. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Sontag, Susan (1973/2001): O fotografiji. Ljubljana: Študentska založba.
- Stankovič, Peter (2004): Dobri in zli (plus nekaj zmedenih) – Reprezentacija v slovenskem partizanskem filmu. Ljubljana: FDV (delovna verzija teksta pred objavo).
- Stele, France (1952): Vloga reformacije v naši umetnostni zgodovini. V: M. Rupel ur.: Drugi Trubarjev zbornik: ob štiristoletnici slovenske knjige. Ljubljana: Slovenska Matica.
- Stele, France (2003): Triglav – sveta gora Slovencev. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Strojin, Tone (1980a): Triglav – Simbol slovenstva in gornišstva. V: T. Strojin ur.: Triglav, gora naših gora. Maribor: Založba Obzorja.
- Šaver, Boštjan (2004): Al' boste šli iz naših krajev? Bom. Kdaj si lahko obetamo novega Kekca? Dnevnik, Zelena pika, 20. nov. 2004, letn. 54, št. 318, str. 32.
- Škamperle, Igor in Matej Mejovšek (1999): Lastovičji let. Ljubljana: ITU.
- Tavčar, Igor (2004): Zdravju naproti na Goro Oljko. Večer, 23. januar. ŠURL: <http://www.gore-ljudje.net/objave, izpis: januar 2004>].
- Tomanič, Ilija (2002): The Beginning of the End or an End of the Beginning? Transition, Slovene film and the Crisis of Identity. MovEast7, International Film Periodical.
- Trenker, Luis und Walter Schmidkunz (1935): Berge und Heimat – Das Buch von den Bergen und ihren Menschen. Berlin: Verlag Th. Knaur Nachf.
- Tršan, Lojz (2003): Kraljevi sokol. Kinotečnik – mesečnik Slovenske kinoteke, let. IV, št. 4, str. 9.
- Valvazor, Janez Vajkard (1689/1977): Slava vojvodine Kranjske. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Velikonja, Mitja (2003): Mitografije sedanjosti – Študije primerov sodobnih političnih mitologij. Ljubljana: Študentska založba.
- Zgonik, Nadja (2002): Podobe slovenstva. Ljubljana: Nova revija.

SIMBOLNA VIZUALIZACIJA IN DVE IDENTITETI
EVROPE

Povzetek: Članek problematizira idejo o obstoju enotnega evropskega kulturnega prostora po letu 1989, ki naj bi ga na simbolni ravni reprezentiralo navidežno sovpadanje historičnih vsebin vzhodne Evrope in tržnih modelov zahodno-evropske ekonomske logike. Na podlagi selektivnega izbora in interpretacije vizualnih praks (filma, oglasov in kulturnih simbolov) kot političnih in kulturnih idej reprezentacije, avtorica zagovarja tezo o kontinuiteti v zaznavi »drugosti« med Zahodno- in Vzhodnoevropejci. Prisotnost tako imenovane simbolne (metaforične) železne zaves med zahodno in vzhodno Evropo je aplicirana na študijo primera identitetno razdvojenosti Nemčije po padcu berlinskega zidu. Kritični pristop h konceptu medkulturne komunikacije je po avtorčinem mnenju, predpogoj vzpostavljanja odprte, raznolike in vitalne združene Evrope.

Ključni pojmi: simboli, vizualna kultura, Evropa, identiteta, medkulturna komunikacija.

Uvod

Vsakodnevni javni in politični diskurz, umetniška produkcija, predvsem pa kulturna industrija, če z njo razumemo, tako kot sta si to zamislila očeta frankfurtske kritične teorije, Theodor W. Adorno in Max Horkheimer (Adorno, 2002), množično proizvedeno kulturo, ki je v okviru komercialnih in hegemonističnih imperativov znotraj sistema blagovne menjave namenjena ponudbi na kapitalističnem tržišču, tudi po dobrem desetletju odmerjajo letu 1989, temu *annus mirabilis*, posebno mesto.

Padeč berlinskega zidu in z njim fizične meje med nekdanjo zahodno in vzhodno Evropo je sicer že dolgo arhiviran v analih zgodovine kot pomemben dogodek v drugi polovici ali morebiti v celotnem dvajsetem stoletju, toda zdi se, da pomembnost nenehnega opozarjanja na Evropo brez meja, zlasti po največji razširitvi Evropske unije maja leta 2004, ko se ji je pridružilo deset novih članic, med njimi tudi Slovenija, ne pojenja. Čemu torej vztrajno prigovarjanje o obskurnosti in arhaičnosti meja znotraj Evropske unije ter intenzivna prizadevanja za konstrukcijo tako imenovane enotne in skupne evropske identitete, zlasti s strani evropskih političnoekonomskih elit in mnenjskih voditeljev, če naj bi bili brezmejnost in historična nerazdvojenost evropskega kulturnega prostora tako samoumevni in neproblematični obliki človekovega bivanjskega izkustva?

* Mag. Ksenija Šabec, asistentka na Oddelku za kulturologijo na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani in raziskovalka v Centru za preučevanje kulture in religije.

V članku se bom posvetila poskusu razrešitve miselnega paradoksa, ki se skriva v zgoraj omenjenem vprašanju in ki nas odveže naivnosti in samogibnih konformističnih domnev ter nas napeljuje na možnost iskanja alternativnih pogledov na svet, ki se upirajo neposredno ne-vidnim dominantnim stališčem kot edino sprejemljivih. Specifičen proces prepričevanja, ki ga je italijanski marksist Antonio Gramsci (1987) poimenoval hegemonija, naj bi namreč vodilne družbene skupine učinkovito spreminjale in z njim improvizirale glede na spremenjene trenutne družbene razmere. V tem smislu je tudi današnji političnoekonomski in prevladujoči medijski diskurz o brezkompromisnem rušenju in arteficialnosti meja med evropskimi državami oziroma, natančneje, članicami Evropske unije, skrajno problematičen. Po eni strani prav intenzivnost tega diskurza poraja dvom o njegovi upravičenosti, hkrati pa šele natančnejši vpogled v širši družbenozgodovinski kontekst vzpostavljanja kolektivnih spominov, političnih mitologij in simbolnih zaznav pri posameznih evropskih narodih in nacijah kot v nacionalni državi utemeljenih političnih skupnostih omogoča utemeljeno kritiko o nemara prehitrem, pomanjkljivem in nepopolnem poskusu preseganja posameznih nacionalnih kulturnih identitet z namenom oblikovanja skupnega evropskega prostora.

V prvem delu članka bom na podlagi socialnozgodovinske metode predstavila način medijske, zlasti oglaševalske prisvojitve in rekonstrukcije nekaterih oseb in simbolov bivših komunističnih režimov v tako imenovane »ikone potrošnje«, ki poteka predvsem z njihovo ideološko in politično dekontekstualizacijo ter transformacijo v privlačne produkte kulturne industrije in poskušala izpeljati tezo o kontinuiteti zaznave »drugosti« (Hall, 1997) Vzhodnoevropejcev vis-à-vis Zahodnoevropejcem kljub vstopu desetih držav s tradicijo pretekle komunistične ideologije in Evropsko unijo maja leta 2004. Pri tem se bom opirala predvsem, ne pa izključno, na selektiven izbor in interpretacijo vizualnih praks, predvsem filma, oglasov in kulturnih simbolov, ki vključujejo tako izdelke navidezne umetniško-nostalgичne vrednosti kot dejanske objekte iz obdobja hladne vojne, kot političnih in kulturnih idej reprezentacije. Vizualno se pri tem nanaša zlasti na množično produkcijo podob oziroma na ustvarjanje in razlago vizualnega okolja, ki oblikuje in določa način, kako mediji vidijo (ali hočejo videti) kontekst, v katerem delujejo, in prostor okoli njega ter kako podoba kot del vmeščanja posameznika v svet vzpostavlja njegove identitete in občutek pripadnosti.

Na podlagi nastavkov analize o simbolni vizualizaciji evropske povezanosti oziroma združenosti se bom nato posvetila vprašanju identitete v razširjeni Evropi. Predvsem me bo zanimalo, ali je dejansko možno govoriti o skupnem evropskem kulturnem prostoru, ki naj bi ga institucionalno najbolj utelešala Evropska unija, ali pa je potrebno znotraj nje še vedno priznati obstoj sodobne »železne zaves« na metaforični oziroma simbolni ravni med (nekdanjo) vzhodno in zahodno Evropo. To vprašanje bom aplicirala na primer združene Nemčije po padcu berlinskega zidu leta 1989, kjer se zdi, da je razdvojenost med njenimi bivšimi vzhodnimi in zahodnimi državljani in državljankami prav tako prisotna ali celo izrazitejša kot v času obstoja dveh nemških držav.

Namen članka je torej s pomočjo študije primera politično združene, a identitetno še vedno razdeljene nemške države, zavrtniti predpostavko o tako imenovanem

enotnem nemškem kulturnem prostoru in to ugotovitev aplicirati na širši evropski kontekst. Bistvo tega namreč, po mojem mnenju, ostajata zgolj namišljena celota Evrope, intenzivno vizualizirana v posameznih inkluzivnih, skupnih simbolih ter njen nedosežen vsebinski in imaginativni okvir splošne identifikacije. V njej so posamezni prostori, predvsem njen zahod in vzhod, kljub poskusom vizualnega poenotenja skupnega evropskega okolja, še vedno definirani v kontekstu medsebojnega komunikacijskega šuma in negativne simbolne geografije, ne pa tudi na temelju kritičnega pristopa k uveljavljanju koncepta medkulturnega komuniciranja.

Tržno-marketingške rekonstrukcije vizualnih simbolov vzhodne Evrope

Simboli kot znamenja, ki segajo onstran pomena, ker so odvisni od interpretacije in so nabiti s čustvenostjo in dinamiko, so tesno povezani z vizualnimi in imaginativnimi predstavami. Ne bi bilo napačno trditi, da med njimi vlada vzajemen in ne vzročno-posledičen odnos. Predstave neke družbe ali kulture o sebi in o svetu so namreč tudi v sodobnem času utelešene v točno določenih, pripadajočih simbolih, podobah, emblemi, znakih itd. Skozi simbole se določena družba ali kultura (samo)dobje in (samo)ustvarja, sočasno pa se tudi simboli sooblikujejo skozi strukturo in delovanje te družbe ali kulture. Ali kot pravi Mitja Velikonja, družba se ravna po simbolu, ki ga je sama ustvarila in ki je njeno obličje. Drug drugega razlagata, si sledita in se v procesu iskanja dinamičnega ravnotežja medsebojno spreminjata (Velikonja, 2003: 34).

Kulturna zgodovina sveta se je odvijala in se še vedno odvija v kontekstu simbolov, ki odsevajo politično resničnost in hkrati posegajo vanjo, in katerih cilj je ustvarjati skupnost iz skupine, občestvo iz družbe, skratka spreminjati konfuzno resničnost v sprejemljiv red. Če se omejim na evropski prostor, je tovrsten način simbolnega urejevanja neke skupnosti ne nazadnje možno uvideti tudi v dihonomnem razlikovanju vzhodnega in zahodnega Evrope, ki je zaradi približno polstoletne ideološke in fizične ločenosti ter zaradi različnih zgodovinskih okoliščin družbenega, ekonomskega, političnega in kulturnega razvoja prevladalo nad ostalimi simbolno-geografskimi ločnicami med evropskimi nacijami (npr. med severom in jugom). Tako so bili na podlagi koncepta »drugosti« konstruirani pomeni in kategorizacije ljudi, njihovih življenjskih stilov, vsakdanjih praks in organizacije življenja, s katerimi se je osmislilo razlike med vzhodnim in zahodnim delom Evrope. Ker je bilo to razlikovanje uporabljeno in izraženo prek jezika kot ne samo komunikacijsko sredstvo, pač pa kot pomemben simbolni sistem, je bilo vključeno tudi na raven psihološkega, družbenega in kulturnega. Kategoriziranje s tem ni odvisno le od skupine, ki vzpostavlja razlikovanje od drugih, ampak tudi od »pomembnih drugih«, torej od okolja, ki ni imuno na ustaljene odnose dominacije ter distribucije ekonomske, vojaške, politične in kulturne oziroma simbolne moči. Kjer so ti odnosi izrazito neenaki, kjer torej obstajajo velike razlike v posedovanju kapitala in moči, tam je nastanek pripisanih vrednotnih oznak in mentalnih meja še toliko bolj verjeten (Hall, 1997: 259).

Film nemškega režiserja Wolfganga Beckerja iz leta 2003 *Zbogom, Lenin!* (*Good Bye, Lenin!*)¹ ponuja sicer obrnjeno paradigmo vizualnih in simbolnih

predstav o zahodni in vzhodni Evropi ter s tem potencialno možnost drugačnega dojemanja »sindroma meje«. V svoji ironično transformirani percepciji zahodno-vzhodne meje v Evropi, ki je, najbolj očitno prav v Berlinu, ločevala zahodne kapitalistične evropske države od komunističnih oziroma socialističnih, se je namreč junak, v želji, da bi svoji materi prihranil psihični udarec ob zlomu komunizma, ki ga je preživela v globokem spancu kome, poslužil individualne *konstrukcije realnosti*. Z vizualnim simuliranjem »tipične« realsocialistične vsakdanjosti in poskusom izolacije pred vdorom agresivne kulturne industrije zahodnih oglaševalskih trustov in potrošniške mentalitetne manije, so bili zahodnjaki (predvsem zahodni Nemci)² tisti, ki so se naveličali zahodnoevropskega načina življenja, začeli bežati čez ruševine berlinskega zidu in preplavili vzhodni Berlin ter tam prevzeli vlogo iskalcev sreče (glej sliko 1).

Slika 1: Vizualna simulacija realsocialistične vsakdanjosti iz filma *Wolfganga Beckerja Zbogom, Lenin*



(vir: http://www.rottentomatoes.com/m/good_bye_lenin/photos.php, 12. 4. 2005).

Diskusija o preseljevanju Vzhodnoevropejcev na zahod v času komunističnih režimov je za namene tega članka zanimiva zlasti z vidika vpliva množičnih medijev, predvsem vizualnih, na odločitve ljudi za bodisi legalen ali ilegalen prehod železne zavese. Kurt Hesse je v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja izvedel zanimivo raziskavo o vzhodnonemških migrantih na zahod štiri leta pred padcem zidu.³ Ti so bili mnenja, da je spremljanje zahodnonemških televizijskih programov predstavljalo enega izmed glavnih razlogov za njihovo odločitev o begu. Zanimivo dejstvo, ki ga je raziskava izpostavila, pa je bilo, da so bili na primer prebivalci in prebivalke mesta Dresden, kjer ni bilo možno spremljati zahodnih televizijskih programov in kjer je bila nadomestna »medijska emigracija« na zahod onemogočena, manj pogosti prosilci in prosilke za izstopne vizume kot tisti, ki so

¹ Delovni naslov filma je bil v času njegovega nastajanja leta 2002 sicer 79 qm DDR, medtem ko je leto pozneje izšel in bil distribuiran pod angleškim naslovom *Good Bye Lenin!*.

² V šestih mesecih po padcu berlinskega zidu je na zahod odšlo približno 220.000 vzhodnih Nemcev (prim. <http://www.wall-berlin.org>, 9. 6. 2004).

³ Hesse je intervjuval 205 izmed 25.000 vzhodnonemških izseljencev, ki so legalno ali nelegalno zapustili vzhodno Nemčijo in odšli na zahod v letu 1985.

bili dnevno seznanjeni z »bleščečo ikonografijo potrošniškega kapitalizma«, kot pravi nemški sociolog Michael Hofmann (Hofmann v McGuigan, 1992: 241).

V tem pogledu reprezentacija pomena prek podobe in jezika dejansko postane konstitutivni del razumevanja procesa nastajanja pomena v nekem kulturnem kontekstu. Še več, možno je trditi, da so podobe oziroma medijske slike simboli (post)industrijske dobe. Kot pravi Hanno Hardt, predstavljajo potencial tehnologije in napore družbe, da bi pri iskanju univerzalnega razumevanja preko podob reproducirala izkušnje in prakse. »Slike vsekakor ostajajo najbolj prepričljivi mediji dokazovanja in še naprej vzdržujejo sloves zelo kredibilnih upodobitev realnosti. Ne glede na pogoje kritike v zvezi z njihovo uporabnostjo pri iskanjih izčrpnih informacij in resnice velja, da brez njih v sodobni družbi ni komunikacije« (Hardt, 2002: 323).

Na osnovi naštetih argumentov je torej možno sklepati, da tudi medijske podobe zahtevajo resno, a kritično obravnavo. Omenjeni Beckerjev film sicer nevarno meji na skoraj idolatrijsko motrenje polpretekle zgodovinske izkušnje totalitarnega režima, vendar pa pomembno opozarja na »stanje duha«, ki je v obdobju druge tranzicije, torej v času po vstopu večine vzhodnoevropskih držav v evropske integracije, v teh državah nezanemarljivo prisotno. Nostalgичne rekonstrukcije bivanja v »neki drugi« realnosti, ki je dokončno minila, naj bi ljudem olajševale prehod iz socializma v kapitalizem, kot ugotavlja Vida Zei (2000). Nostalgija kot s čustvi in gotovostjo nabito osebno razumevanje preteklosti namreč poteši človekovo nezadovoljstvo s »hladno negotovostjo sedanjosti«, za katero se ne ve, ali potencialno sploh nosi zámétke prihodnje nostalgije, saj struktúra kapitalističnega načina življenja kljub navidezno neskončni možnosti izbire in potrošniške identitete spodbuja družbeno izolacijo in nepovezanost ter od blizu večinoma ne deluje tako idealno in privlačno, kot je bilo pred prevzemom tržne logike kapitala in korporativnih razmer demokratičnega družbenega reda videti ali vsaj slutiti onkraj železne zavese. Vendar pa nostalgija ne deluje samo na individualni in skupinski ravni, ampak je v času množične potrošnje postala privlačno gradivo oglaševalskih strategij, ki zgodovinska dejstva in like dekontekstualizirajo in ideološko preoblikujejo, tako da zgodovina postane ahistorični intertekstualni *pastiche* brez navezanosti na čas in prostor. Produkti oglaševalskih industrij potemtakem predstavljajo množico časovno nepovezanih in iz pomenske celote iztrganih posameznikov, dogodkov, spominov v službi potrošniškega imperativa. Tako kot Lenina, ki je z vzklikom »*We don't want Karl Marx, we want German Marks*« v »krasnem novem svetu« postal promotor računalniške blagovne znamke, je tudi Tita (in po tem vzorcu še marsikateri zgodovinski lik) v vlogi oglaševalca Mercedes-Benza sodobno potrošništvo umestilo na zgodovinsko izpraznjeno mesto v javnem prostoru, ga ideološko-politično nevtraliziralo ter napolnilo z estetizirajočo nostalgичnostjo (Zei, 2000: 192-195).

V jeziku kritične teorije družbe bi lahko rekla, da sta prav transnacionalni korporativistični kapitalizem in njegova kulturna logika spodbudila tako imenovani globalni proces naturalizacije razlik, s katerim postanejo predmet poblagovljenja in »naravna govorica reklamnih spotov« še tako deviantne, disidentske, odpadniške, subkulturne, nemara celo revolucionarne drže, rituali, simboli in njihovi nosilci (Debeljak, 2002).

Med privlačnimi tranzicijskokulturnimi proizvodi »industrije nostalgije« se je pri številnih političnoumetniških podjetnikih pojavila tudi tako imenovana punčka »Gorbi«, narejena po vzoru tradicionalne ruske *matruške*, ki jo v notranjosti zaporedno sestavljajo manjše različice punčk. V prirejeni *postkomunistični* obliki so tako upodobljeni nekdanji ruski predsedniki, med katerimi je prvi običajno pobudnik reform komunističnega režima Mihael Gorbačov, znotraj njega se nahaja Brežnjev, okrašen s svojimi vojaškimi priznanji in medaljami, nato Hruščev s svojim znamenitim čevljem na mizi,⁴ Stalin s pipo v eni roki in bodalom v drugi ter nazadnje Lenin, katerega izraz na obrazu razkriva bodisrožnost ali zamaknenost, prijaznost ali hudobnost, odvisno od izdelovalčevega razpoloženja, ideološke usmerjenosti ali njegovega občutka za potrošnikove povpraševalne interese. Kot pravi Jim McGuigan v svoji knjigi *Kulturni populizem*, je to eden izmed najizrazitejših »postmodernih« prizorov: zabrisanost meja, mešanje različnih kulturnih kodov, prepletanje visoke in popularne kulture ter igriva resnost vsega (McGuigan, 1993: 236 – glej sliko 2).

Na podoben način so ideološko-politična nevtralizacija, estetizirajoča nostalgичnost in tržno-marketingški pristop doleteli tudi berlinski zid, najprepoznavnejši vizualni simbol hladnovojnega obdobja in delitve evropskega prostora na zahodni in vzhodni del. Iz razumljivih razlogov so bili grafiti na berlinskem zidu pretežno na njegovi zahodni strani in ko je zid padel, so njegovi kosi postali tržno zanimivi

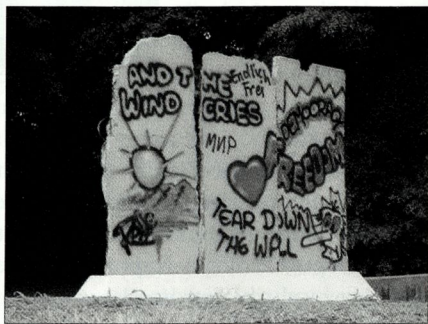
392

Slika 2: Tradicionalna ruska *matruška*, prirejena tranzicijskokulturnim proizvodom »industrije nostalgije«



(vir: <http://www.chernobylchildlifeline.org/viewimage.asp?id=594>, 12. 4. 2005).

Slika 3: Berlinski zid kot spomenik in kot trofeja zmagovalcev hladne vojne



(vir: <http://www.cia.gov/cia/information/tour/wall-lg.jpg>, 12. 4. 2005).

⁴ Hruščev je bil zlasti med svojimi političnimi nasprotniki v tedanji Sovjetski zvezi znan kot neolikan, neciviliziran, »kmečki« tip človeka, ki je postal znan zaradi pogostih prekinjanj pogovornikov in žalitev. Tako je nenehno prekinjal konferenco Združenih narodov septembra in oktobra leta 1960 z udarjanjem pesti po mizi in z vzkliki v ruskem jeziku; istega leta je ob neki drugi priložnosti dvakrat prekinil govor britanskega premiera Harolda Macmillana z glasnim kričanjem in udarci po mizi. Najbolj znan pa je dogodek prav tako septembra leta 1960, ko ga je na sedežu Združenih narodov filipinski delegat Lorenzo Sumulong vprašal, kako lahko nasprotuje zahodnemu kapitalističnemu imperializmu, ko pa je Sovjetska zveza v istem času pospešeno asimilirala vzhodno Evropo. Hruščev je ob tej izjavi pobesnel in Sumulonga označil za »hroluj i stavlennik imperializma«, kar se je v prevodu glasilo »tepec, marioneta in imperialistični hlapec«, nato pa sezul enega od svojih čevljev in z njim začel tolči po mizi.

objekti navidezne umetniško-nostalgичne vrednosti: čim bolj je bil posamezen kos poslikan z grafiti, tem večja je bila njegova tržna vrednost. Najvrednejši so dosegali ceno tudi do štirideset tedanjih nemških mark. »Zid se je dejansko spremenil v trofejo, rezervirano za zmagovalce hladne vojne« (Turner v McGuigan, 1993: 238 – glej sliko 3).

Zdi se, da sta pravzaprav celotno bivanjsko izkustvo oziroma *kultura* preteklih komunističnih sistemov, če uporabim pojem kulture v okviru družbene definicije kot posebnega načina življenja, ki smisla in vrednot ne odkriva le v umetniških delih in proizvodih družbeno legitimirane imaginativne ustvarjalnosti, ampak v institucijah, obredih in načinih navadnega, vsakdanjega izkustva, postala na razpolago ekonomskim prisvojitvenim apetitom.⁵ Tako je bila zlasti v prvi polovici devetdesetih let prejšnjega stoletja zelo aktualna ideja nemškega poslovnega Franka Georgija o ustanovitvi »Ossi Park« sejma na preko dvesto hektarjev velikem območju nekdanje vojaške baze blizu Wandlitz, v nemški zvezni deželi Brandenburg, ki je bilo v preteklosti jedrsko zaklonišče vzhodnonemškega voditelja Ericha Honeckerja. Obiskovalci tega parka bi lahko izkusili zgoščeno »tipično leto« v komunistični Nemški demokratični republiki skupaj z državnim praznovanjem prvega maja, policijsko uro do polnoči, policijskimi patrolami na meji, nekajurnimi aretacijami v primeru pobega, nekdanjo vzhodnonemško denarno valuto, črnim trgov, podzemno opozicijo. Celoten park bi bil tudi obdan z bodečo žico in zidom, poseljen z redkimi in slabo založenimi trgovinami, špijonaško tajno policijo *Stasi* in neakovostnim toaletnim papirjem, imenovanim »Stalinovo maščevanje«, katerega sestava, kot pravi stara vzhodnonemška šala, je zagotavljala, da bo »prav vsaka zadnjica rdeča« (Barber, 1995).

V Vilni, glavnem mestu Litve, je bil odprt lokal oziroma kompleks »*Naktinis Vilkas*«, v katerem lahko obiskovalec obiše od savne, plavalnega bazena, erotičnih predstav, zasebnih sob in banketne dvorane do največje zbirke Leninove memorabilije (Blatnik, 2004: 47– glej sliko 4).

Toda ni potrebno izstopiti iz slovenskega okolja, da bi prepoznali, kako je vizualna popularna kulturna industrija na evropskem vzhodu začela uspešno tržiti ikone polpretekle dobe. Filmi o nekdanjem *bratstvu in enotnosti* v bivši Jugoslaviji; glasbene skupine, ki svoj *imidž* gradijo na prisvajanju simbolne geografije socializma ali ki eklektično privzemajo glasbene stile iz nekdanjih jugoslovanskih republik in jih vikorporirajo v slovenski kontekst; številni lokali, katerih lastniki opozarjajo na *specifičen* kolektivni spomin s poimenovanji in notranjo opremo, kot so

Slika 4: Del Leninove memorabilije v enem od lokalov v glavnem mestu Litve



(vir: http://www.netleyabbeytartanarmy.net/balt_109.jpg, 12. 4. 2005).

⁵ Družbeno definicijo kulture je razvil Raymond Williams, eden izmed najpomembnejših avtorjev birminghamske šole kulturnih študij, v knjigi *Kultura in družba 1780–1950* (1958).

Nostalgija, priljubljeno zbirališče v starem delu Ljubljane, ki je opremljeno s komunistično ikonografijo, peterokrakimi rdečimi zvezdami, slikami herojev, *Che bar* itd., organiziranje glasbenih prireditev tipa *Balkan party* in podobno reprezentirajo zgodovinsko dekontekstualizirane in ideološkokulturno preoblikovane tržne produkte v novih razmerah korporativnega kapitalizma na vzhodu. Ne nazadnje je trboveljska glasbena skupina *Laibach*, ki je nastala leta 1980, takratne lokalne in republiške oblasti izzivala predvsem s prepleteno ikonografijo nacističnih in komunističnih simbolov, predvajanji Titovih govorov ob pornografskih filmskih prizorih, širše gibanje *Neue Slowenische Kunst*, kamor je skupina spadala, pa zlasti leta 1987 izdelanim plakatom za tradicionalno praznovanje dneva mladosti v Beogradu, ki je bil popolna kopija nacističnega propagandnega izdelka iz leta 1936, le da so nacistične simbole zamenjali komunistični. A če je v tedanjem političnem sistemu gibanje delovalo kritično, polemično in provokativno, je z reformami konec osemdesetih let spremenjeni družbeni in kulturni kontekst preoblikoval tudi način zaznave in reprezentacije vizualnih dosežkov omenjenega gibanja. Preimenovani oblikovalski odsek Nove slovenske umetnosti v *Novi kolektivizem* brez težav z uradno politično ideologijo izrablja knjige Titovih zbranih del, medtem ko so *Laibach* korespondenco s komunizmom zamenjali z »nevrvalgičnimi točkami novih demokracij« (NATO, Rimskokatoliška cerkev idr. – Blatnik, 2004: 43).

Tovrstno navidezno sovpadanje in ujemanje historičnih vsebin, ki jih ponuja polpretekla zgodovina vzhodne Evrope, in tržnih modelov zahodnoevropske ekonomske logike, ki je nemara najbolj vidno prav na področju vizualne kulture, lahko vodi v prenagljen in napačen sklep, da je padec železne zavese leta 1989 poleg formalnoppravnega poenotenja zahodne in vzhodne Evrope na političnem in gospodarskem področju pomenil tudi njuno simbolno združitev na ravni kulturne tipografije, skupnega kolektivnega spomina, političnih mitologij in vsakdanjih življenjskih praks.⁶ Pri tem vizualne kulture ne razumem samo kot institucionalni kontekst produkcije, širjenja in potrošnje mirujočih ali gibljivih podob kot blaga z različnimi družbenimi, kulturnimi, političnimi in ekonomskimi dimenzijami, vključno z lastništvom nad sredstvi komuniciranja, svobodo govora in etiko ravnanja, pač pa tudi kot ideološki proces ustvarjanja pomena pri producentih sporočil na eni strani in pri občinstvu na drugi, pri čemer je izpostavljen predvsem pomen vizualnega v produkciji kulture in njegova vloga v določenem družbenem kontekstu. Pojmovanje vizualne kulture kot načina vizualizacije eksistence torej širi polje vizualnega in obenem vključuje tako željo »videti« samega sebe, svet okoli sebe in z njim povezane objekte in dogodke, kot tudi ponuja način za razumevanje družbenih, političnih in ekonomskih razsežnosti sedanjega časa in prostora (Hardt, 2002: 315, 318).

Na omenjeno (navidezno) poenotenje v preteklosti razdeljenega evropskega prostora stalno opozarjajo tudi tvorci evropskih integracij, ki z diskurzom o ustvarjanju »ene, združene Evrope« pravzaprav nenehno ponavljajo, da sta Evropi dve. Tako se vzpostavlja začarani krog, v katerem *vzhodnjaki* poudarjajo svojo »dru-

⁶ Pri tem implicitno predpostavljam, da tako zahodna kot vzhodna Evropa tudi sami v sebi nista homogeni in koherentni celoti, pač pa prostora heterogenih kultur in življenjskih vzorcev.

gost«, *zahodnjaki* pa interesno vztrajno in pokroviteljsko prigovarjajo k čim prejšnji »enosti«, ki je po mnenju Mitje Velikonje (2003) uresničljiva zgolj na mitski ravni. Drugače povedano: evropski vzhod je že od nekdaj del Evrope, saj bi bila navsezadnje brez njega tudi sintagma evropski zahod nepomenska. Toda to obenem ne pomeni tudi njune identičnosti, predvsem pa ne zagotavlja, da različna simbolna geografija in kolektivni spomin kot način, na katerega družbene in politične skupine selektivno dojemajo dogajanja v preteklosti, pri čemer si prizadevajo, da bi prav preko spomina in z ustrežno zgodovinsko utemeljeno identiteto zavarovale svoje interese,⁷ ne predstavljata še vedno pomembne ločnice med zahodom in vzhodom v institucionalno sicer vse bolj povezanem skupnem evropskem prostoru, o čemer bom razmišljala v naslednjem poglavju.

Dve kulturni identiteti Evrope: primer združene Nemčije

Omenjena in stalno ponavljana zelena mitska enost oziroma enotnost evropskega prostora nastopa kot eshatološki cilj zlasti nekaterih institucij Evropske unije in je upodobljena v simbolu združene Evrope, dvanajstih rumenih zvezdicah v obodu na modri podlagi, pri čemer številka dvanajst in krog simbolizirata popolnost, zaključenost.⁸ Mitja Velikonja zato znak Evropske unije uvršča v skupino inkluzivnih simbolov, za katere je v nasprotju z ekspanzivnimi simboli značilna premisa »vse je eno«, ki torej združuje, povezuje, enoti navznoter. Vendar pa Velikonja opozarja, da je (bil) ta mit pristopnicam in novim članicam reprezentiran z »naravnost neverjetnim mazohističnim samopomilovanjem, pomešanim s popolnim zgodovinskim *blackoutom*«, saj njegovi sledniki, tako evropske kot domače ekonomsko-politične elite, še vedno nenehno ponavljajo, da *vstopamo v Evropo* od – očitno – neke druge in da si jo moramo šele priboriti, ne pa da si bivanje z drugimi narodi, ki naj bi bili *Evropa*, delimo že stoletja. Pri tem se med nekdanjimi vzhodnoevropskimi državami ustvarja kontinuirano nezadovoljstvo z lastnimi identitetami in tistim »nekaj več«, kar naj bi jim kot zamudnicam manjkalo, in kar jim lahko nudi le *Evropa*, ta popolna, zaokrožena tvorba, posvečeno občestvo, novi *sacrum*, mitski Panteon, ki jim bo generirala izvorni manko, nedovršenost, neevropskost, neomikanost itd. »Hendikep narodov, ki so namenjeni v obljubljeni dežel *Evropo*, je dejansko prednost, *joker* mitotvorcev te zgodbe, zadeva njihovega pretkanega uma in zgodovinske amnezije naslovnikov tega mita. Ta novi mit ekskluzivnost *Evrope* utemeljuje z defetizmom *nas zamudnikov*, njihov triumfalizem gradi na našem občutku zaplankanosti in majhnosti (Velikonja, 2003: 41, 42 – glej sliko 5).

Vizualno še bolj prepoznaven in vsebinsko pomenljiv simbol procesa »vračanja« vzhodne polovice v »skupno Evropo« je bila v obdobju med režimskim zlo-

⁷ Definicija kolektivnega spomina je povzeta po beograjskem sociologu Todorju Kuljiću (2003).

⁸ Svet Evrope je motiv zastave Evropske unije – dvanajst zlatih zvezdic na modri podlagi – pojasnil na naslednji način: dvanajst je simbol popolnosti in polnosti in je asociacija tako dvanajstih apostolov, sinov Jakoba, zakonov dvanajstih plošč rimskega legislatorja, napornega dela, ur dneva, mesecev leta kot zodiakovih znamenj, medtem ko krog ponazarja povezanost. Krog dvanajstih zlatih zvezdic pa je tudi krščanski simbol device Marije (Shore v Guerrina, 2002: 179).

mom in končno združitvijo obeh Nemčij metafora vlaka. Medtem ko so v času hladne vojne Vzhodnoevropejci (predvsem Nemci) prehajali mejo na zahod v starih *Deutsches Reich* vlakih, je postal politični simbolizem združitvenega vlaka, drvečega proti končni destinaciji, leta 1989 samoizpopolnitvena prerokba. V skladu z njo je tedaj še zahodnonemška vlada slavila približajoči se dan združitve s produkcijo in promocijo videoposnetka, v katerem je kot njegov vodilni motiv nastopal

Slika 5: Trabant kot simbol vzhodnoevropske nerazvitosti in socialističnega siromaštva



(vir: <http://www.eleves.ens.fr/home/tholonia/berlin/trabant.jpg>, 12. 4. 2005).

ultramoderen in hiter vlak, drveč skozi idilično okolje popolne harmonije med zahodom in vzhodom, človekom in naravo, globoko humanostjo in visoko tehnologijo. *Vorsprung durch Technik*, tehnološki naskok, ki ga je jeseni leta 1990 predstavljal »vlak k enotnosti«, se je začel s počasno *Chattanooga-Choo-Choo* in nadaljeval s hitrim in tehnološko dovršenim vlakom, ki je obujal podobe nove zlate dobe, opevane v tedaj spremenjenem sloganu: »Mi smo narod« je bil namreč novembra leta 1989 preoblikovan v »Mi smo en narod« (Hofmann v McGuigan, 1992: 242).

Trdim torej, da zrušitev fizične meje in omenjeni simboli enosti, povezanosti in združitve ne pomenijo (nujno) tudi padca simbolnih meja in identitetnih razlik med (nekdanjo) vzhodno in zahodno Evropo. O tem slikovito piše Josef Škvorecký, v nekdanji Češkoslovaški leta 1924 rojeni pisatelj, čigar roman *Zbabelci* (Strahopetci)⁹ so češkoslovaške oblasti prepovedale in zaplenile.¹⁰ Škvorecký razume današnjo železno zaveso metaforično in jo imenuje *Mauer im Kopf* (zid v glavi), ki državljanom in državlankam nekdanjih totalitarnih sistemov bolj kot nekdanji fizični zid preprečuje, da bi se znebili bremena petinštiridesetih let komunizmov oziroma socializmov, zahodnjakom in zahodnjakinjam pa vliva pogost občutek nadrejenosti zaradi končnega izida hladno-vojnega razmerja.

Omenjeno metaforično razliko zahoda in vzhoda v knjigi *Evropa brez Evropejcev* Aleš Debeljak nazorno opiše kot »strašno asimetrijo evropske identitete«:

»Če se mi morda res ne pozna že na prvi pogled, da sem »vzhodnjak«, »Slovčan«, »Balkanec« in moja fizionomija molči o etničnem poreklu, pa me izdaja prav oklevajoče tipanje čez parket. Politična ekonomija negotovosti se razkriva namreč v najbolj drobnih kretnjah in krčih obraznih mišic, daje se prepoznati v napol prezrtih gibih telesa in avtomatičnih odzivanjih. V moji opreznosti pa vendarle ni naložena le izkušnja socialističnega siromaštva, (...) ampak se v njej skriva predusem grenka izkušnja neprepoznavnosti. To

⁹ Roman *Zbabelci* izide šele leta 1958, čeprav ga pisatelj napiše že deset let prej.

¹⁰ Ta znani disidentski pisatelj, ki je dobitnik številnih, tudi mednarodnih, nagrad, se je zaradi pritiskov komunističnih oblasti v tedanji Češkoslovaški leta 1969 izselil v Kanado.

ni isto kot biti neopazen. (...) Preprosto gre za neki neotipljiv, a še kako pri-soten občutek, da sem nekomu nekaj dolžan in da moje mesto pravzaprav ni ob salonski mizici z današnjim izvodom »L'Esspresso« in »International Herald Tribune«, ampak v skrajnem primeru, za katerega bi najbrž moral biti hvaležen, tam nekje zunaj, na meji sprejemljivega javnega prostora, na terasi, ne čisto na ulici, zanesljivo pa ne v naročju klimatiziranega udobja. (...) Slovenija, še več: celotna vzhodna in srednja Evropa namreč ne sodi v slovar prepoznavne kulturne tipografije na Zahodu. Ker ni še niti jezikovno prepoznana, ne more upati, da bi bila civilizirana. Še vedno je preveč neznana, tuja, drugačna. Oboje, tako družbena dediščina komunizma kot tudi kulturna dediščina »druge Evrope« (...) še vedno predstavljata motnjo ali šum v govorici civilizirane evropske družbe« (Debeljak, 2004: 23-25).

Medkulturno motnjo med evropskim zahodom in vzhodom, o kateri piše Debeljak, predstavlja predvsem družbena in kulturna dediščina vzhodnoevropskih komunizmov. Pri tem medkulturnost razumem kot uveljavljanje dinamičnih in aktivnih stikov ter večsmerne prostovoljne komunikacije med kulturami nacij, narodov in etničnih skupin na osnovi etničnega pluralizma. To je proces nihanja, pri katerem vsaka kultura v stiku sprejema elemente drugih kultur in hkrati, ob razvijajoči se medodvisnosti z drugimi kulturami, ohranja svojo integriteto in avtonomijo. Gre torej za samozavedanje lastnih kulturnih vzorcev ter prepoznavanje in razumevanje tujih, kakor tudi za zmožnost njihovega medsebojnega primerjanja in sprejemanja, ko se soočajo v interakciji, ter ohranjanja in razvijanja ob prilagajanju in sprejemanju različnega (Štrukelj, 2000: 7-8). Pri tem je potrebno upoštevati tudi potencialno konfliktno naravo tovrstnih procesov, ki lahko izzovejo medkulturne napetosti, občutke zaostrene tujosti in nestrpnosti.

Omenjeni medkulturni šum bom v nadaljevanju predstavila na primeru združene Nemčije po letu 1989. Notranji, identitetni razkroj nemške države namreč zgovorno pojasnjuje morda le nekoliko manj radikalno obliko splošnega duhovnega ozračja med Zahodno- in Vzhodnoevropejci. Vprašanje nacionalne identitete v sedanji združeni Nemčiji ostaja kljub enotni nacionalni državi prav tako nerešljivo kot v času obstoja dveh držav. Razlika je le v tem, da se je razcep med zahodom in vzhodom ponotranjil, se prenesel iz mednarodnega oziroma meddržavnega prizorišča v znotrajdržavno, nacionalno okolje, domnevna nacionalna enotnost pa je razklana tako zaradi pretekla štiridesetletne ločitve kot zaradi samega procesa združitve. Njen rezultat sta ponovno dve nacionalni identiteti: zahodna in vzhodna znotraj ene nacije. Poenostavljeno, a ne napačno bi lahko rekla, da medtem ko sta bili pred letom 1990 dve nemški državi in domnevno ena nacija, je zdaj ponovno ena nemška nacionalna država, toda dve nacionalni oziroma kulturni identiteti (Huyssen, 1995). Navkljub enotni valuti in skupnemu državnemu aparatu pa obstajajo različne ravni diskurza, kulture, izkustev in vsakdanjih življenjskih praks. O tem jedrnato, a daleč najbolj izčrpno priča izjava Günterja Grassa, dobitnika Nobelove nagrade za literaturo leta 1999, ki je o stanju v združeni Nemčiji dejal, da združeni Nemci še nikoli niso bili bolj razdvojeni kot po padcu berlinskega zidu.

Omenjeno razdvojenost sodobne nemške družbe in simbolno hierarhičnost

percepcij in reprezentacij zahodno- vis-à-vis vzhodnoevropskih identifikacij je ne nazadnje mogoče zaznati v naslednjih dveh prepričljivih primerih. Prvi je iz leta 1991, ko so nemške oblasti reorganizirale oziroma ukinile 130 akademskih institucij v vzhodni Nemčiji.¹¹ Pri tem so, kot pravi Hans-Georg Wolf, po načelu »Tisti, ki plača pevca, izbere pesem« povsem ukinili 10 odstotkov akademskih institucij, 47 odstotkov so jih razveljavili, 9 odstotkov vključili v druge institucije, 35 odstotkov pa »preoblikovali«, kar skupaj zneso 101 odstotkov; ukinili so vse inštitute za družbene vede, prednostne obravnave so bili deležni le tisti raziskovalci, ki so se ukvarjali z za vzhodnoevropske družbe koristnimi problemi, za programe o problematiki vzhodne Evrope pa je »svet pokazal le malo zanimanja« (Wolf v Brody, 1997). Drugi primer pa predstavljajo številni (bivši) vzhodnonemški državljani in državljanke, ki so se odrekli in dezidentificirali ali vsaj degradirali lastno, vzhodnoevropsko kulturno identiteto, nemalokrat zaradi čez noč prevzetih načel tržnega obnašanja. Neki nemški knjižni distributer iz Leipziga se je na prihod prostega tržišča leta 1991 na primer odzval s sežigom desetih milijonov knjig, tiskanih še v času komunističnega režima (avtorjev Stefana Heyma, Christe Wolf), da bi s tem tržno motiviranim posegom zvišal njihovo ceno in posledično tudi lasten dobiček.

Omeniti je potrebno še eno dejstvo. Brezbrižnost, ki sta jo ob procesu združevanja nemške države do prebivalstva nekdanje vzhodne Nemčije izkazovali zlasti Evropska unija, pa tudi nekdanja zahodna Nemčija, je bila izrazita in očitna na številnih področjih. Skoraj šestdeset let je bilo okoli sedemnajst milijonov ljudi v vzhodni Nemčiji podvrženih despotski oblasti, najprej nacionalsocialistični in nato komunistični, ki je nedvomno močno in dolgoročno vplivala na človeške navade, običaje in mišljenje. To se kaže v številnih primerih nasilnih reakcij na priseljsenske delavce in v privlačnosti skrajnih desničarskih gibanj zlasti za mlajše ljudi v nekdanji vzhodnonemški državi, vendar pa se problematiki teh dogajanj evropski voditelji ignorantsko izogibajo in, kot pravi Larry Siedentop, delujejo po kvazimarksističnih predpostavkah ekonomskega determinizma, da bodo tovrstne anomalije izginile same po sebi, ko bo dosežen gospodarski napredek (Siedentop, 2003: 53-54).

Omenjeni gospodarski napredek je seveda po petnajstih letih v vzhodnem delu Nemčije še vedno nedoseženi cilj in nasprotje med zahodno in vzhodno polovico je kljub finančni pomoči vzhodni Nemčiji, nekoč med zahodnimi Nemci zaničljivo imenovano *Schnäppchen*, že z ekonomskega stališča izrazito. Finančna pomoč, ki jo ta prejema od leta 1990, znaša približno 80 milijard evrov letno, vendar pa je nezaposlenost na vzhodu države še vedno približno dvakrat večja kot na zahodu in plače prav tako ne dosegajo zahodnega standarda.¹²

Nemara pomembnejšo ugotovitev od omenjenih ekonomskih kazalcev, ki se nanaša na nesoglasja med vzhodom in zahodom glede vprašanja narodne združitve, ponuja tudi raziskava nemškega inštituta *Forsa* iz leta 2004.¹³ Njeni rezultati namreč kažejo, da skoraj četrtina zahodnih Nemcev (24 odstotkov) podpira po-

¹¹ Do podobnih ukrepov je prišlo tudi v Rusiji, na Češkem, Poljskem in v Bolgariji.

¹² Glej <http://www.evropska-unija.si/?p=102&id=2298>, 30. 9. 2004.

¹³ Inštitut Forsa izvaja družboslovne raziskave in statistične analize. Ustanovljen je bil leta 1984 v Kölnu, dve leti pozneje pa premeščen v Dortmund. Leta 1991 je bil odprt tudi oddelek v Berlinu, kjer je današnji sedež inštituta z oddelkoma v Dortmundu in Rigi (prim. <http://www.forsa.de>, 30. 9. 2004).

novno gradnjo berlinskega zidu, medtem ko je tega mnenja 12 odstotkov vzhodnih Nemcev.¹⁴

Klaus in Juliana Roth v članku *Ena država – dve kulturi* (2004) trdita, da ljudje z obeh strani nekdanje železne zaves in berlinskega zidu pripadajo eni nemški naciji samo v abstraktnem smislu, v realnosti pa gre za ljudi, ki so vsaj dve generaciji živeli v dveh popolnoma nasprotnih političnih, družbenoekonomskih in vojaških sistemih in v skladu z njimi razvili različne življenjske sloge. Po kratkem obdobju evforije in iluzije leta 1989 so ob srečanju vzhodnjakov in zahodnjakov ljudje spoznali medsebojne razlike na številnih področjih življenja in nepoznavanje nasprotnih izkustev, ki po nekaterih raziskavah iz konca devetdesetih let rastejo in ne upadajo. Mnogi zahodni Nemci so namreč postali vse bolj nestrpni zaradi počasnosti in svojeglavosti vzhodnih Nemcev, ki pa so vse kritičnejši do zahodnega kapitalizma, ki jim je prinesel množično nezaposlenost in po mnenju številnih družbeno nepravilnost. Za razliko od konca osemdesetih let, ko so se vztrajno borili proti socialističnemu režimu, so ti začeli vse bolj poudarjati svojo specifično zgodovino, svoje vizualne kulturne simbole in svojo lastno identiteto. »Ostalgija« je postala razširjeno hrepenenje po »dobrih starih časih«, ki se je izražalo tudi v obujanju simbolov bivše Nemške demokratične republike: praznovanje ateističnega obreda *Jugendweihe*¹⁵, ponovno predvajanje priljubljene otroške animirane televizijske oddaje *Unser Sandmännchen*, številnejše glasovanje za Stranko demokratičnega socializma kot naslednico nekoč vladajoče komunistične partije v državi, kupovanje cigaret *f6*, piva Radeberger, trabanta in ostalih stvari, ki predstavljajo nekakšne »relikvije« materialne kulture preteklega režima in obenem močne vizualne simbole vzhodnonemške identitete (glej slike 6 in 7).

Na drugi strani zahodni Nemci obujajo spomine na svojo nekdanjo »čudovito izolacijo«, ki jo je predstavljal berlinski zid, saj naj njihovi vzhodni soživaljani ne bi bili dovolj hvaležni in dostojni do ljudi, ki so jim s svojimi davki pravzaprav omogočili obnovo njihove dežele. Ta mentalna meja se na zunaj kaže v ponovni uporabi kolektivnih imen *Ossi* za vzhodne in *Wessi* za zahodne Nemce, ki so obenem asociativno povezana s celim sklopom stereotipnih značilnosti. Stereotipi o vzhodnjakih in zahodnjakih se tako kažejo v vsakodnevni komunikaciji v obliki podcenjujočih, tudi žaljivih fraz, pripovedi, kletvic in vicev o »lenih Ossijih« in »arogantnih Wessijih«.¹⁶ Rothova opozarjata, da je te vice mogoče opaziti že v dnevnem

¹⁴ Tretjina vzhodnih Nemcev v omenjeni raziskavi, opravljeni leta 2004, tudi meni, da je finančna pomoč, ki jo država namenja nekdanji Nemški demokratični republiki premajhna, medtem ko je za 37 % zahodnih Nemcev ta pomoč previsoka. Približno enak delež (46 % vzhodnih in 44 % zahodnih Nemcev) uprašanih je odgovorilo, da se jim zdi pomoč ustrežna. Poleg tega je 57 % vzhodnih Nemcev navedlo, da se je življenjski standard kljub vsemu izboljšal glede na obdobje pred padcem zidu (prim. www.dnevmik.si, 27. 9. 2004).

¹⁵ Ta obred prehoda, ki je nekakšna posvetitev mladine, so razvile nemške svobodne cerkve konec petdesetih let 20. stoletja kot odgovor na protestantsko posvetitev mladega človeka pri šestnajstih letih. V vzhodni Nemčiji so ga kot ateistični socialistični ekvivalent izvajali od petdesetih let naprej.

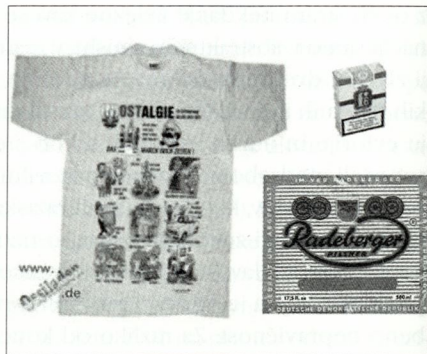
¹⁶ Eden izmed vicev, ki govorijo o tej nemški razcepljenosti, pravi: »Kaj dobite, če združite »Ossija« in »Wessija«? Arogantnega brezposelnega.« Ali: »Zakaj se mora vzhodni Nemec šolati dvanajst, zahodni pa tri najst let? Ker imajo zahodnjaki dodatno leto pouk drame.«

Slika 6: Socialistična različica protestantskega praznovanja posvetitve mladine (Jugendweihe) v nekdanji vzhodni Nemčiji



(vir: http://www.dhm.de/lemo/objekte/pict/JahreDesAufbausInOstUndWest_photofugendweihe/, 12. 4. 2005).

Slika 7: Obujanje simbolov bivše Nemške demokratične republike v združeni Nemčiji: ikone socializma, cigarete f6 in pivo Radeberger



(viri: http://kdo-versand.de/produkte_small/TWF605.gif, http://www.bierguru.de/Bierprobe/veb_radeberger_exportbierbrauerei_pilsner.JPG, http://www.ostproduktladen.de/images/product_images/popup_images/T-Shirt-Ostalgie.jpg, 12. 4. 2005).

tisku, na spletu¹⁷ ter v številnih karikaturah in stripih. Ti hetereostereotipi, ki bi jih bilo mogoče z določenimi zadržki aplicirati na širši evropski kontekst, saj ustrezajo stereotipnim reprezentacijam, ki jih imajo zahodni Evropejci o vzhodnih in obratno, so večinoma negativni: po zahodnonemškem stereotipu je »tipičen vzhodnjak« pasiven, len, nekompetenten, nasilen, hinavski, sentimentalni, občutljiv, ozkosrčen, preprost, avtoritativni, dogmatičen, provincialen, zadržan, tih, oprezen, staromodni, naiven, nepremišljen, nesamostojen, nesamozavesten, strahopeten, lažnjiv, oportunističen, podkupljiv in vedno nezadovoljen; medtem ko je »tipičen zahodnjak« aroganten, vseveden, kritičen, agresiven, hladen, prikrito hinavski, neoseben, distanciran, površen, nemoralen, preračunljiv, ciničen, neodločen, kompliciran, egocentričen, preveč samozavesten, tekmovalen, pretkan in proameriški (Roth, 2004: 181-182).

Medtem ko na ravni vidnih, materialnih, institucionalnih elementov kulture v združeni Nemčiji prihaja do hitrih sprememb v smislu vizualnih poenotenj preteklih razlik (predvsem v vzhodni Nemčiji), je zahodno potrošno blago v veliki meri zamenjalo vzhodnonemške proizvode in uvoz v vzhodni del države se je izrazito povečal, in navkljub nekaterim dejansko skupnim značilnostim obeh delov nacije (prepričanje, meril, norm, percepcij nemške zgodovine), pa na ravni družbenih odnosov, vsakodnevnih vedenjskih praks in subjektivnih vzorcev, ki jih je določal zlati politični sistem ene od bivših nemških držav (običaji, prehrabene, bivanjske, družinske, družabne in druge navade itd.), obstajajo pomembne razlike. V vzhodni Nemčiji so razvili tako imenovano »kulturo počasnosti«, kot pravita Rothova, saj

¹⁷ Na primer na strani www.yahoo.de pod ključno besedo »witzte, ossi witzte«, 31. 1. 2005.

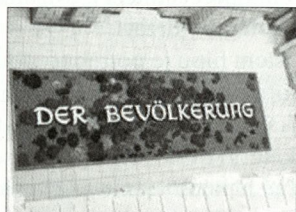
je socialistična ekonomija določala tak način obnašanja na delu in v vsakdanjem življenju (čakanje, dolge vrste v trgovinah ipd.) ter popačen egalitaristični kolektivism in visoko stopnjo družbene varnosti, ki sta bila izrazito drugačna kot individualističen in tekmovalen duh na zahodu (tako nemškem kot širše evropskem). Po združitvi so se morali vzhodni Nemci prilagoditi in osvojiti številne nove veščine, tehnike in strategije preživetja v državi tržne ekonomije, tveganja, individualizma in pluralnosti, kar po splošnem mnenju zahodni Nemci niso niti opazili niti cenili. Pri tej združitvi tudi ni šlo za politično in gospodarsko uravnotežen proces, ampak za asimetričen in celo hegemonski odnos, ki je zahodni Nemčiji jamčil popolno premoč, vzhod pa je imel ekonomsko in političnopravno vlogo države v razvoju, zato nekateri avtorji govorijo o pristopu (*Beitritt*) vzhodnonemških provinc Zvezni republiki Nemčiji in ne o združitvi. Vzhodna Nemčija naj bi po tej predpostavki prevzela model, ki ji ga je zahod ponudil oziroma na številnih področjih vsilil, kar je bilo vidno v neformalnem izključevanju vzhodnih Nemcev iz številnih gospodarskih in političnih aktivnosti in v posledičnem stališču vzhodnjakov, da so v novi državi obravnavani kot drugorazredni državljani. Tako je na primer nemška politična elita precej hitela z uvajanjem enotne valute, ne ozirajoč se na prevladujoče javno mnenje v državi.¹⁸

V istem hipu je potrebno poudariti, da sta se nekdanja vzhodna Nemčija pa tudi celotna vzhodna Evropa sami odločili za potrebne reforme, pri čemer je bila nemška država soočena z veliko težjo nalogo kot preostale vzhodnoevropske države, v katerih ni šlo za ponovno združitev dveh ločenih delov iste nacije. V primeru Nemčije je kljub vsemu vsaj na idejni ravni šlo za previdno, postopno in dejansko počasno politiko približevanja in od sedemdesetih let dalje tudi za taktiko popuščanja v odnosih do vzhodne sosesde. Pri tem je treba omeniti tudi bistveno razliko med prizadevanji za konstrukcijo nemške samopodobe od drugih narodov razvitega evropskega zahoda, zlasti Italije in Avstrije, v katerih sploh ni prišlo do naporenega samoizpraševanja in kritičnega premisleka ter priznanja o lastni nasilni zgodovini ali pa je bilo to opravljeno le delno. Na vizualni ravni ta premik k odprtejši, ne izključno etnični identifikacijski politiki v sodobni Nemčiji ponazarja umetniški projekt Hansa Haackeja, ki je 12. aprila leta 2000 skupaj s predsednikom *Bundestaga*, spodnjega doma nemškega parlamenta odkril spomenik. Gre za enaindvajset metrov dolg in sedem metrov širok nizek zabojnik, nameščen pred vhodom v nemški parlament, na katerem je izpisano posvetilo vsemu prebivalstvu, *Der Bevölkerung*, in ki naj bi vsaj relativiziralo, če že ne izzivalo tradicionalno posvetilo nad vhodom iz leta 1916, ki nagovarja samo nemško ljudstvo, *Dem Deutschen Volke* (Debeljak, 2004: 152 – glej slike 8 in 9).

¹⁸ Ratifikacija evra v Bundestagu leta 1998 je bila izpeljana z ogromno večino poslancev socialnodemokratske in krščanskodemokratske opcije, čeprav so javnomnenjske raziskave v tistem času kazale, da sta skoraj dve tretjini nemških volivcev in volivk nasprotovali temu projektu in se zavzemali za ohranitev nemške marke. To je vodilo v povezovanje razrednega nezadovoljstva in nacionalističnih gibanj, kar predstavlja resen problem tudi v drugih državah (na primer v Franciji). Siedentop trdi, da obstaja kar nekaj dokazov, da sta se v Nemčiji nekdanja komunistična partija s čaščenjem nemške marke in desničarska politika združili v prikritem zavezništvu in predstavljata resno grožnjo načelom liberalne demokracije (Siedentop, 2003: 300).

A realnost tudi tu opozarja na razhajanja med simbolnimi gestami, katerih pomena sicer ne gre zanemarjati, in dejanskimi razmerami v skupni Nemčiji, ki sem jih že opisala v tem poglavju. Ta razkorak nemara najbolj ilustrativno ponazarja spremenjen odnos zahodnih Nemcev do svojih vzhodnih sodržavljanov in sodržavljank, ki so se naselili v zahodnem delu države. Do leta 1989 je bila usoda nemških beguncev z vzhoda razumljena kot sestavni del skupne nemške usode, kot ugotavlja Debeljak. Čeprav se beguncev, izgnancev in izseljencev v zahodni Nemčiji niso izrecno veselili, so jih vendarle razmeroma hitro vključili v družbeno življenje, kar je bilo možno predvsem zaradi hitre obnove in gospodarskega razvoja države, ki je zmanjševal ali vsaj prikrival družbene napetosti okrog razdelitve bogastva. Samo do izgradnje berlinskega zidu leta 1961 je v zahodno Nemčijo pribe-

Sliki 8/9: Tradicionalno posvetilo nad vhodom v nemški zvezni parlament iz leta 1916, ki nagovarja samo nemško ljudstvo, in novo posvetilo vsemu prebivalstvu iz leta 2000



(vira: http://www.koschyk.de/bundestag/Service/reichstag2_150.jpg,
[http://viadrina.eu.v-frankfurt-o.de/~juso-hsg/aktionen/
 images/butaex2000/Bevoelkerung.jpg](http://viadrina.eu.v-frankfurt-o.de/~juso-hsg/aktionen/images/butaex2000/Bevoelkerung.jpg), 12. 4. 2005).

žalo blizu štiri milijone ljudi, to število pa je kasneje še naraščalo zlasti zaradi ilegalnih beguncev. Zaradi pravnoformalnih pogojev so vsi posamezniki nemškega porekla dobili pravico do državljanstva in solidarnostne podpore, tako da so ti priseljenci pridobili opazno politično moč, razvijali so svoje organizacije in negovali svoje kulturne tradicije. Tako so po celi zvezni republiki postavili okrog petsto spomenikov, da bi z njimi javno zaznamovali svoj beg ali izgon iz vzhodne Nemčije. Po letu 1989 so se vzhodni Nemci začeli ponovno množično preseljevati v zahodni del poslej skupne države, toda odnos države in nekdanjih zahodnih Nemcev do njih se je kljub enakemu pravnemu statusu in nespremenjenemu zakonu iz petdesetih let očitno spremenil. Materialna pomoč je bila omejena, sprejemati so se začeli zakoni za omejitev velikega števila migrantov in v javnosti so se začele razprave o omejeni solidarnosti z vzhodnimi sodržavljanji in sodržavljankami. Notranja enost nemškega ljudstva ni bila več tako samoumevna kot v času železne zaves, saj so zlasti spremenjene gospodarske razmere povzročile enačenje nemških priseljencev z gostujočimi delavci drugih narodnosti (Debeljak, 2004: 150).

V tem preobratu odnosa do vzhodnoevropskih priseljencev je zaslutiti spre-

njeno ideološko logiko, po kateri danes deluje zahodna Evropa. Dokler, to je do padca komunizma, so zahodnoevropske države videle v Vzhodnoevropejcih disidente, ki so s svojim prebegom zmanjševali verodostojnost in navidezno demokratičnost komunističnih režimov ter s tem krepili zavest o demokratični in do političnih prebežnikov odprti zahodni Evropi, jim je ta priznavala pravico do zatočišča. Do tedaj je tudi berlinski zid predstavljal apoteozo prebežniškega duha, simbol poguma in svobodomiselnosti tistih, ki so ga prečkali, pa tudi tistih »pomočnikov«, ki so jim nudili logistično in tudi moralno pomoč. Tako imenovani *Flughelfer*, izvedenci za tihotapljenje ljudi, so bili svojevrstni heroji političnega tihotapstva in nekateri izmed njih so celo prejeli priznanja iz rok takratnega župana zahodnega Berlina

Slika 10: Berlinski zid kot apoteozo prebežniškega duha in simbol razkola med zahodno in vzhodno Evropo



(vir: <http://www.csupomona.edu/~sfenglehart/%20Hst%20Images%20Berlin%20Wall.JPG>, 12. 4. 2005).

povzročil tako imenovani kulturni šok.¹⁹ Pri slednjih še posebej zato, ker so bili naenkrat soočeni s stigmo svoje zaostalosti in inferiornosti ter z zahodnjaškim nepoznavanjem ali v veliko primerih prezirom do praktično vsega, kar je štirideset let

¹⁹ O kulturnem šoku, ki so ga doživeli Albanci ob realnem stiku z evropskim zahodom in ki je pomenil streznitev in razočaranje obenem nad Evropo, piše pisatelj, novinar in nekdani albanski disident in zapornik Fatos Lubonja. Prvi resen šok zanje je bil brutalen način, na kakeršnega so z albanskimi begunci ravnale italijanske oblasti v Bariju. Te so ljudi zaprle na lokalno športno igrišče, da so le s težavo našli pitno vodo, hrano pa so jim odmetavali iz helikopterjev. Drugi šok je predstavljalo dejstvo, da so kmalu po zrušitvi komunističnega režima v državi zahodna veleposlaništva v Albaniji začela zapirati svoja vrata in so ljudje čakali v dolgih vrstah samo zato, da bi dobili prijavnico za vizum (Lubonja, 2004: 107).

Willyja Brandta. V Nemčiji so tudi organizirali razstavo izdelkov in pripomočkov, ki so jih izdelali sami prebežniki ali njihovi pomočniki za pomoč pri begu, imenovano *Flucht macht erfinderisch* (Beg spodbuja k inventivnosti). Nekateri bolj »spektakularni« prebegi (na primer z balonom) so bili kasneje tudi rekonstruirani po naročilu vplivnih množičnih medijev (*Stern*), medtem ko je licenco za nek drug izdelek odkupilo vplivno in veliko zahodnonemško podjetje ter ga pozneje plasiralo na trg opreme za rekreacijo in prosti čas (Milohnič, 2005 – glej sliko 10).

Podoba hladnovojnih herojev in vrednotna paradigma sta se v naslednjih petnajstih letih povsem spremenili: nekdani junaki in njihovi pomočniki, sedaj preimenovani v »smugglerje« in »traffickerje«, so postali »negativci«, priznanja, vsaj moralna, pa pobirajo tisti, ki si te »slabe fante« prizadevajo izslediti in prijaviti.

Nastanek ene nemške države je pri zahodnih, zlasti pa pri vzhodnih Nemcih, kot tudi pri večini Vzhodnoevropejcev,

predstavljalo preteklo vzhodnonemško realnost. Nastanek oziroma obuditev pred-sodkov in stereotipov sta bila zato logični posledici izrazitih mentalnih meja med obema kulturnima identitetama znotraj ene nacionalne države. Izkušnja postsocialističnih držav je postala opozorilo, da dediščina socializma oziroma komunizma v bližnji prihodnosti nikakor ne bo izginila, nasprotno, obstaja možnost, da bo povzročila še bolj problematično in potencialno destruktivno delitev, kakršno pozna Italija v primeru svojega severa in juga ali celo Anglija in Škotska. Padec železne zaves je namreč poleg uradne združitve tako nemške države kot Evrope povzročil tudi obuditev antagonizma, ki so ga prebivalci vzhodnoevropskih držav v preteklosti vzpostavili do komunističnega režima oziroma partijske nomenklature. Ne nazadnje je razmišljanje, da so njihove države pred kratkim kolonizirali zahodnjaki na podoben način, kot so pred šestdesetimi leti to storili komunisti, mogoče zaslediti tudi že v javnem diskurzu.²⁰

Sklepne misli

Diskusijo o poskusih rušenja ali vsaj minimaliziranja mentalnih meja med zahodno- in vzhodnoevropskimi državami, za katere si vsaj na simbolni ravni prizadeva Evropska unija in revitaliziranje partikularnih kolektivnih spominov, močno zaznamovanih predvsem z ideološko ločnico med kapitalističnim zahodom in bivšim komunističnim vzhodom na drugi strani bom zaključila s poskusom nakazane smeri razrešitve tega navidez nerešljivega protislovja. Odgovor nanj vsaj na teoretični ravni ponuja koncept multikulturnega razumevanja oziroma medkulturne komunikacije, vendar v njegovi kritični percepciji. Ta omogoča, da medkulturnega razumevanja kot enega izmed načinov vzpostavitve odprtega in s predsodki in stereotipi čim manj obremenjenega medkulturnega dialoga med zahodno in vzhodno Evropo ne dojemamo samo v smislu »razumevanja druge kulture«, kot je to pogosta definicija v literaturi o medkulturnem menedžmentu, ampak predvsem kot poskus razumevanja sveta na način uporabe in prisvojitve pomenov in teorij iz kulture, s katero smo soočeni, ter kot vzporedni razvoj čustvene empatije v to kulturo (Duenas v Lee et al., 1995: 180). Pri tem je potrebno upoštevati, da je v procesih medkulturnega komuniciranja nekatere kulturne elemente lahko in možno posredovati, druge, tako imenovano kulturo vsakdanjosti (obnašanje, prehranjevanje ...), humor in specifične retorične ter simbolne oblike, pa težko ali skoraj nemogoče. V teh primerih namreč pride do delnih ali popolnih nesporazumov zaradi napačnih predstav, kaj nek izraz pomeni, lahko pa tudi do popolnega zastoja v komunikaciji zaradi nerazumevanja oziroma nepoznavanja konteksta določenega dela »tuje« realnosti. Še večjo težavo pri vzpostavljanju neobremenjenega in odprtega medkulturnega komuniciranja v približevanju zahoda in vzhoda znotraj evropskih integracijskih procesov pa predstavlja dejstvo, ki sem ga na primeru Nemčije posebej izpostavila, da to komuniciranje nujno poteka pod pritiski neenake porazdelitve materialnih dobrin in moči ter ob soočanju velikih, gospodarsko, politično in vojaško vplivnih nacionalnih držav ter manjših, šibkejših držav. Tudi

²⁰ Rothova dajeta za primer številne stripe, ki so bili med drugim predstavljeni na razstavi v Berlinu leta 1997 (Roth, 2004: 195).

na ravni odnosov med evropskim zahodom kot ekonomsko in politično ter s tem tudi simbolno močnejšim akterjem v evropskih integracijah in vzhodom kot prostorom bivše »komunistične represije« in poznejše »postkomunistične depresije«, če parafraziram Andreja Blatnika, je namreč to asimetrijo mogoče zaznati. Gre za pogost vtis zlasti zahoda o vzhodni Evropi kot pokrajini bede, vojn, pomanjkanja, komunističnih grozot, kjer so nacionalne posebnosti le »narcisizmi drobnih razlik« (Blatnik, 2004: 46).

Medkulturna komunikacija se zato vedno bolj polni s simboli in vsakdanjimi življenjskimi praksami, pri čemer se težišče medkulturnih konfliktov iz ekonomske in politične ravni prenaša na raven kulture. Medkulturnost v smislu optimistične predpostavke o medsebojni združljivosti pripadnikov različnih kultur in njihovih vsebin je zato, kot ugotavlja Inka Štrukelj (2000), v temelju nezdružljiva z večinskimi kulturami. Ta ugotovitev spodbija tradicionalno teorijo medkulturnega komuniciranja, ki se je opirala na simbolični interakcionizem, zgodnje sociološke teorije o komunikacijski interakciji v skupinah in strukturalno-funkcionalne analize množičnega komuniciranja in je v skladu z njimi obravnavala medkulturno komuniciranje kot miren stik kultur z različno zgodovinsko in kulturno tradicijo ter svojim vrednotnim sistemom. Samo redki teoretiki so ga namreč preučevali kot soočanje interesov in moči individualnih in kolektivnih identitet. Nova paradigma medkulturnega komuniciranja, ki ga je izoblikovala sodobna komunikacijska teorija, umeščena v kulturnih študijah, tako v ospredje postavlja tezo, da medkulturnega komuniciranja ni mogoče obravnavati zgolj kot mirno in nekonfliktno soočanje različnih kulturnih entitet, ampak kot interakcijo med dvema ali več komunikacijskimi sistemi, ki sproža napetosti in v sebi skriva latentni medkulturni konflikt zaradi interesnih nasprotij, merjenja in uveljavljanja politične, gospodarske in tehnološke moči ter ohranjanja obstoječih odnosov dominantnosti. Medkulturno komuniciranje je torej ustrezneje dojemati kot protislovne procese zbliževanja dveh kultur, negotovosti, nezaupanja, zaostrene tujosti in hkrati varovanja identitete in interesov moči, ki najpogosteje ne potekajo v pogojih strpnosti in medsebojnega sporazumevanja, ampak pod vplivom komunikacijskega in jezikovnega prevladovanja »velikih« nacionalnih kultur in držav.

Takšno razumevanje medkulturnega komuniciranja tudi na ravni odnosov med vzhodnim in zahodnim delom Evrope bi bil eden izmed pomembnih ali celo nujnih korakov na poti do vzpostavitve raznolike in inkluzivne simbolne geografije Evrope, s katerim bi se poskušalo zaobiti vsebinsko izpraznjene besedne zveze in govorniške manevre o preseganju kulturnih razlik v skupnem evropskem prostoru pod pretvezo, da »smo pod kožo tako ali tako vsi evropski« (če le sprejmemo schengenska pravila meje). Samo z znanjem in spoznanjem o lastnem kolektivnem spominu ter na temelju poznavanja zgodovinskih izkušenj skupnosti onkraj bodisi miselnih bodisi še vedno fizično prisotnih mejnih kamnov je slednje mogoče presegati z vizijo soustvarjanja nemara še tako utopičnega odprtega, vitalnega, strpnega in etičnega (evropskega) kulturnega prostora, ki bi ga navdihovala prav ideja o njegovi lastni kulturni raznolikosti. V takem prostoru bi bila izkušnja nekega bivšega albanskega političnega zapornika, v času Enverja Hoxhe tudi pisca in novinarja, ki je bil obsojen poskusa pobega iz države in je ves čas v zaporu sanjal o

pobegu na zahod, zgolj obledel spomin na svet, ki je v devetdesetih letih dvajsetega stoletja »zamrznil v preteklosti«. Ko ga je namreč prijatelj po letu dni bivanja v Nemčiji vprašal, kako se ima na zahodu, ni bil njegov odgovor niti radosten, še manj optimističen. Na vprašanje, kaj je narobe, je odgovoril: »Vedno smo bili prepričani, da zahodnjaki ljudi ocenjujejo po njihovih osebnostnih vrednotah, vendar temu ni tako. Vprašajo te: »Od kod si?« in takoj ko rečeš: »Iz Albanije.«, postanejo hladni in nedostopni in te sploh ne želijo več spoznati kot osebo.«²¹

LITERATURA

- Adorno, Theodor W. (2002): *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. London – New York: Routledge.
- Barber, Benjamin (1995): *Jihad vs. McWorld*. New York: Times Books – Random House.
- Blatnik, Andrej (2004): Miki Miška potuje na Vzhod: Kulturne spremembe v postkomunistični Evropi. *Dialogi* 40 (11-12): 36-48.
- Brody, Andras (1997): Lobotomija srednje Evrope. *Nova revija* 16 (185): 136-143.
- Debeljak, Aleš (2002): Birmingham in Frankfurt: vrt kulturnih študij s potmi, ki se razhajajo. V Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc, Mitja Velikonja (ur.), *Cooltura*, 71-119. Ljubljana: Studentska založba.
- Debeljak, Aleš (2004): *Evropa brez Evropejcev*. Ljubljana: Sophia.
- Gramsci, Antonio (1987): Gramsci, civilna družba in država: izbor Gramscijevih besedil in zapisov o njem. Ljubljana: Komunist.
- Guerrina, Roberta (2002): *Europe: History, Ideas and Ideologies*. London: Arnold.
- Hall, Stuart (ur.; 1997): *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage.
- Hardt, Hanno (2002): Vizualna kultura v kulturnih študijah. V Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc, Mitja Velikonja (ur.), *Cooltura*, 315-327. Ljubljana: Študentska založba.
- Huyssen, Andreas (1995): *Twilight Memories: Marking Time in a Culture of Amnesia*. New York: Routledge.
- Kuljić, Todor (2003): Kolektivni spomin in globalizacija. *Revija* 2000 (153, 154, 155): 45-63.
- Lubonja, Fatos (2004): Po izolaciji: Zahod na Vzhodu – srečanje mita in stvarnosti. *Dialogi* 40 (11-12): 100-109.
- Lee, Yueh-Ting; Duenas, Guillermo (1995): Stereotype Accuracy in Multicultural Business. V Yueh-Ting Lee, Lee J. Jussim, and Clark R. McCauley (ur.), *Stereotype Accuracy: Toward Appreciating Group Differences*, 157-186. Washington: American Psychological Association.
- McGuigan, Jim (1992): *Cultural Populism*. London: Routledge.
- Milohnič, Aldo (2005): *Kreature v Schengenlandu*. Slovenija – tranzitna dežela, Cona turizem, multimedijski project o turističnih delavcih in njihovih strankah. Ljubljana: Maska produkcija.
- Roth, Klaus in Juliana (2004): Jedna zemlja – dvije kulture? Njemačka nakon ujedinjenja. V Åke Daun in Sören Jansson (ur.), *Europljani, Kultura i identitet*, 177-200. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Siedentop, Larry (2003): *Demokracija v Evropi*. Ljubljana: Študentska založba.

²¹ Gre za izpoved prijatelja Fatos Lubonje, albanskega oporečnika in zapornika v obdobju 1974 – 1991 v času režima Enverja Hoxhe, dobitnika pomembnih mednarodnih literarnih in drugih nagrad (*Lubonja*, 2004: 106).

- Šabec, Nada (2000): Jezik kot odraz kulturnih vrednot. V Inka Štrukelj (ur.): *Kultura, identiteta in jezik v procesih evropske integracije*, 218-228. Ljubljana: Društvo za uporabno jezikoslovje Slovenije.
- Štrukelj, Inka (2000): Uvod k zborniku. V Inka Štrukelj (ur.): *Kultura, identiteta in jezik v procesih evropske integracije*, 7-10. Ljubljana: Društvo za uporabno jezikoslovje Slovenije.
- Velikonja, Mitja (2003): Mitografije sedanjosti: študije primerov sodobnih političnih mitologij. Ljubljana: Študentska založba.
- Zeč, Vida (2000): Esej o nostalgiji in Titu v Mercedesu. Vregov zbornik (Javnost) 7 (priloga): 191-198.

FOTOGRAFIJA V MUZEJU KOT ARHIV KOLEKTIVNEGA SPOMINA: LJUBEZEN DO ZGODOVINE

Povzetek: *Avtorica se v članku loteva kritične analize oblikovanja kolektivnega spomina v muzejskih fotografskih reprezentacijah, pri čemer ji izhodišče za analizo predstavlja Bourdieujevo teoretsko delo. Kolektivni spomin obravnava kot rezultat reprezentacij preteklosti, ki krožijo v družbi, muzej pa kot medij in kot kraj spomina, ki ponuja selektivne podobe preteklosti in na ta način upravlja s spomini. Da bi razkrila funkcije in vloge, ki jih opravljajo fotografije v muzejih pri interpretiranju preteklosti, avtorica analizira dve konkretni muzejski razstavi, ki predstavljata isti zgodovinski dogodek (plebiscit na Koroškem leta 1920), a z drugega zornega kota – to sta muzeja v Libeličah v Sloveniji in v Völkermarktu/Velikovcu v Avstriji. Ugotavlja, da se fotografija v obeh muzejih odločilno vpleta v boje za oblast nad interpretacijo tega dela preteklosti, saj vsaka muzejska razstava vizualno legitimira določeno definicijo preteklih dogajanj in s tem tudi nacionalne razlike. Vizualne reprezentacije obeh muzejev politizirajo preteklost, saj je zgodovina uporabljena tudi v namene reproduciranja državotvornih diskurzov.*

Ključni pojmi: *muzej nacionalne zgodovine, vizualne podobe, fotografija, komuniciranje, zgodovina, kolektivni spomin, nacionalne razlike, nacionalni habitus, Pierre Bourdieu.*

Družbeni prostor je vsekakor prva in zadnja resničnost, saj še vedno upravlja z reprezentacijami, ki jih imajo družbeni akterji o njej.

(Bourdieu, 1998b: 13)

Uvod: vizualne reprezentacije preteklosti

Nastanek raznovrstnih oblik kolektivnih mentalnih struktur v določeni družbi je odvisen od komuniciranja oziroma od kroženja najrazličnejših reprezentacij. Kolektivni spomin se tako nenehno izgrajuje v igri kroženja različnih reprezentacij, med katerimi pomembno vlogo odigrajo tudi muzejske reprezentacije. Muzeji, ki jih sodobne družbe postavljajo kot zakladnice narodove zgodovine, pomembno zaznamujejo načine, kako se ljudje spominjamo preteklosti in na tak način hkrati tudi vpisujejo to izbrano preteklo dediščino v prostor sedanjosti. Še posebej zgo-

* Dr. Maruša Pušnik je asistentka na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani.

vorne pripovedovalke preteklosti pa so muzejske vizualne reprezentacije, ki usmerjajo spomine in z njimi upravljajo.

Zgoraj omenjeni izsek iz Bourdieujevega dela predstavlja izhodišče za analizo, saj nas lahko popelje skozi projekt proučevanja popolnoma rutinskega sprejemanja vsakdanjosti in samo-po-sebi-umevnih reprezentacij in praks, ki se vpletajo v izgradnjo kolektivnega spomina določene družbe. Bourdieu bi tovrstne vsakdanjosti oz. zdravorazumske modrosti s pomočjo Aristotelove misli opisal kot tiste ideje ali trditve, ki jih ljudje nenehno izzivajo, vendar ne dvomijo v njihov obstoj (Bourdieu, 1998a: 8). Bourdieujev teoretski aparat zato lahko služi kot analitično-kritični aparat za nenehen boj zoper zdravorazumske predpostavke, zoper mitologije in ideologije. Kot teoretik prakse se je Bourdieu vseskozi loteval seciranja konkretnih vsakdanjih praks in tekstov, se pravi konkretnega družbenega sistema v vsej njegovi različnosti. V enem izmed zadnjih del, ki jih je spisal, je opozarjal, da je konkretna praksa v humanističnih in družboslovnih znanostih podcenjena in pre malo analizirana ter da bi bilo potrebno vanjo investirati veliko več teoretske kompetentnosti (2004: 81-82). Sledeč njegovi teoretski dikciji, zatoorej predpostavljamo, da lahko najglobljo logiko družbenega sveta zaobjamemo le, če upoštevamo posebnost empirične realnosti, ki je historično prostorsko in časovno umeščena (cf. Bourdieu, 1998b: 2). Natanko v tem oziru nam Bourdieujev teoretski okvir – ki povezuje kolektivne mentalne strukture s konkretnimi praksami in reprezentacijami – služi za analizo funkcij in vlog, ki jih opravljajo fotografske reprezentacije v dveh muzejih nacionalne zgodovine.¹ Prvi je slovenski muzej v majhni obmejni vasi Libeliče in drugi je avstrijski muzej na avstrijskem Koroškem, v Völkermarktu/Velikovcu. Obe muzejski razstavi sta posvečeni istemu zgodovinskemu dogodku, ki je še danes predmet številnih javnih debat v Avstriji in Sloveniji. Gre za plebiscit, ki je bil izpeljan leta 1920 na Koroškem in je določil mejo med obema nacionalnima državama, a od takrat naprej tudi pomembno strukturira odnose med obema nacijama. Vsak muzej pa predstavlja ta dogajanja z drugega zornega kota. V tem kontekstu nas torej zanima, kako lahko dominantne ideologije prek vstopa v muzejske razstave in predvsem v muzejske vizualne materiale redefinirajo nacionalne arhive spomina določene družbe, ko podajajo selektivne podobe preteklosti in tako usmerjajo množice individualnih spominov.

Glavna teza članka je, da muzejske fotografske reprezentacije plebiscitnega dogajanja odigravajo pomembne vloge pri oblikovanju preteklosti v slovenski in avstrijski družbi in pri kreiranju specifičnih kolektivnih spominov ter nacionalnih identitet. Če si sposodim Bourdieujeve besede, bi to pomenilo, da me zanima predvsem razkritje tega, kako in zakaj je fotografija v teh muzejih predisponirana,

¹ Tudi Bourdieu je s sodelavci izvedel obširno študijo muzejev, vendar muzejev umetnosti v Franciji, Grčiji, Španiji, Italiji, na Nizozemskem in Poljskem. Sistematično so proučevali tovrstne muzejske zbirke in občinstva, ki jih obiskujejo, njihove družbene in izobrazbene značilnosti, njihovo držo do teh zbirk in njihova nagnjenja do umetnosti (Bourdieu, Darbel, Schnapper, 1990b). Opazovali so, kako se specifične mentalne strukture vpišujejo v posameznikov um, predvsem jih je zanimalo, kako se s perspektive razrednih odnosov v družbi oblikujejo te mentalne strukture. Tudi pričujoči članek je neke vrste poskus opazovanja izgradnje mentalnih struktur v povezavi z muzeji nacionalne zgodovine, a s perspektive nacionalnih odnosov v družbi.

da opravlja določene družbene funkcije oz. kakšne funkcije (1990: 73) – na primer, družbene funkcije ponujanja specifičnih definicij preteklosti in gradnje vezi ter mej med posamezniki in skupinami v družbi.

Muzejska razstava tako ni le prostor, kjer je razstavljena zgodovina, ampak predstavlja tudi prostor, kjer se bijejo širše družbene, kulturne in politične bitke in kjer se reproducirajo različni družbeni odnosi. Vizualne reprezentacije v plebiscitnih muzejih vzpostavljajo specifičen simbolni red in reproducirajo družbene hierarhije. Obe muzejski razstavi in njune fotografije analiziramo s treh različnih perspektiv: prvič, kot simbolne sisteme, ki ljudem pomagajo razumeti kompleksen kulturni univerzum; drugič, kot sredstva komunikacije v družbenem prostoru; in tretjič, kot sredstva dominacije, kot mehanizme moči, ki se nanašajo na vsakdanje oblike moči v naših življenjih. S pomočjo Bourdieuevih teoretskih konceptov habitusa kot mreže dispozicij, ki jih posedujejo posamezniki in ki si jih pridobijo v socializacijskih procesih, in simbolne moči kot najbolj vsakdanjih, rutinskih in nevidnih mehanizmov, ki vodijo dejanja ljudi, razkrivamo mehanizme produkcije in reprodukcije kolektivnih mentalnih struktur v povezavi z muzejskimi reprezentacijami. Odkrivamo družbene pomene ter vrednosti praks, kot je npr. obisk muzeja in branje vizualnih tekstov. Članek torej temelji na kritični obravnavi muzejskih vizualnih reprezentacij, ko poskuša razkriti, kakšno vlogo te opravljajo pri kultivaciji specifičnega kolektivnega spomina, ali rečeno z Bourdieuevimi besedami, ko poskuša pokazati, kako si ljudje, formirani v takšnem družbenem prostoru, pridobivajo nacionalni habitus – nacionalne dispozicije, ki so značilne za določeno nacionalno skupino (cf. 2003: 12).

Muzej kot medij in kot kraj spomina

Število muzejev na svetu je dandanes v porastu in muzeji postajajo mednarodno pomembna kulturna središča in zabavni popularnokulturni prostori, ki strukturirajo vsakdanja življenja ljudi.² Barry pripominja, da muzeji predstavljajo pomemben del turistične in zabavne industrije, ljudje jih obiskujejo tudi zaradi določenih ugodij, da se sprostijo, da uživajo v gledanju in da si z njihovo pomočjo razlagajo kompleksen svet. Vedno več muzejskih razstav namreč kombinira izobraževalne instrumente s sredstvi zabave (Barry, 1998: 105). Muzej je torej medij, ki prinaša specifične informacije in ponuja določene pomene. Številni avtorji zatrjujejo, da muzeji danes funkcionirajo kot množični komunikacijski mediji, saj nenehno sporočajo določene vsebine množicam ljudi (Canclini, 1995: 115; Barry, 1998: 98).³

Tudi obe muzejski razstavi, ki pripovedujeta o istem zgodovinskem dogodku – o koroškem plebiscitu leta 1920, na katerem so se ljudje odločali, ali priključiti Ko-

² Samo v Evropi je vsaj okrog 13500 muzejev, v Severni Ameriki jih je okrog 7000, v Avstraliji in Aziji okrog 2800 in v ostalih delih sveta okrog 2000 (Pearce v: Dos Santos, 2003: 180). M. Dos Santos meni, da so te številke še dosti višje, saj je samo Brazilija na začetku devetdesetih let 20. stoletja imela več kot 1000 muzejev (2003: 181).

³ Canclini svojo tezo potrjuje tudi s številom obiskovalcev teh muzejev, ki iz leta v leto narašča: »Število obiskovalcev muzejev v Združenih državah /.../ je leta 1980 preseгло število celotnega prebivalstva te države. V Franciji muzeje letno obišče več kot dvajset milijonov ljudi« (1995: 115).

roško Republiki Avstriji ali Kraljevini SHS (Jugoslaviji/Sloveniji),⁴ delujeta kot medija oziroma kot teksta, ki imata specifično narativno strukturo in posebno ikonografijo. Muzej v Avstriji, *Völkermarkter Stadtmuseum – Abwehrkampfdokumentation und Bezirksheimatmuseum*, vsebuje razstavo plebiscita iz leta 1920, predplebiscitnega dogajanja in zbirko dokumentov, predmetov in vizualnih podob, povezanih z nemško avstrijskim bojem za Koroško v obdobju 1918–1919. Muzej v Sloveniji, *Koroški pokrajinski muzej – Plebiscitni muzej*, pa vsebuje razstavo plebiscita in dokumentov ter vizualnih podob, povezanih z jugoslovansko/slovensko vojaškim in političnim reševanjem Koroške, kot to opiše muzejska brošura (Kos, 1997). Že sami lokaciji teh dveh muzejev, ki sta oddaljeni približno 30 km zračne linije, sporočata določene pomene o nacionalnih realnostih, katerih del sta. Prvi muzej se nahaja v mestu Velikovec/Völkermarkt, ki je še danes označen in prepoznan kot nemško orientirano avstrijsko mesto in ki je vse od leta 1920 naprej – ko je bil večji del Koroške priključen k Avstriji – deloval kot močan branik koroškega nemštva v tem delu Avstrije. Drugi muzej pa se nahaja v obmejni vasi Libeliče, ki je označena in prepoznana kot ponos slovenstva, saj so bile Libeliče po plebiscitu najprej priključene k Avstriji, a so njeni prebivalci po dveh letih javnih demonstracij in upora proti avstrijskim avtoritetam leta 1922 dosegli, da so Libeliče priključili k Jugoslaviji/Sloveniji.

Stalna razstava plebiscita in 'avstrijskega obrambnega boja', kot to imenujejo v avstrijskem plebiscitnem muzeju, je bila postavljena prva, in sicer leta 1970 v Velikovec/Völkermarktu. Postavitev razstave je v tistem času sovpadala z močnim nacionalističnim aktivizmom in z intenzivnimi akcijami *Heimatligensta* proti slovenski manjšini na Koroškem. Organizacija *Heimatligensta* je močno podprla odprtje te razstave.⁵ Danes zbirka tako ne simbolizira le 'avstrijskega obrambnega boja', ki se je končal s priključitvijo Koroške Avstriji leta 1920, ampak simbolizira tudi nadaljujoče se nacionalne boje na Koroškem.⁶ Druga stalna razstava o plebiscitu in 'jugo-

⁴ Po ustanovitvi Kraljevine SHS leta 1918 je Narodni svet za Koroško zahteval pokrajino Koroško od Avstrije in jugoslovanske/slovenske vojaške čete so okupirale del južne Koroške. V tem času so se bili tudi krvi boji na Koroškem in posledično je leta 1919 ameriška študijska komisija predlagala mejo na Karavankah. Določena je bila izvedba plebiscita in Koroška je bila razdeljena na južno cono A in severno cono B. Plebiscit je bil izveden 10. oktobra 1920, v predplebiscitnem času pa sta obe državi na Koroškem izvajali intenzivni in včasih že kar nasilni predplebiscitni volilni kampanji. Ker je že plebiscit v coni A odločil, da Koroška postane del Avstrije z 22025 (59 %) glasovi za Avstrijo in s 15278 (41 %) glasovi za Jugoslavijo (v Libeličah je za Avstrijo glasovalo 290 (43 %) glasovalcev, za Jugoslavijo pa 387 (57 %) glasovalcev), do plebiscita v coni B ni prišlo. Leta 1920 je tako večji del Koroške tudi uradno postal del Avstrije.

⁵ Še posebej jo je podprla organizacija *Kärntner Abwehrkämpferbund*, ki je bila ustanovljena kot organizacija koroških nemških/avstrijskih veteranov boja za Koroško. Člani te organizacije tvorijo jedro organizacije *Heimatligensta*.

⁶ Muzej si je še dodatno pridobil nacionalno noto in pomembnost po bombnem napadu septembra 1979, ko sta dva Slovenca, državljana takratne Jugoslavije, nastavila bombo v muzeju, ki je močno poškodovala in uničila del razstave. To dejanje je še danes izpostavljeno v muzejski brošuri, ki predstavlja neke vrste vodič po razstavi in je napisana v nemščini. Fotografija notranjosti muzeja, opustošenega po bombnem napadu (Schüsler v: Leitner, 1984: 6), ki je predstavljena na prvih straneh brošure, umešča razstavo v kontekst nacionalnih bojev na Koroškem. Pomen fotografije je zasidran s spremljajočim opisom dogodka: »Ta znanstveno in objektivno uravnotežena stalna razstava zgodovinske dokumentacije je bila septembra 1979 žrtev bombnega napada dveh jugoslovanskih državljanov« (Leitner, 1984: 5). Simbolni vstop v

slovanskem/slovenskem reševalnem boju' pa je bila v Libeličah odprta leta 1997, na 75. obletnico priključitve Libelič k Sloveniji oziroma takratni Jugoslaviji. Njeno odprtje je močno podpirala slovenska država in razstava je bila ustanovljena kot odgovor oziroma kot utež avstrijskemu plebiscitnemu muzeju. Tudi kustosinja razstave je pojasnila, da je bil muzej odprt zato, da bi priskrbeli bolj objektivno predstavitev preteklosti od tiste v Velikovcu.

Vstop v plebiscitna muzeja predstavlja simbolni vstop v dve različni reprezentaciji in interpretaciji preteklosti. Vsaka muzejska razstava pripoveduje zgodbo na drugačen način in podpira specifično zgodovinsko vednost. Ob vstopu v avstrijski plebiscitni muzej obiskovalec simbolno vstopi predvsem v plebiscit sam in v priključitev Koroške k Avstriji. Na drugi strani pa ob vstopu v slovenski muzej simbolno vstopi predvsem v dogodke po plebiscitu in v priključitev Libelič k Jugoslaviji/Sloveniji. Vsi ti sicer tesno povezani dogodki imajo danes različne pomena za obe nacionalni državi, Avstrijo in Slovenijo: plebiscit leta 1920 označuje zmago za Avstrijo in neuspeh za Slovenijo, a sprememba meje leta 1922 in priključitev Libelič k Jugoslaviji/Sloveniji označuje zmago za Slovenijo in neuspeh za Avstrijo. Prav s teh izhodišč obe razstavi podajata specifično podobo preteklosti. H. Lidchi pravi, da »/.../ aktivnosti zbiranja in razstavljanja prenehajo biti nevtralne in nedolžne aktivnosti, ampak se pojavljajo predvsem kot instrumentalno sredstvo vedenja in posedovanja 'kulture drugih'« (1997: 154). Plebiscitna muzeja pomagata oblikovati specifično vednost o zgodovini 'nas' in 'njih' tako za člane slovenske kot avstrijske nacionalne skupnosti. Skupine turistov z različnih koncev Avstrije oziroma Slovenije obiskujejo plebiscitni razstavi, toda njuna ciljna občinstva so v prvi vrsti šolski otroci, kot so pojasnili v obeh muzejih. Vsako leto številni osnovnošolski in srednješolski učenci z avstrijske Koroške obiščejo razstavo v Velikovcu/Völkermarktu, prav tako pa tudi množice učencev z različnih koncev Slovenije obiščejo razstavo v Libeličah.⁷ Oboji z istim ciljem: poučiti se o svoji lastni zgodovini. Avstrijska muzejska brošura celo eksplicitno poudarja izobraževalno in vzgojno pomembnost muzeja: »Ta dokumentacija mora biti označena kot zgodovinski izobraževalni muzej in mora biti dostopna vsem, še posebej pa učencem« (Leitner, 1984: 5). Na takšne izjave lahko odgovorimo z Bourdieuevijo mislijo, da je kreiranje nacionalne skupnosti tesno povezano s splošnim vzgajanjem (1998b: 62). In muzeji so nedvomno del te vzgoje.

Začetke modernih muzejev, kakršne poznamo danes, lahko postavimo v Evropo osemnajstega in devetnajstega stoletja.⁸ Njihov vzpon je namreč tesno povezan

muzej je ožigasan s podobo ogrožajočega jugoslovanskega/slovenskega ekstremizma, ki predstavlja interpretativni okvir za branje razstave.

⁷ V bližini Libelič je Center šolskih in obšolskih dejavnosti, kjer učenci z različnih krajev Slovenije preživljajo šole v naravi, naravoslovne taborne itd. Obisk muzeja pa je tudi standarden del njihovega programa.

⁸ S. Macdonald pokaže, da imajo moderni muzeji svoje predhodnike v sobah čudes renesančnih vladarjev in učenjakov: »To je bil zgolj eden izmed dokazov širše fascinacije nad zbiranjem, ki se je pojavilo v petnajstem stoletju /.../« (1998: 6). Večina teh zbirk pred osemnajstim stoletjem ni bila namenjena širši javnosti (kot so zgodnje moderne znanstvene zbirke, na primer *The Repository of Royal Society*, ustanovljena v Londonu v šestdesetih letih 17. stoletja). Kljub temu pa je bilo v tem času nekaj izjem: zbirke naravnih in umetnih čudes v Firencah in Bologni iz sredine 16. stoletja in zbirka v Copenhagenu iz sredine 17. stoletja so bile 'javne' zbirke (Macdonald, 1998: 8).

s pojavom in formiranjem modernih nacionalnih držav, ki so se začele vzpostavljati v tem času.⁹ M. Dos Santos trdi, da so muzeji »/.../ prevzeli odločilno vlogo pri gradnji institucionalizirane ideje o preteklosti, ki jo najdemo v sodobnih nacionalnih identitetah« (2003: 180). Tudi Smith (1999) je mnenja, da so muzeji na neposreden način veliko pripomogli k utrjevanju mitov o izvoru in poreklu v procesu tvorjenja nacij. Obe plebiscitni muzejski razstavi opravljata podobne funkcije v nacionalnih državotvornih procesih, postali sta prostora, ki potrjujeta in vzdržujeta določeno nacionalno orientacijo in nacionalno znanje skupine, saj razstavljeni predmeti, dokumenti in vizualne podobe priskrbijo avstrijskim in slovenskim državljanom dokaze o njihovih različnih preteklostih.

Kljub vsemu pa se zgodovina nikoli ne konča tam, kjer se konča muzejska razstava, čeprav se muzeji trudijo ustvariti takšen občutek. Ponujajo ideje o zaokroženi predstavitvi preteklosti z jasnim začetkom in koncem in natančno zamejijo kontinuiteto med preteklostjo in sedanjostjo, saj gradijo vezi med dogodki v preteklosti in dogodki v sedanjosti tudi tam, kjer ti dejansko ne obstajajo. Zgodovina je v muzeju predstavljena kot zaključen niz smiselno povezanih linearnih dogodkov, ki se iztečejo v sedanjost. Prav zato muzejev ne smemo obravnavati zgolj kot shranjevalce preteklosti, ampak tudi kot shranjevalce specifičnih pomenov in spominov o preteklosti. Z besedami Pierra Noraja lahko plebiscitni muzej označimo kot »kraj spomina«, saj dejanska okolja tega spomina ne obstajajo več. Lahko ga označimo kot mejnik oziroma kašipot neke druge dobe, kot iluzijo večnosti (Nora, 1997: 12). Muzej kot kraj spomina namreč povezuje razumevanje zgodovinskih dogodkov iz prve roke, ki se zagotavlja prek neposredne komunikacije med člani skupnosti iz generacije v generacijo, z retrospektivnim razumevanjem teh dogodkov, ki se zagotavlja prek različnih družbenih institucij oziroma prek njihove sposobnosti shranjevanja zgodovinskih tekstov, ki pa v rekonstrukciji spominov sevajo tudi specifična politična razumevanja preteklosti oziroma specifične ideologije. Muzej je buditelj specifičnega spomina, saj ljudem pomaga, da se spominjajo in da v teh reprezentacijah preteklosti prepoznajo tudi sebe, svoje korenine in svojo dediščino. Muzejske reprezentacije imajo potemtakem simbolni vpliv na procese konstruiranja družbene realnosti in vplivajo tudi na oblikovanje kolektivnih odzivov ljudi, saj za posameznika »vstop v muzej ni zgolj vstop v neko stavbo in gledanje del, ampak je ritualiziran sistem družbenih dejanj« (Canclini, 1995: 115). Če parafraziramo Bourdieuja, reprezentacije obeh plebiscitnih muzejev strukturirajo percepcije, ki jih imajo družbeni akterji – obiskovalci muzejev – o preteklosti in o lastnem družbenem okolju: »To dejanje si prizadeva proizvesti in vsiliti reprezentacije (mentalne, verbalne, vizualne ali teatralne) o družbenem svetu, ki so sposobne delovati na ta svet tako, da vplivajo na lastne reprezentacije akterjev o njem« (1994: 127). Osnovna naloga muzejskih reprezentacij plebiscitne preteklosti, ki oblikujejo in gradijo posameznikove reprezentacije/podobe oziroma njegovo razumevanje te preteklosti, je, da definirajo omejen kolektivni spomin in zamejeno članstvo zamišljenih nacionalnih skupnosti (cf. Anderson, 1998). Že pionir proučevanja kolektivnega spomina, Maurice Halbwachs, je v svojem delu implicitno opozarjal, da

⁹ Na primer, *The British Museum* je bil z odlokom parlamenta ustanovljen leta 1753, *Great Gallery of Louvre* je bil uradno odprt leta 1793 in *Altes Museum of Berlin* leta 1830 (Dos Santos, 2003: 181).

je spomin tako rekoč vedno reprezentacija preteklosti in da se spominjamo zgolj pod pogojem »/.../ da se postavimo na zorno točko ene ali več skupin in da se znova postavimo v enega ali več tokov kolektivnega mišljenja« (2001: 35). Spomin je aktivno proizveden v sedanjosti in je predmet številnih ideoloških bojev, ki se bijejo tudi v prostorih muzejev. Muzeji lahko potemtakem delujejo kot rešitelji spominov, saj jih fiksirajo v povezani naraciji, kljub temu da besede in mišljenja – povezane s specifičnimi zgodovinskimi dogodki – umirajo, ti muzejski teksti ostanejo (Halbwachs, 2001: 86).

Če analiziramo oblikovanje kolektivnega spomina skozi Bourdieujevo teoretsko perspektivo, moramo muzej definirati tudi kot institucijo s svojim lastnim ritualom, ki neprestano govori obiskovalcu muzeja, kakšna je njegova identiteta. To počne na način, da mu hkrati predstavlja to identiteto in mu jo vsiljuje, ko jo izraža pred vsemi in jo javno naznanja ter ga na avtoritativen način informira, kdo je in kaj mora biti (cf. Bourdieu, 1994: 121). Z drugimi besedami, plebiscitna muzeja na nek način 'javno obtožujeta' družbene akterje – obiskovalce, naj se spominjajo določenih stvari, naj imajo določeno znanje, naj se vedejo in naj dojemajo svet na določen način. Še več, kot bi rekel Bourdieu, kadarkoli ti muzeji spregovorijo, sporočajo in ponujajo družbene definicije in identitete, hkrati tudi vzpostavljajo meje (1994: 120). Na ta način reprezentacije v obeh plebiscitnih muzejih gradijo dve različni znanji o preteklosti in dva različna kolektivna spomina. To je mogoče natanko zato, kot pripominja Halbwachs, ker ne obstaja ena zgodovina, ampak obstaja toliko zgodovin, kolikor je nacij (2001: 115). Kolektivni spomin je rabljen v politične namene, saj en muzej poudarja le nekatere dele preteklosti, medtem ko drug muzej poudarja druge dele preteklosti. Kolektivni spomin je vedno prisotnost selekcionirane preteklosti, ki je odvisna od sedanjih razmer.

Fotografija in realnost zgodovinske reprezentacije

Muzej je prvenstveno vizualni medij, kjer fotografija igra eno izmed pomembnejših vlog v pripovedovanju preteklosti. Fotografske podobe zasedajo osrednje mesto tudi v obeh plebiscitnih muzejih, kjer je razstavljena obilica zbranih in izbranih fotografij. Fotografije, ki zavzemajo večji del obeh razstav, v trenutku vstopa v muzej privabijo in očarajo pogled obiskovalcev in jih popeljejo v preteklo plebiscitno dogajanje. Ponujajo zelo prepričljive in lahko dojemljive vizualne oblike znanja, in ker so vse fotografije v plebiscitnih muzejih črno-bele, še dodatno utrdijo vtis, da so zgolj priče preteklosti. Izgledajo zelo stare, zaradi česar so tudi dojete kot avtentične. Fotografije tako podeljujejo dodatno zgodovinsko dokumentarno vrednost muzeju. V obeh muzejih so fotografije opremljene s podpisi, ki razlagajo, kaj predstavljajo, in so umeščene med druge zgodovinske dokumente ali narativne rekonstrukcije dogodkov. Besede v tem primeru še dodatno usmerijo obiskovalce k specifičnim interpretacijam preteklosti (cf. Hardt, 2003: 621). Fotografije so v obeh muzejih razstavljene v kronološkem redu in kot pomensko zaokrožena celota usmerjajo obiskovalca skozi zgodbo razstave – proizvedejo učinek, kot da se pretekli dogodki odvijajo pred obiskovalčevimi očmi. Sama razporeditev fotografskih materialov v muzeju pa lahko celo fiksira in zapre pomene odprtih in dvoum-

nih tekstualnih dokumentov. Fotografije namreč delujejo kot odsevi preteklosti in lahko zato spremenijo dvoumne reprezentacije preteklih plebiscitnih dogodkov v golo resnico, v »/.../ objektivno opisane površine brez notranjih pomenov: v dejstva« (Slater, 1995: 222-223). Fotografije v tem oziru rekonstruirajo preteklost.

Kljub vsemu pa je potrebno poudariti, da lahko fotografije delujejo kot zgodovinski dokumenti, kot dokumentarni vizualni dokazi, saj lahko določen zgodovinski trenutek rešijo pred večnim izginotjem in pozabo (Hardt, 2003: 607, 621). Na obeh plebiscitnih razstavah fotografije izstopajo kot opomniki pomembnih zgodovinskih javnih trenutkov. Pri vsem tem pa so kot dokazno gradivo preteklosti fotografije omejene, saj so hkrati vedno tudi interpretacije te preteklosti in podajajo specifično zgodovinsko naracijo. Fotografija kot konvencionalni sistem je namreč oblika komunikacije ali, kot jo je opisal Bourdieu, oblika simbolne komunikacije brez sintakse. Je oblika naravnega jezika, ki vedno izbere izseke iz vidnega sveta, ki so nato predstavljeni kot pristni odsevi narave same (Bourdieu, 1990: 74). Reprezentacije zgodovinske realnosti se prek fotografije v muzeju tako preoblikujejo v realnost zgodovinske reprezentacije. Reprezentacija postane realnost sama. Pretekla realnost je torej vedno zgolj posredovana realnost, ali kot pravi Hardt: »Podobe postajajo reprezentacije realnosti in ko gredo enkrat skozi človekov um, postanejo realnost sama« (2004: 5).

Fotografske podobe plebiscitnih dogodkov zatorej niso avtentične podobe, so le podobe. Fotografije v muzejih ne prinašajo obiskovalcem neposredno plebiscitnih dogodkov samih, ampak jim neposredno prinašajo zgolj njihove podobe (cf. Bourdieu, 2001: 9). V plebiscitnih muzejih ni avstrijskih ali jugoslovanskih/slovenskih vojakov, plebiscitnega glasovanja in protestov, ampak so zgolj podobe avstrijskih ali jugoslovanskih/slovenskih vojakov, plebiscitnega glasovanja in protestov. Fotografije v muzejih niso ogledala preteklosti, ampak so zgolj podobe te preteklosti.

Vrednost fotografij za muzejsko razstavo je določena predvsem z jasnostjo in z informacijo, ki jo je sposobna sporočiti in prenesti kot simbol, ali še raje, kot prispodoba (cf. Bourdieu, 1990: 93). Bourdieu to pojasnjuje s primerom podobe zgubanih rok stare ženske, ki ne reprezentira zgolj stare ženice in njenih zgubanih rok, temveč starost, trdo delo in poštenost. Poudarja, da je pomen, ki ga privilegira fotografija, bolj verjeten, če sta označevalec in označenec skladna (1990: 93-95). Fotografije avstrijskih ali jugoslovanskih/slovenskih vojakov in bojov za Koroško ne kažejo zgolj vojakov in bojov, temveč v obeh muzejih reprezentirajo tudi razlike med žrtvami in napadalci, med slabo in dobro stranjo, med avstrijstvom in slovenstvom. Fotografije, ki so vpletene v to igro označevanja, privilegirajo določene pome ne o preteklosti prek odnosa med označevalcem in označencem. S tem pa (re)producirajo tudi dominantni nacionalni ideologiji in vzpostavljajo specifična simbolna reda v obeh družbah, saj delujejo kot izrazi neprekinjenih odnosov med preteklostjo in sedanjostjo.

Fotografske naracije opravljajo v muzejih vlogo vstopne točke, prek katerih obiskovalci vstopijo v preteklost in doživijo pretekle dogodke ter celo ugledajo sebe v njih. Fotografije legitimirajo specifično preteklost, ko jo naredijo za naravno in samoumevno, posledično pa tako oblikujejo tudi sedanje identitete ljudi. Fotografske naracije so v muzejih temeljni interpretativni okviri oblikovanja in potrje-

vanja individualnih in kolektivnih identitet, saj obiskovalcem omogočajo, da se pogajajo o njihovih lastnih identitetah kot tudi o identitetah tistih, ki so na fotografiji (cf. Hardt, 2002: 326; Lutz in Collins, 1993: 187). Ta identifikacijski proces je tesno povezan s procesi konstruiranja pomenov, ki se po Bourdieuju pojavijo v odnosu med fotografijo, gledalcem in družbeno-zgodovinskim kontekstom, v katerem vidijo/berejo te fotografije in v njih iščejo pomene. Njihova branja tako odražajo določena pričakovanja, ki so videna kot vsakdanja in samo-po-sebi-umevna in ki izvirajo iz njihovega znanja, ki ga posedujejo kot člani določene skupine. Pomen se tako konstruira v skladu z njihovimi »/.../ shemami percepcije, mišljenja in presojanja, ki so lastne celotni skupini« (Bourdieu, 1990: 74; cf. Bourdieu, Darbel, Schnapper, 1990: 109-112). Obiskovalci kot družbeni akterji namreč ne reagirajo mehanično in pasivno na mehanične dražljaje, kot je npr. fotografija, ampak aktivno proizvajajo simbolne pomene predstavljene preteklosti. Fotografije jugoslovanskih/slovenskih ali avstrijskih vojakov, na primer, odsevajo nacionalni jaz v trenutku, ko se obiskovalci prepoznajo kot nacionalni subjekti v teh fotografskih podobah. Muzejske fotografske podobe plebiscita tako pomagajo oblikovati dva različna zemljevida kolektivnih spominov in tak zemljevid je lahko »/.../ prebran kot natančen popis zgodovinsko zgrajenih in pridobljenih kategorij, ki v mislih vseh subjektov, ki pripadajo temu svetu in jih ta svet oblikuje, organizirajo idejo družbenega sveta« (Bourdieu, 1992: 469).

Boji za zgodovinsko naracijo: pogled in vizualna legitimacija nacionalne razlike

Muzej omogoča in spodbuja specifične prakse gledanja in videnja. Fotografije kot del muzejskih razstav se ponašajo z določeno legitimnostjo, vredne so polnega zaupanja in so zelo prepričljiv medij. Videnje tako omogoča vedenje, ali kot opozarja Hardt, videnje postaja več kot verjetje – podoba namreč postaja svet (2002: 320). Kulturno privzgojena izkušnja v zahodni civilizaciji nas uči, da je videnje najbolj zaupanja vreden vir verjetja in vedenja. Tudi obe muzejski razstavi sta zasnovani tako, da primarno nagovarjata oči. Obiskovalec je v muzeju tako obravnavan kot individualiziran vir vida, muzej pa kot sfera vidnosti (cf. Bennett, 1995). Že ob vstopu v muzej obiskovalci verjamejo, da se njihov pogled ne moti. Njihovo videnje postane predpogoj za verjetje, fotografija pa dokazno gradivo in demonstracija preteklosti. Vid je zlit s spoznanjem, saj je »/.../ med vsemi čuti najbolj poveljevan in obravnavan kot popolnoma samostojen, neomejen in celo neoporečen« (Jenks, 1995: 1). Takšna obravnava vida v sodobnih družbah ima zgodovinske korenine, kot ponazori Foucault, opazovanje je od sedemnajstega stoletja naprej postajalo zaznavna vednost; vid je bil povzdignjen nad ostale čute, ki so bili izključeni zaradi njihovega manka gotovosti, vid pa si je izbral dominanten položaj kot čut za dokazovanje (1970: 132). Muzeji, ki temeljijo na praksah gledanja in videnja, so potemtakem prepoznani kot zanesljivi, verodostojni in legitimni pričevalci preteklosti. Videnje podob v muzejih potrdi obiskovalčevo verjetje, saj fotografije ponujajo prvoosebno perspektivo. S Hardtovimi besedami, fotografije pripomorejo h gledalčevi izkušnji očitca – premestijo jih na prizorišče preteklega dogajanja, kot da

so sami priča tem dogodkom (2003: 623). Fotografije v obeh muzejih ustvarjajo iluzijo, kot da poročajo v živo iz preteklosti.

Plebiscitna muzeja se trudita vzpostaviti svoj lasten pogled na pretekle dogodke, saj bi to spodbudilo specifična verjetja in znanja. Na simbolni ravni se nenehno borita za oblast nad interpretacijo preteklih plebiscitnih dogajanj. Prek različnih narativnih mehanizmov se vpletata v bitke za doseg hegemonega položaja pri razlaganju preteklosti. V tem oziru prav vsebine in stili obeh muzejskih razstav – kaj je predstavljeno in kako – obveščajo javnost o isti preteklosti na različne načine. Fotografske podobe, razstavljeni objekti, dokumenti in njihova hierarhična umestitev v muzejski prostor proizvedejo specifično videnje preteklosti, jo kolonizirajo in dajejo občutek, da je tudi preteklost urejena in organizirana na tak način. Oba muzeja sta vizualno urejena glede na specifične teme, povezane s plebiscitom, ki jih pokrivata. Takšna razvrstitev tem hkrati služi tudi kot agenda za oblikovanje kolektivnega spomina. Muzej v Libeličah, na primer, vizualno poudarja množične ljudske proteste in demonstracije proti 'plebiscitni' meji in proti avstrijskim oblastem ter nesrečne ljudi z žalostjo na obrazih. Na drugi strani pa muzej v Velikovcu/Völkermarktu vizualno teh dogodkov ne izpostavlja, ampak prikazuje uradna praznovanja zaradi novo postavljene meje, govore koroških oblastnikov in srečne ljudi z nasmehi na obrazih po plebiscitu. Vizualna retorika muzejev vzgaja in poučuje obiskovalce o preteklosti na specifičen način.

Fotografije v muzejih so skrbno izbrane in proces selekcije fotografij ne podaja le točno določene podobe preteklosti, ampak riše tudi meje spominov, saj je takšna selekcija tudi oblika organiziranja in kultiviranja javnega spomina. Nekateri pretekli dogodki ali celo zgolj deli teh dogodkov so izbrani in tako zapisani spominjanju, medtem ko so nekateri drugi dogodki ignorirani, utišani in zapisani poza bi. V muzeju v Velikovcu/Völkermarktu je velikanska stenska barvna slika, ki je reprodukcija fotografij, razstavljenih tik ob njej, in ki kažejo identično podobo, a v dokumentarnem stilu črno-bele barve. Fotografije in slika se medsebojno dopolnjujejo, razlagajo in potrjujejo, vpletajo se v posebno igro barv. Prikazujejo številne ljudi, ki čakajo, da odvržejo volilni listič v volilno skrinjo na dan plebiscita. Na sliki je jasno vidno, da skupina mladih in starih, revnih in bogatih, kmetov in meščanov drži v rokah zelen listič, kar ni razvidno iz črno-belih fotografij. Zeleni list predstavlja njihovo odločitev, da volijo za Avstrijo.¹⁰ Na sliki nihče ne drži belega lističa, ki bi volil za Jugoslavijo/Slovenijo, in to daje vtis, da so vsi Korošci soglasno volili za Avstrijo. 41 % koroških prebivalcev, ki so volili za Jugoslavijo/Slovenijo in so prepoznani kot izdajalci, je izbranih s slike, iz muzejske zgodbe in simbolno seveda tudi iz spomina. Del prebivalstva današnje Koroške, ki se prepozna kot slovenska manjšina in ki govori slovensko, je skoraj popolnoma odsoten na teh muzejskih reprezentacijah preteklosti in zato izbrisan iz preteklosti Koroške. Zgodovinske realnosti, ki so zelo kompleksne in včasih zelo nejasne in dvomne, so v

¹⁰ Volilni lističi so bili dveh barv, zeleni so volili za Avstrijo, beli pa za Jugoslavijo. Zelena barva je bila tudi simbol nemškega avstrijstva in je prevladovala na številnih predplebiscitnih propagandnih materialih. Tudi v muzeju prevladuje zelena barva, stenski panoji, na katerih so razstavljene fotografije in drugi dokumenti, so zeleni in takšna barvna usklajenost obiskovalcem skladno z naracijo, ki jo muzej ponuja, sporoča specifične pomene.

muzejskih vizualnih reprezentacijah močno poenostavljene. Takšno obujanje spominov prek muzejskih zgodovinskih naracij tudi reducira vedenje in vsiljuje pozabljanje.

Naslednji mehanizem oblikovanja specifičnega kolektivnega spomina je potek fotografskih zgodb v obeh muzejih, ki lahko združujeta in zlivata povsem izolirane dogodke, ti pa so zaradi razvrstitve v razstavi videni kot neposredno povezani dogodki. Ideološki učinek takšnih narativnih mehanizmov, ki povečujejo posamične dogodke, se kaže v tem, da je določen dogodek s svojimi specifičnimi akterji zaznan kot vzrok ali rezultat nekega drugega dogodka, čeprav sta oba dogodka lahko popolnoma nepovezana. A v muzejskih naracijah sta predstavljena kot odločilno povezana in odvisna drug od drugega. Če navedemo primer, v avstrijskem plebiscitnem muzeju so v ospredju fotografije jugoslovanskih/slovenskih vojakov v bojnih položajih, ki s puškami merijo proti obiskovalcem ali proti fotografijam, ki jim sledijo v muzejski zgodbi. Tem fotografijam vojakov namreč neposredno sledijo fotografije porušene hiše, mostu in poškodovane cerkve. Če beremo vizualno zgodbo v tem vrstnem redu, so Jugoslovani/Slovenci videni kot kruti napadalci, ki so uničili hišo žalostni družini z otroki, ki na fotografiji stoji pred porušeno hišo. Prikazani so kot vandali, ki ne izkazujejo nikakršnega spoštovanja niti do posvečenih krajev. Na tak način razstava privilegira podobe Jugoslovancev/Slovencev kot brezobzirnih sovražnikov, ki uničujejo domove in cerkve in katerih se je potrebno bati. Pomen teh fotografij se v veliki meri vzpostavi v kontekstu drugih fotografij na razstavi. Na primer, obiskovalci lahko na osnovi vizualnega materiala zaključijo, da so hišo in cerkev dejansko porušili le jugoslovanski/slovenski vojaki, saj jih prejšnja fotografija prikazuje v napadalnih držah. Ni pa nobenih drugih dokazov, ki bi potrdili to zgodbo, kar pomeni, da so usodni zadetki lahko prišli tudi iz avstrijskih topov v boju. Takšna vizualna narativna linija proizvaja specifično udomačen in naturaliziran pogled na preteklost.

Tudi fotografije v slovenskem plebiscitnem muzeju pripovedujejo zgodbe na podoben način. Pogoste so fotografije, ki prikazujejo jugoslovanske/slovenske vojake, kako, na primer, potrpežljivo čakajo v obrambnih položajih v težkih razmerah nekje v goratem gozdu. To potrdi tudi podpis pod fotografijo. V kontekstu celotne razstave se jugoslovanski/slovenski vojaki pokažejo kot trden zid, ki preprečuje, da bi se Avstrija polastila slovenskega teritorija. Tem fotografijam sledijo fotografije častnikov v različnih vojaških uniformah, podpis pod fotografijo pa pojasni, da so možje na slikah člani mednarodne plebiscitne komisije. V kontekstu celotne razstave – drugih vizualnih podob in dokumentov – je ta komisija prikazana kot tuja intervencija, ki je nepravilno postavila mejo v korist Avstrije. Številne fotografije, ki v toku muzejske zgodbe nadaljujejo s pripovedjo, kažejo množice ljudi z nerazpoznavnimi obrazi in dvignjenimi rokami. Podpisi pod fotografijami pojasnjujejo, da gre za protestne shode proti novo določeni meji v številnih drugih koroških krajih (*gl. fotografija 1S*). Vizualno se zgodba zaključí s podobami novega mejnega kamna in zapornice. Besedilo pa razlaga, da gre za mejni prehod nad Libeličami, ki je bil na novo določen dve leti po plebiscitu na novi lokaciji zaradi uporov ljudi proti stari, nepravilni meji, določeni s plebiscitom leta 1920. Vse te fotografije govorijo, da je vasica, ki je bila najprej dodeljena Avstriji, po množičnem

uporu postala del Jugoslavije/Slovenije. Fotografska narativna linija podaja jasno izgrajene podobe vseh vpletenih v plebiscitna dogajanja: Avstrijci so opisani kot pohlepneži, ki so se poskušali polastiti slovenske zemlje, jugoslovanski/slovenski vojaki in civilisti kot tisti, ki so se zgolj branili; opisuje pa tudi nepravico in pristranskost mednarodne komisije in ključovalnost ter patriotizem prebivalcev Libelič, ki nastopajo kot simbol poštenega slovenstva, saj so uspeli premagati nepravilne mednarodne oblasti in postaviti novo mejo. Čeprav muzejska razstava na simbolni ravni poveljuje prebivalce Libelič kot junake in domoljube, ki so se množično uprli avstrijskim oblastem, in jih kaže kot simbol slovenstva, razstava ne vsebuje fotografij, ki bi dokazovale proteste in upore v Libeličah. Ta manko fotografskega 'dokaznega' gradiva o Libeličah v dvehletnem obdobju po plebiscitu pa je zapolnjen in nadomeščen s fotografijami protestnih zborovanj iz drugih koroških krajev pred plebiscitom, ki pa niso bili povezani zgolj s problematiko v Libeličah. Vseeno pa tok muzejske naracije teče gladko, fotografske podobe zapolnijo vrzeli v muzejski zgodbi in tudi v interpretaciji preteklosti, razstava pa obiskovalcu ponuja občutek, da so upori v Libeličah zgolj del širše, vsesplošne slovenske vstaje proti nepravilno določeni meji.

Narativni liniji v slovenskem in avstrijskem plebiscitnem muzeju obiskovalcem priskrbita dva različna pogleda na pretekla dogajanja in dve specifični interpretaciji zgodovine. Prek takšnih mehanizmov muzejski razstavi opozarjata, kaj je pomembno in česa se je potrebno spominjati v slovenskem nacionalnem kontekstu in česa v avstrijskem: »Jasno je, da artefakti ne 'navdihujejo' sami sebe v muzejskih zbirkah: so zbrani, interpretirani in razstavljeni – vse to so namerne in motivirane dejavnosti« (Lidchi, 1997: 163).

V obeh plebiscitnih muzejih fotografije služijo kot osnova za poveljevanje nacionalnih dediščin. Izvajajo funkcijo nacionalistične ritualizacije (cf. Canlini, 1995: 118-120), pri čemer lahko v kontekstu celotne razstave vsaka posamična fotografija nastopa kot označevalec slovenstva ali avstrijstva. Fotografije potrjujejo nacionalno nasledstvo, saj gradijo podobe biološke/genetske, kulturne, lingvistične, politične in teritorialne kontinuitete določene nacionalne skupine od preteklosti do danes. Razstavljene fotografije so izbrane in razvrščene tako, da proizvajajo specifične pomen o preteklosti, prilagojene sedanjim razmeram. To pa legitimira tako pretekle kot tudi sedanje politične akcije. V tem oziru povečane fotografije služijo kot nadomestki za resnične fizične objekte, subjekte in njihove značilnosti, ki so obstojali v preteklosti, in gradi se občutek, da obstojajo še danes. Fotografije v avstrijskem muzeju prikazujejo jugoslovanske/slovenske vojake v glavnem kot neurejene, nedisciplinirane, zanemarjene, ošabne, lene in necivilizirane, medtem ko izbrane fotografije nemško avstrijskih čet upodabljajo red, disciplino, tovarštvo in snažnost. Takšna je na primer fotografija treh vojakov, ki jo razlaga pod njo ležeči podpis: »Vojaki SHS-okupacije v Völkermarktu.« Vojaki sedijo pri mizi, en moški drži v rokah pivsko steklenico, drug moški igra na violino, uniforma tretjega pa je nemarno razprta (*gl. fotografija 1A*). Takšne podobe napeljuje na misel, da je bila situacija na Koroškem pod jugoslovansko/slovensko oblastjo kaotična. Vojaki so predstavljeni kot razpuščena in neorganizirana vojska, kot pijanci in banditi, ki so prišli na Koroško, da bi se zabavali in izkoriščali tamkajšnje prebivalce. Na drugi strani

pa razstava vsebuje ogromno fotografij avstrijskih vojakov, ki stojijo v postrojenih četah ali sedijo v ravnih vrstah in v rokah držijo orožje (gl. fotografija 2A). To vzbuja podobe združene in organizirane vojske, ki je enotna v svojih akcijah. Podpisi pod fotografijami razlagajo »Brambovska četa« ali »Koroški oklopnik in njegova garnizija« in tako besedila skupaj s fotografijami ponujajo pomene o dobro organizirani, disciplinirani vojski, osredotočeni zgolj na obrambo domovine. Že sami pogledi fotografiranih vojakov potrjujejo opisane razlike v značajih med njimi. Medtem ko so na večini izbranih fotografij pogledi Jugoslovancev/Slovencev neosredotočeni in neusklajeni, so pogledi avstrijskih vojakov skladno osredotočeni na isto točko. To vzbuja vtis, da so prvi nesposobni za kakršnokoli uskladitev in vzajemno načrtovanje, medtem ko so slednji osredotočeni na herojske podvige in uspešne naloge, ki so pred njimi (cf. Lutz in Collins, 1993: 202).

Podobe jugoslovanskih/slovenskih vojakov (fotografija 1A) in nemških avstrijskih vojakov (fotografija 2A) v plebiscitnem muzeju/muzejski brošuri v Velikovcu/Völkermarktu v Avstriji.

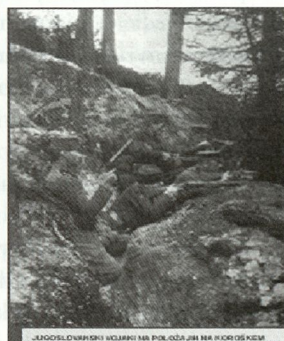


Ravno nasprotno pa so v slovenskem plebiscitnem muzeju fotografije izbrane tako, da reprezentirajo jugoslovanske/slovenske vojake kot pogumne, požrtvovalne, dobro izurjene, disciplinirane, osredotočene in urejene. Fotografije, ki prikazujejo vojake na položajih v gorah, potrjujejo njihovo strogo pripravljenost in dobro koordinirane akcije, saj vsi gledajo ali merijo s puškami v isto smer, ko potrpežljivo čakajo v bojni-obrambni preži v težkih položajih (gl. fotografija 2S). Tudi podpisi pod fotografijami opisujejo jugoslovanske/slovenske vojake kot pozorno osredotočene branilce. Fotografiska naracija torej pripoveduje o Jugoslovanih/Slovencih kot o tistih, ki imajo popoln nadzor nad situacijo. A razstava ne vsebuje podob napadalcev. Vizualna odsotnost avstrijskih vojakov ima tako tudi svoj pomen, saj označuje njihov položaj v slovenski zgodovini in v sedanosti. Njihova neprisotnost v muzeju potrjuje, da Avstriji in njihova vojska v Libeličah niso imeli kaj početi. Prek vizualne odsotnosti so reprezentirani kot tuja sila, ki si ni upala stopiti v Libeliče, saj so se bali tamkajšnjih prebivalcev, kar potrjujejo številni drugi dokumenti. Totalni manko njihove vizualizacije v primerjavi z njihovo temeljito eksplicitno ali implicitno tekstualizacijo v številnih dokumentih in podpisih pod fotografijami

ponuja pomene, da so se bali neposrednega vojaškega soočenja z jugoslovanskimi/slovenskimi vojaki in so se zatekali k sumljivim in nepravilnim diplomatskim akcijam.

V kontekstu osrednjih tem obeh razstav – plebiscita in boja za Koroško – se lahko takšne vizualno konstruirane razlike preberejo in zaznajo kot nacionalne razlike med Avstrijci in Slovenci. Upravljanje s preteklostjo v obeh muzejih namreč omogoči obiskovalcem, da opazujejo sedanost prek podob preteklosti, saj takšne podobe preteklih dogodkov strukturirajo tudi odnose v sedanosti. Vizualni materiali so v obeh muzejih rabljeni kot osnova za definiranje obiskovalčevih podob preteklosti, a tudi za njihove ideje o njih samih. Rabljeni so kot »/.../ temeljna, tiha pogodba, ki definira 'nas' nasproti 'njim', 'drugim ljudem', in ki je osnova izključevanja ('ni za take, kot smo mi') in vključevanja, ki jih izvajajo med lastnostmi, proizvedenih v skupnem klasifikacijskem sistemu« (Bourdieu, 1992: 478).

Podobe protestnih zborovanj proti 'plebiscitni' meji (fotografija 1S) in podobe jugoslovanskih/slovenskih vojakov (fotografija 2S) v plebiscitnem muzeju/ muzejski brošuri v Libeličah v Sloveniji.



Privilegiran pogled razstave v Velikovcu/Völkermarktu je 'avstrijski pogled', ki ga podpira avstrijski državotvorni diskurz, privilegiran pogled razstave v Libeličah pa je 'slovenski pogled', ki ga podpira slovenski državotvorni diskurz. Fotografije v avstrijskem plebiscitnem muzeju ustvarjajo atmosfero, kjer nemško avstrijstvo zavzema osrednji položaj in zavrača vse druge poglede, medtem ko fotografije v slovenskem plebiscitnem muzeju povečujejo slovenstvo kot edino normalno, pravo in legitimno orientacijo. Metode razstavljanja objektov, postavitev fotografij in notranje ureditve muzeja omogočajo obiskovalcem, da se identificirajo s svojo nacionalno skupnostjo in da vidijo nacionalne razlike. Avstrijska razstava ne prikaže bojev za Koroško med nemško Avstrijo in Jugoslavijo/Slovenijo kot vojno za Koroško, ampak kot obrambni boj Avstrije za ta teritorij pred napadom jugoslovanske/slovenske vojske. Fotografske podobe in celotna postavitev razstave proizvajajo pomene, da so Jugoslovani/Slovenci nasilno vdrl na Koroško, da bi si prilastili to zemljo in da so za sabo pustili grozotno opustošenje, medtem ko so Avstrijci poskušali le rešiti tamkajšnje ljudi in zemljo. Postavitev in ureditev notranjosti slovenskega muzeja pa, na drugi strani, promovira pomene, da so se jugoslovanski/slo-

venski vojaki zgolj branili pred nasilnimi Avstrijci, ko je bila Koroška nepravilno dodeljena Avstrijcem proti volji Slovencev in ponemčena, saj je Koroška predstavljena kot že od nekdaj slovenski teritorij.

Fotografije v muzeju funkcionirajo kot klasifikacijske sheme. Klasificirajo dogodke, objekte in ljudi ter celo motivirajo obiskovalce, da prepoznajo te razlike in da v njih verjamejo. Takšna postavitev fotografij v muzejsko okolje je motivirana reprezentacija preteklosti z namenom poučevati obiskovalce na točno določen način in interpretirati pretekle dogodke v skladu s trenutno veljavnimi diskurzi. V obeh muzejih namreč fotografije organizirajo realnost okrog diametralno nasprotnih polov, ko neprestano ločujejo med dobrim in slabim. Ponujajo specifičen družbeni red in specifičen režim resnice, ki organizira kolektivne skupine v obeh okolišjih, ali kot bi rekel Bourdieu: »Družbene delitve postanejo načela ločevanja, ki organizirajo podobo družbenega sveta« (1992: 470). Kolektivni spomin se oblikuje prek vizualno zgrajenih interpretativnih okvirov, ki opremijo ljudi s čutom za bivanje, ko jim narekujejo, kako naj razumevajo preteklost in sedanje realnost. Tudi kolektivni spomin tako postane ločevalna praksa in načelo ločevanja med dvema skupinama akterjev, saj si akterji v slovenski oziroma v avstrijski nacionalni formaciji delijo različna znanja oz. spomine o plebiscitnem dogajanju in posedujejo različni garnituri osnovnih shem zaznavanja. Fotografije v muzejih vizualizirajo nacionalne razlike in jih s tem tudi legitimirajo pred očmi obiskovalcev. Ko obiskovalci stopijo v stik s podobami, ko jih gledajo in vidijo, identificirajo lastnosti in prakse drugih, s tem pa tudi svoje lastne prakse in lastnosti. Obiskovalci so torej klasificirajoči subjekti, a hkrati so tudi »/.../ klasificirani objekti, saj klasificirajo sebe« (Bourdieu, 1992: 482).

Obiskovanje oziroma videnje muzejske razstave je specifična praksa, ki je kolektivna posest določene družbe, temelječa na skupnih razumevanjih. Čeprav je videnje obravnavano kot izključno individualno dejanje, pa je pravzaprav kolektivno dejanje, saj so mentalne strukture vtisnjene v vsak um (cf. Bourdieu, 1998b: 66). Tovrstne muzeje torej beremo/vidimo v skladu z 'nacionalnim' vidom, ki ga predpisuje določena družba. Ko se obiskovalci srečajo z določeno fotografijo v muzeju, jo preberejo skladno z nacionalnim znanjem, ki ga že posedujejo, sočasno pa postanejo tudi aktivni kreatorji nacionalnega znanja, saj so ti »/.../ akterji v svojih vsakdanjih praksah subjekti dejanj konstruiranja družbenega sveta« (Bourdieu, 1992: 467). Zatorej je družbeni kontekst nacionalnosti tisti, v katerem obiskovalci gledajo te muzejske fotografije in kateri nadene nacionalni značaj njihovim pogledom, da ti preberejo razstavo preteklih dogodkov v skladu s specifičnim nacionalnim režimom resnice.¹¹

Muzeja v Velikovcu/Völkermarktu in Libeličah sta simbolna prostora, ki posredujeta fotografske podobe in zgodbe v skladu z dominantnima državotvornima diskurzoma. Kot opozarja Bourdieu, ima država precejšen potencial ravno v sferi simbolne produkcije in je postala glavni akter v konstruiranju uradnih družbenih kategorij, prek katerih se strukturirajo individualni um in populacije (1998a: 3;

¹¹ Laura Mulvey in John Berger trdita podobno za branje fotografij v družbenem kontekstu patriarhata – pogled sam po sebi ni maskulinističen, tak postane šele v kontekstu patriarhata (v: Lutz in Collins, 1993: 189).

1998b: 71). Tudi Tagg zatrjuje, da fotografske podobe niso proizvedene z močjo fotoaparata, ampak z »/.../ močjo aparatov lokalne države, ki ga uporabijo in zajamčijo avtoriteto proizvedenih podob, da se te vzpostavijo kot dokaz ali register resnice« (1999: 246). V tem oziru slovenska in avstrijska država prek muzejskih vizualnih reprezentacij oblikujeta različne mentalne strukture in vsiljujeta različna okvira zaznavanja preteklosti ter na tak način prispevata h konstruiranju različnih kolektivnih spominov in nacionalnih identitet.

Razstava estetike, znanosti in ideologije

Omeniti je potrebno še nekaj značilnosti muzejskih razstav, ki odločilno zaznamujejo prakse branja fotografskih reprezentacij. Te prakse se odvijajo v prostoru muzeja, ki je estetsko obdelan prostor in je prepoznan kot sfera znanstvene vednosti in objektivne resnice o preteklosti.

Oba plebiscitna muzeja sta utemeljena na predpostavki, da posedujeta privilegiran dostop do plebiscitnih dogodkov in si tako lastita ekskluzivno pravico do interpretacije tega dela preteklosti. Vsak muzej na svoj način odkriva preteklost in jo predstavlja prek spektakla estetiziranih podob, ki lahko zapolnijo vrzeli, nastale s pomanjkljivo vsebino, in tako potrdijo podajanje popolne in objektivne predstavitve preteklosti. Estetika fotografije je v obeh muzejih predvsem stvar prilagoditve razstavljenih fotografij namenom muzejske razstave. V muzejih je mogoče zaslediti povečane fotografije ali povečane izseke iz fotografij, postavljene na izpostavljena mesta, fotografije v obliki plakatov ali celo v obliki stenskih tapet, kolaže različnih fotografij, njihovo posebno razporeditev v muzeju, lepo oblikovane steklene vitrine s fotografijami, posebna fotografska stojala, različne predmete, prevlečene s fotografijami oz. oblečene v njih itd. Estetizirane podobe herojskih zgodovinskih osebnosti v njihovi naravni velikosti ali povečane podobe velike množice ljudi na protestnih shodih dajejo obiskovalcu občutek, da je del tega dogajanja. Takšne fotografije pripovedujejo posebne zgodbe o preteklosti, saj vzbujajo številna ugodja, občutke ponosa, domačnosti in varnosti.

Estetizirana fotografska naracija obiskovalcem ponuja specifične spomine, ki poskrbijo za vezi med ljudmi določene zamišljene (nacionalne) skupnosti. Estetska oblika muzejev nadzoruje narativno strukturo, ko vzbuja ugodja in na ta način proizvaja določene ideološke učinke. V trenutku, ko obiskovalci prepoznajo svoj lasten odsev v estetiziranih vizualnih tekstih/ogledalih, se mobilizira specifična vednost o nacionalni preteklosti in to jih preobrazi v nacionalne subjekte. V tem oziru sta estetizirani tudi slovenska in avstrijska nacionalna dediščina. Estetika razstav funkcionira kot nacionalna estetika in na tak način podeljuje preferenčne pomen razstavljenim objektom. Na njihovi osnovi pa si obiskovalci zgradijo posebno znanje ne le o preteklosti, ampak tudi o neprehodnih nacionalnih razlikah. Estetika muzejev potemtakem razstavljenе objekte, ki reprezentirajo slovensko ali avstrijsko nacionalno zgodovino, transformira v objekte brezmejne lepote. Posledično pa se estetizira celotna nacionalna politika, ki jo predstavlja muzej – lepota muzeja jo preoblikuje tako, da izgleda kot normalna in naravna.

Obema plebiscitnima muzejema je podeljena tudi legitimnost, da sta zaupanja

vredna znanstvena prostora, saj sta pod posrednim nadzorstvom avtoritete nacionalnih znanstvenih zgodovinskih inštitutov. V modernih družbah je muzej tesno povezan z znanostjo in skrbel naj bi za javno izobraževanje, zato ogromno svoje energije vlaga v »/.../ načine razstavljanja znanosti, ki bi ugajali laičnim občinstvom« (Macdonald, 1998: 13). Takšno kulturno zaznavo muzeja pa dodatno okrepi še vloga fotografije v muzeju. Prav vid je bil namreč tesno povezan z nastankom humanističnih in družbenih znanosti, kot zatrjuje Foucault (1970: 71). Kot smo že poudarili, je vid v kulturno privzgojeni izkušnji modernih družb viden kot najnatanejši človeški čut in je tesno prepleten z idejami objektivnosti in nevtralnosti. Bourdieu ugotavlja, da je fotografija splošno sprejeta kot model verodostojnosti in objektivnosti (1990: 73-74). Družbene rabe fotografije pa so v muzejski razstavi omejene na fotografijo kot realistično in objektivno reprodukcijo realnosti. V zahodnih družbah je fotografiji in znanosti potemtakem skupno to, da naj bi bili obe nezmotljivi in objektivni. Na tesnem prepletu znanosti in vida temeljita tudi oba plebiscitna muzeja, ki na tak način zagotavljata avtentičnost predstavljenih artefaktov in predstavljene zgodovinske naracije. Mešanica fotografskih podob in znanstvenih tekstov je torej formula – ali raje mit o nezmotljivosti očesa, če parafraziramo Hardta (2003: 608) – na osnovi katere muzeja uspevata kot zanesljiva vira podajanja vednosti o preteklosti. V obeh muzejih je fotografija rabljena tudi na način, da potrjuje znanstvene izsledke, ki so po Cancliniju najmočnejša oblika legitimacije, ki jih lahko ponudi moderna kultura (1995: 122). Fotografije v muzejih tako nudijo dvojno legitimacijo, saj nastopajo kot priče preteklih dogodkov in kot znanstveni aparati.

Plebiscitna muzeja sta torej prostora, kjer je razstavljena znanost. Oba se opirata na znanost, da bi legitimirala specifično zgodovinsko naracijo, oziroma, rečeno z Bourdieujevimi besedami, opirata se predvsem na 'mainstreamovske' znanstvene programe, ki temeljijo na pozitivizmu in dozdevnem realizmu in so osnovani na treh vrhovnih načelih – objektivnosti, racionalnosti in resnici (2004: 55). Ta avra objektivnosti, racionalnosti in resničnosti znanstvenega diskurza se preslika tudi na muzejski diskurz. Muzeja funkcionirata identično kot tovrstni znanstveni programi: kot da je njuna naloga zgolj golo opisovanje, kot da zgolj popisujeta preteklost, kot da so njune reprezentacije objektivne in avtentične in kot da lahko to dokažemo z merljivim aparatom. Posledica tega je, da se muzejski diskurz skupaj z znanstvenim diskurzom vzpostavi kot dominanten diskurz in obvladuje vse ostale diskurze v slovenski in avstrijski družbi, ki predstavljajo preteklost.

Če sklenemo, plebiscitna muzeja združujeta dva modela reprezentacije, ki usmerjata obiskovalčevo videnje razstave oziroma njegovo vednost o preteklih dogodkih: avtoritativni model estetskega izraza, ki temelji na umetniško dodelanih reprezentacijah preteklosti, in avtoritativni model racionalnega znanja, ki temelji na znanstvenih reprezentacijah pretekle realnosti. Oba modela – znanstveno dokumentiranje in estetsko izražanje – pa sta odvisna od vida, od obiskovalčevega pogleda in se zatoorej v veliki meri naslanjata na vizualne podobe.¹² Vzajemno se vple-

¹² Muzeji so skozi zgodovino nastajali kot prostori estetskih podob in znanstvene vednosti: »Ko so zasebne zbirke postale javne, so postale razsvetljeni in avtonomni prostori umetnosti in znanosti« (Dos Santos, 2003: 182).

tata v muzejsko igro potrjevanja videnega, verjetega in spoznavnega. Muzejske vizualne reprezentacije so potemtakem oblike znanstvene zgodovinske vednosti in estetiziranega popisovanja preteklosti, a hkrati so tudi vir določenih ideologij, saj reproducirajo nacionalne mite in skladno s tem oblikujejo kolektivne spomine v obeh družbah. Ne smemo namreč pozabiti, da sta objektivnost muzejskih reprezentacij in znanstvena objektivnost zgolj lokalni družbeno-kulturni normi oz. konvenciji (cf. Bourdieu, 2004: 55).

Muzejska mreža moči: nacionalni habitus in kolektivni spomin

Muzejske fotografske naracije so oblike simbolne moči, ki se rutinsko in nevidno izvaja med povsem vsakdanjimi obiski in ogledovanjem teh razstav. Tej moči je v očeh obiskovalcev pripisana tudi določena stopnja legitimnosti, saj ne uspejo prepoznati, da so ji celo sami podvrženi in da jo tudi sami izvajajo (cf. Bourdieu, 1994: 164). Prav ta mehanizem moči pojasnjuje sposobnost vizualnih reprezentacij v obeh muzejih, da reproducirajo hierarhije med slovensko in avstrijsko nacionalno skupino. Ko fotografije nevidno izražajo odnose moči, se vpletejo v proizvodnjo javnega konsenza glede definicije preteklosti v Avstriji in Sloveniji in posledično tudi upravlja slovensko-avstrijske odnose.

Znanje in spomini, ki jih proizvajajo muzejske vizualne podobe plebiscita, so vedno proizvodi komunikacije med muzejem in obiskovalci, ki kot družbeni aktorji vstopijo v akt komuniciranja. Ta interakcija, ko obiskovalci berejo fotografije, pa že vsebuje neke znake specifične družbene strukture – avstrijske ali slovenske nacionalne realnosti – in jo hkrati tudi izraža in reproducira. To je možno predvsem zato, če parafraziramo Bourdieuja, ker določena avtoriteta, na primer državotvorni diskurz, vedno vstopi v muzejski vizualni jezik od zunaj; te fotografije niso že same po sebi 'slovenske' ali 'avstrijske' (cf. 1994: 109). Muzej pravzaprav predstavlja spominsko skladišče specifične nacionalne vednosti. Govori v imenu teh državotvornih diskurzov, jih predstavlja, uteleša, manifestira in simbolizira. Tudi obiskovalci že ob vstopu v muzej posedujejo specifičen nacionalni habitus, specifične relativno trajne dispozicije, nacionalne kompetence in strukture, ki so si jih pridobili v socializacijskem procesu v določeni nacionalni družbi, v neke vrste nacionalnem treningu (cf. Bourdieu, 2002: 90-91). Nacionalni habitus opremi obiskovalce s specifičnimi mentalnimi strukturami, s pomočjo katerih dojemajo svet, se spominjajo preteklosti, mislijo in se vedejo na točno določen način. Natanko zato, ker so specifične nacionalne dispozicije že vpisane v misli obiskovalcev muzejev, ti lahko dojamajo in preberejo vizualno predstavljene pretekle svetove in nacionalne odnose na način, kot ga predpisuje tudi muzej. To jim omogoča, da te vizualne podobe oziroma interpretacije preteklosti vidijo kot samoumevne. Na ta način pa tudi izbrane fotografije v muzejih, ki predstavljajo specifičen način mišljenja, spominjanja in dojemanja preteklosti, reproducirajo nacionalne razlike in jih obiskovalcem kažejo kot popolnoma naravne.

Družbeno-zgodovinsko določen nacionalni habitus obiskovalce popelje v specifično igro, ko vstopijo v muzej. Obiskovalci se ne odzivajo na načine, kot da so popolnoma podvrženi muzejskim tekstom, podobam in pravilom, ampak sprej-

mejo ta pravila, imajo določen čut za igro, praktični čut, kako naj reagirajo in delujejo, ko se soočijo s takšnimi fotografskimi podobami preteklosti. Obiskovalci so aktivno vpleteni v konstrukcijo preteklosti in sedanjih družbenih odnosov, saj jim to omogoča njihov habitus. Z Bourdieujevimi besedami to pomeni, da moramo upoštevati »/.../ dvostranski odnos med objektivnimi strukturami (družbenega polja) in inkorporiranimi strukturami (habitus)« (1998b: vii).¹³ Muzejske vizualne reprezentacije in prakse obiskovalcev potemtakem skupaj ustvarjajo specifične podobne preteklosti in reproducirajo nacionalne klasifikacije ter različne kolektivne spomine. V tem oziru ni zgolj muzejska razstava tista, ki klasificira nacionalne subjekte prek oblikovanja različnih vednosti o nacionalni preteklosti, ampak se tudi subjekti klasificirajo sami, ko se prek branja fotografij ponujajo v klasifikacijo, saj si pripisujejo določene atribute v skladu z nacionalnim habitusom. »Zato človeka nič ne klasificira bolj kakor njegove lastne klasifikacije« (Bourdieu, 2003: 87). Ko obiskovalci vstopijo v avstrijski ali slovenski plebiscitni muzej preberejo razstavo v skladu z lastnim nacionalnim habitusom in v tem trenutku izberejo določen režim resnice, ki tako njim kot tudi predstavljenim preteklim dogodkom in ljudem na teh fotografijah podeli določene lastnosti.

Fotografije so v obeh plebiscitnih muzejih prek tihih in nevidnih metod poučevanja o preteklosti vpletene v bitko za družbeno (re)produkcijo in vzdrževanje specifičnih kolektivnih spominov, kar pomeni tudi v vzdrževanje specifičnega nacionalnega habitusa. Oba muzejska diskurza sta tesno povezana z drugimi diskurzi, ki krožijo v avstrijski oziroma v slovenski družbi. Še posebej v povezavi z izobraževalnim in znanstvenim diskurzom, te muzejske reprezentacije proizvajajo dobro streniran nacionalni habitus in so tudi v popolni harmoniji z avstrijskim oziroma slovenskim državotvornim diskurzom. Država »/.../ na ta način ustvarja pogoje za nekakšno neposredno upravljanje habitusa, ki je sam temelj konsenza o nizu skupnih dokazov, ki predstavljajo bistvo (nacionalnega) zdravega razuma« (Bourdieu, 1998b: 54). Razlika med dvema kolektivnima spominoma – videnjema preteklosti – in med dvema kolektivnima skupinama pa lahko postane vidna in zaznavna šele, ko so družbeni akterji sposobni ugledati te razlike. Kolektivni spomini in nacionalne identitete ne obstajajo kot nekaj, kar bi muzejske vizualne reprezentacije vsebovale že vnaprej, ne obstajajo »/.../ kot nekaj danega, ampak kot nekaj, kar je potrebno narediti« (Bourdieu, 1998b: 12). Obiskovalci muzejev jih morajo šele individualno ali kolektivno zgraditi.

Zaključek: vizualna konstrukcija kolektivnih družbenih struktur

Avstrijski in slovenski plebiscitni muzej nastopata kot razsodnika pomenov o preteklem plebiscitnem dogajanju v svojih nacionalnih okoljih. Plebiscit kot skoraj sto let star dogodek je še vedno pomemben kraj spomina in predstavlja jedro identitete ljudi na Koroškem in tudi širom po Avstriji in Sloveniji. Spomini, ki so prek muzejskih reprezentacij kolektivno strukturirani, priskrbijo ljudem občutek varnosti in jih usidrajo na določeno mesto v širšem družbenem okolju. Fotografije

¹³ Po Bourdieuju akterji niso zgolj subjekti, popolnoma podvrženi objektivnim strukturiranim totalitetam, kot predlaga npr. Althusser, saj jim natanko njihov habitus omogoča aktivno prisotnost na svetu.

v obeh muzejih tako reproducirajo specifičen, ozek in determinirajoč pogled na preteklost, ki sovпада z nacionalnima okoljema, katerih del so. Te podobe imajo sposobnost tako oblikovanja diskurzov v družbi kot tudi umov posameznikov (cf. Hardt, 2004: 133). Plebiscitna muzeja ponujata različna, celo nasprotujoča si pogleda na te pretekle dogodke. Preteklost je tako politizirana prek muzejskih vizualnih reprezentacij, saj je zgodovina uporabljena tudi v namene legitimiranja državo-tvornih diskurzov. Prek muzejskih fotografij država ponudi državljanom in tudi tujcem »/.../ spektakel svoje lastne zgodovine kot temelj za svojo enotnost in politično zavednost« (Canclini, 1995: 132). Prav zato je potrebno, kot svari Bourdieu, državo in njene reprezentacije podvreči hiperboličnemu dvomu: »Kajti, ko pridemo do države, nikoli ne dvomimo zadosti« (1998b: 36). V tem oziru tudi muzejski razstavi konstituirata par različnih in nasprotujočih si kolektivnih spominov ter (re)producirata dva nasprotujoča si nacionalna habitusa. Avstrijski državljani, ki obišejo plebiscitni muzej v Velikovcu/Völkermarktu, ali slovenski državljani, ki obišejo plebiscitni muzej v Libeličah, so socializirani v dveh različnih nacionalnih okoljih in tako se razlika v njihovih nacionalnih habitusih – kot ponotranjenje bodisi avstrijskih bodisi slovenskih kolektivnih preteklih izkušenj in družbenih struktur – zrcali v njihovih branjih teh fotografskih podob.

Pomembna razlika, ki ločuje oba nacionalna habitusa, potemtakem ne leži v nekih posebnostih določenega nacionalnega značaja, ampak v svojskosti različnih kolektivnih zgodovin (cf. Bourdieu, 1998: 3). Tudi kolektivni spomin je tako proizvod razlik, nekih različnih, a koeksistirajočih položajev (slovenstvo vs. avstrijstvo), ki jih obiskovalciasedejo v muzeju. Kolektivni spomin nastaja, ko obiskovalec muzeja – ki s sabo prinaša prtljago nacionalnih dispozicij, nabranih v socializacijskih procesih – prebere vizualno podobo preteklosti v specifičnem nacionalnem okolju. Kolektivni spomin je namreč v tesni zvezi z nacionalnim habitusom. Če si sposodimo Bourdieuev teoretski aparat, lahko kolektivni spomin definiramo kot proizvod srečanja specifičnega habitusa in specifičnega polja kot relativno avtonomnega družbenozgodovinskega prostora znotraj širše družbe. O tesnem odnosu med kolektivnim spominom, posameznikom in družbenimi strukturami je podobno trdil že Halbwachs, ko je dejal, da kolektivni spomin ni nek mistični skupinski um, saj so v zadnji instanci vedno posamezniki tisti, ki se spominjajo, ki so postavljeni v specifični kontekst in se nanašajo na ta kontekst, da bi si v spomin priklicali pretekle dogodke (1998: 38). Prav prek takšnega naziranja kolektivnega spomina kot neke vrste kolektivne družbene sheme lahko vstopimo v razkrivanje tistih družbeno ustanovljenih in predpisanih mej spominjanja, dojemanja sveta, mišljenja in delovanja, ki se reproducirajo tudi v muzejskih fotografskih reprezentacijah in ki so tako vseprisotne, da jih več ne opazimo, a močno določajo razlike in meje v sodobnem svetu.

LITERATURA

- Anderson, Benedict (1998/1983): *Zamišljene skupnosti: o izvoru in širjenju nacionalizma*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Barry, Andrew (1998): *On Interactivity: Consumers, Citizens and Culture*. V Sharon Macdonald (ur.), *The Politics of Display: Museums, Science, Culture*, 98-117. London: Routledge.
- Bennett, Tony (1995): *The Birth of the Museum: History, Theory, Politics*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1990/1965): *Photography: A Middle-brow Art*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (1992/1979): *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1994/1991): *Language & Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (1998a): *Acts of Resistance: Against the Tyranny of the Market*. New York: The New Press.
- Bourdieu, Pierre (1998b/1994): *Practical Reason*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, Pierre (2001/1996): *Na televiziji*. Ljubljana: Krtina.
- Bourdieu, Pierre (2002/1980): *Praktični čut I*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Bourdieu, Pierre (2003): *Sociologija kot politika*. Ljubljana: Založba/*cf.
- Bourdieu, Pierre (2004/2001): *Znanost o znanosti in refleksivnost*. Ljubljana: Liberalna akademija.
- Bourdieu, Pierre, Alain Darbel in Dominique Schnapper (1990/1969): *The Love of Art: European Art Museums and their Public*. Stanford: Stanford University Press.
- Canclini, Nestor Garcia (1995): *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Dos Santos, Myriam Sepulveda (2003): *Museums Without a Past: The Brazilian Case*. *International Journal of Cultural Studies* 6 (2): 180-201.
- Foucault, Michel (1970): *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences*. London: Tavistock.
- Halbwachs, Maurice (1998/1941): *On Collective Memory*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Halbwachs, Maurice (2001/1968): *Kolektivni spomin*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Hardt, Hanno (2002): *Vizualna kultura v kulturnih študijah*. V Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja (ur.), *Cooltura: uvod v kulturne študije*, 315-327. Ljubljana: Študentska založba.
- Hardt, Hanno (2003): *Predstavljanje osamosvojitve: podoba/tekst slovenskega fotožurnalizma*. *Teorija in praksa* 40 (4): 605-626.
- Hardt, Hanno (2004): *Myths for the Masses: An Essay on Mass Communication*. Malden: Blackwell Publishing.
- Jenks, Chris (1995): *The Centrality of the Eye in Western Culture: An Introduction*. V Chris Jenks (ur.), *Visual Culture*, 1-25. London: Routledge.
- Kos, Marjan (1997): *Koroški plebiscit: ob 75. letnici priključitve Libelič k Sloveniji*. Slovenj Gradec: Koroški pokrajinski muzej in občina Dravograd.
- Leitner, Friedrich Wilhelm (1984): *Kärntner Abwehrkampf 1918/1919, Volksabstimmung 1920*. Klagenfurt: Geschichtsverein für Kärnten.
- Lidchi, Henrietta (1997): *The Poetics and the Politics of Exhibiting Other Cultures*. V Stuart Hall (ur.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, 151-222. London: Sage & The Open University.
- Lutz, Catherine A. in Jane Collins (1993): *Reading National Geographic*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Macdonald, Sharon (1998): Exhibitions of Power and Powers of Exhibition: An Introduction to the Politics of Display. V Sharon Macdonald (ur.), *The Politics of Display: Museums, Science, Culture*, 1-24. London: Routledge.
- Nora, Pierre (1997): *Realms of Memory*. New York: Columbia University Press.
- Slater, Don (1995): Photography and Modern Vision: The Spectacle of 'Natural Magic'. V Chris Jenks (ur.), *Visual Culture*, 218-237. London: Routledge.
- Smith, Anthony D. (1999): *Myths and Memories of the Nation*. Oxford: Oxford University Press.
- Tagg, John (1999): Evidence, Truth and Order: A Means of Surveillance. V Jessica Evans in Stuart Hall (ur.), *Visual Culture: The Reader*, 244-273. London: Sage.

REKRUTACIJSKI PLAKATI PRVE SVETOVNE
VOJNE IN MIGRACIJA PODOBE UPERJENEGA PRSTA

Povzetek: Članek skuša konceptualno interpretirati vizualno vlogo političnega plakata kot pomembnega sredstva rekrutacije na začetku prve svetovne vojne. Skozi različne primere pokaže, kako je podoba strmečega pogleda in iztegnjenega prsta migrirala v različne propagandne namene. V času druge svetovne vojne postane omenjena podoba pod imenom Uncle Sam najprepoznavnejši rekrutacijski plakat v ZDA in za tem ena najuspešnejših komercialnih podob s statusom popikone. To je trenutek, ko se prvotna vloga navora s strani oblasti preko iste vizualne podobe prestavi na nasprotno stran, v civilno družbo, ki jo začne uporabljati za kritiko vladajoče politike in njenih odločitev.

Ključne besede: politična propaganda, plakat, vojna, vizualni diskurz.

Vizualna podoba propagandno-rekrutivnega diskurza

Čeprav uradni plakati za komuniciranje z državljani v času pred prvo svetovno vojno niso bili nekaj novega, se je v trenutku, ko je država za neposredni politični nagovor državljanov začela uporabljati vizualni diskurz komercialnih plakatov, začelo novo obdobje tega takrat najpomembnejšega javnega medija. Vladajoča ideologija¹, kot jo pojmuje tudi Therborn (1987), se konstituira v obliki kompleksnega sistema ideoloških aparatov države in plakat ji lahko uspešno služi pri doseganju njenih ciljev.² Therborn (1987) ideologije ne istoveti z napačno zavestjo, kot jo opredeljuje Althusser (1980), ampak jo obravnava z vidika njenega delovanja na oblikovanje in preoblikovanje človeške subjektivnosti, zato tudi obravnavo propagandnih materialov države, v mojem primeru analizo plakatov rekrutiranja in njihovih izpeljank, razumem znotraj omenjenega konteksta. Pričujoči članek je konstrukcija prikaza fenomena notranje evolucije vizualnega projekta, ki nekatere stvari nujno odrine, druge poudari in ustvari povezave.

Pri analizi vojnih propagandnih plakatov in njihovi estetiki se ustavljam pri 'tipični' podobi propagandno-rekrutivnega diskurza. Pojem 'tipičnega' je sicer ključ-

* Ksenija Berk je absolventka magistrskega študija Zgodovinske antropologije likovnih praks na Fakulteti za podiplomski humanistični študij – ISH v Ljubljani.

¹ »V človeškem življenju delovanje ideologije v osnovi implicira konstitucijo in (modelno) oblikovanje načina, po katerem človeška bitja živijo svoje življenje kot zavestni, reflektirajoči pobudniki dejanj v strukturiranem, pomena polnem svetu. Ideologija deluje kot diskurz, ki naslavlja ali, kakor je to opredelil Althusser (1980), interpelira človeška bitja kot subjekte« (Therborn, 1987: 29).

² »Vse politične ideologije, ko preidejo v prakso, vsebujejo določeno obliko političnega vedenja... Družbeno-zgodovinski sistem, ustvarjen v imenu ideologije, bo zmeraj predstavljal travestijo idealne družbe za razliko od tistih, ki so ji predani v njenem utopičnem, revolucionarnem aspektu« (Griffin, 1993: 17).

ni pojem Groysovega (1999) socrealističnega diskurza, ki propagira državno ideologijo, vendar menim, da ustrezno pojasnjuje vlogo ustvarjalca za propagandne namene države, ne glede kateri politični opciji pripada. Tako Groys, sicer v luči interpretiranja umetnosti v času Stalina, navaja časopisno poročilo Georgija Malenkova³ na 19. partijskem kongresu, ki naj bi nakazalo smer prihodnjega delovanja sovjetske umetnosti in namigovalo na politično angažiranost umetnika: *»V umetnosti, ki v ospredje postavlja tipično v družbenem življenju, se s tem kaže umetnikov politični odnos do resničnosti, do družbenega življenja in do zgodovine«* (Groys, 1999: 64).

Konstituiranje plakata in moderne javnosti

V letih 1898 do 1915 je bilo kljub prikritemu nasilju veliko napredka in razvoja. Centri navdušenja so bila mesta⁴, kjer je bil prostor za konfrontacije, kjer so se tiskali glavni časopisi in knjige. Moderne tiskarske tehnike, predvsem rotacijski tisk je omogočal produkcijo velikih, cenovno ugodnih izdaj (Gallo, 1989). Čeprav je na nekaterih področjih še vedno prevladoval ročni tisk, so časopise in periodiko tiskali z novimi stroji. Ne smemo pozabiti, da plakat predpostavlja obstoj modernega koncepta javnosti⁵ ter nacionalne države. Če parafraziram Sontagovo (2000), potem plakati ne nagovarjajo človeka kot posameznika, ampak kot neidentificirane člana političnega telesa. Razliko med javnim obvestilom, ki informira in ukaže in plakatom vidi Sontagova v tem, da plakat predvideva koncept moderne javnosti, v katerem so člani družbe primarno definirani kot opazovalci spektakla in potrošniki (Sontag, 2000: 196).

Grafično oblikovanje je mlada disciplina in je kot samostojno polje povezano z vzponom moderne množične kulture. Boekraad (1997: 55) vidi razvoj grafičnega oblikovanja kot stranski produkt razvoja množičnih komunikacij, kot avtonomno profesionalno funkcijo med kreacijo teksta/podobe ter tiskom in distribucijo. Kot neodvisna disciplina je grafično oblikovanje povezano z buržuazno domeno javnosti (Habermas, 1989). Kljub navodilom in zahtevam naročnika je oblikovalec

³ *»Naši likovni umetniki, pisatelji in artisti se morajo pri svojem delu, ustvarjanju umetniških podob, vedno zavedati tega, da tipično nikakor ni tisto, kar je najbolj razširjeno, marveč tisto, kar najprepričljiveje izraža bistvo neke družbene sile. S stališča marksizma-leninizma tipično nikakor ni tisto povprečno ... Tipično je očišče in stožer, ob katerem se prikaže partijnost realistične umetnosti. Problem tipičnega je vedno politični problem«* (Groys, 1999: 64).

⁴ Francoski marksistični filozof Henri Lefebvre razlaga, da je prostor eden temeljnih aspektov mesta. Prostora ne vidi kot entitete, dane od boga ali narave, ampak kot historični in socialni produkt. Lefebvрово mesto je zgrajeno iz prostorskih praks (zgradb in akcij), reprezentacij prostora (zavestnih teorij in podob) in reprezentativnih prostorov (imaginacij, izkustev). Lefebvrovova interpretacija mesta je intelektualna, metateoretična shema, ki razlaga vse vrste prostorskih produkcij v vseh mestih in časovnih obdobjih (Lefebvre v: Miles, Hall, Borden, 2000: 198).

⁵ Habermas (1989) v svoji razpravi o strukturnih spremembah javnosti govori o konstituiranju javne sfere in sodobne javnosti v času francoske revolucije, ki je omogočila nastanek klubskih strank, političnega dnevnega tiska. Javnost po Habermasu ni neodvisna od oblasti, ampak je oblast od nje odtujena. Praktična posledica takšnega enostranskega odnosa je, da je buržuazna javnost omejena na mejo dostopnosti. Javnost je zgrajena na odnosu do oblasti izključno v sferi komunikacije, izven procesa političnega odločanja in izven produkcije.

svoboden pri izbiri forme sporočila, ki jo lahko določi ali priredi v skladu s svojimi estetskimi preferencami in sodbami. Naročeno sporočilo mora vkodirati v jezik, ki ga občinstvo, kateremu je namenjeno, prepozna in razume. To naj bi bila točka, v kateri Hollis (2002) vidi bistveno razliko med grafičnim oblikovanjem in umetnostjo, čeprav je veliko pionirjev grafičnega oblikovanja izšlo prav iz umetniških vrst. V nasprotju z umetnikom oblikovalec vedno načrtuje svoje delo za mehansko množično produkcijo.

Ustvarjanje plakatov najpogosteje označujemo kot 'uporabno umetnost', če predpostavljamo, da plakat nakazuje na vrednost izdelka ali na določeno idejo – v nasprotju s sliko ali skulpturo, katere cilj je svobodna ekspresija umetnikove individualnosti. Sontagova (2000) zagovarja stilistično parazitski trend v zgodovini plakata, ki po njenem dodatno potrjuje njegovo umetniško formo. Plakata namreč ne moremo obravnavati le kot instrument za komuniciranje nečesa, česar normativna forma je 'informacija'. Na tej točki se po njenem prepričanju pokaže glavna razlika med plakatom in javnim obvestilom ter posledično njegov vstop v polje teorije: *»Plakati so uporabna umetnost, ker tipično uporabljajo tisto, kar je že bilo ustvarjeno v drugih umetnostih. Estetsko je bil plakat vedno parazitski do spoštovanih slikarskih umetnosti, kiparstva, celo arhitekture«* (Sontag, 2000: 199).

V nasprotju z obskurnim simbolizmom in formalno kompleksnostjo Art Nouveau, je komercialni plakat nastal pod prsti takrat neznanih oblikovalskih imen, med katerimi so izstopali Victor Cycles, Gallen-Kallela, Hohlwein in Bernhard, pa tudi Jules Cheret, Henri de Toulouse-Lautrec in Alphonse Mucha, ki so ustvarjali v Parizu. *»Njihova dela so postavila umetniške standarde za žanr v času, ko je bil komercialni plakat na svojem vrhuncu«* (Wrede, 1988: 20). Do sredine dvajsetih let prejšnjega stoletja je bil litografski poster najmočnejše orodje komercialnega oglaševanja. V tem obdobju še ni bilo radia ali televizije, časopisi pa so bili večinoma tiskani v črno-beli tehniki. Zato ni presenetljivo, da je plakat postal eno glavnih in najbolj učinkovitih orodij vlad za politično propagando. Z začetkom prve svetovne vojne in posledičnih političnih nemirov, je propagandni plakat začel nastopati kot samostojen množični medij in postal del ulične scene. Eksplozivna zmes ekonomskih imperativov, družbenih nasprotij in novih ideologij se je razširila po Evropi. Ko so leta 1914 padli prvi streli, so plakate, ki so oglaševali zadnjo modo, zamenjali novi (Gallo, 1989: 128), ki so pozivali k žrtvovanju, krvi in herojstvu. Štiri leta je bila glavna tema plakatov vojna.

Plakat rekrutira in se pripravlja na vojno

Z začetkom prve svetovne vojne postanejo politične teme pogost motiv na plakatih. Leta 1914 je nova vojaška vlada Evrope prepoznala učinkovitost medija komercialnega oglaševanja za politične namene. Vodilna tema plakatnega diskurza je postal patriotizem. Javnost je zahtevala javna kaznovanja, saj je bila še vedno pod vplivom minulega stoletja, v katerem je oblast fizično nasilje uporabljala kot zgled in svarilo (Griffin, 1993). V nekaterih državah so plakat uporabljali za potrebe rekrutiranja. Zanimivo je, da na začetku prve svetovne vojne Velika Britanija v nasprotju z nekaterimi drugimi državami ni izvedla rekrutacije. Do leta 1916 je vlada

preko plakatov in druge propagande skušala privabiti Britance, da bi kot vojaki aktivno sodelovali v vojni predvsem z apeliranjem na njihov ponos ter čut za odgovornost. Tako kot do rekrutacije tudi do uporabe plakata ni prišlo povsod istočasno niti ga niso vse vpletene strani uporabljale na enak način. Pojavljali so se številni pomisleki, če se na plakatu sploh lahko oglašuje⁶ nekaj tako pomembnega, kot je služenje domovini v času vojne. Zato je bila v številnih državah (Velika Britanija, Avstralija, ZDA, Rusija) glavna naloga plakatov motiviranje tistih, ki so ostali doma, saj je bilo treba voditi tovarne, ustvarjati zaloge in, kar je bilo najpomembnejše, treba je bilo ohranjati moralo (Gallo, 1989: 134-135).

Kakovost reprodukcij plakatov v času na začetku prve svetovne vojne je bila dokaj slaba. Osnovni motiv politične propagande, ki je zasnovala svoje cilje na dominantni očetovski figuri in neizbežnem uperjenem prstu, je bil zelo popularen po vsej Evropi. Toda čeprav je bila podoba z žugajočim kazalcem v prvi vrsti namenjena potrebam rekrutacije, le-ta nikoli ni zadela vseh. Nekateri industrijalci, posredniki in trgovci so se izognili odhodu v vojno zaradi svojih posebnih pozicij, ki so jih imeli v družbi, saj so koristili industriji ter vojnim dobičkarjem. V tem vidi Gallo (1989: 135) tudi enega od razlogov, zakaj so plakati po določenem času izgubili svojo učinkovitost.

Vizualni elementi nagovora

Politična propaganda je svojo moč krepila skozi govore in plakate. Ko moč podobe ni bila zadostna, so ji dodali tekst, ki je neposredno apeliral na spoštovanje zakonov in potencialnim kršiteljem grozil z vojaškim sodiščem. Besede so skorajda izginile s plakatov in se v obdobju prve svetovne vojne umaknile grozečim podobam. Kot prepričevalni način nagovora in način prenosa sporočila so raje uporabljali takojšen vizualni učinek podobe.

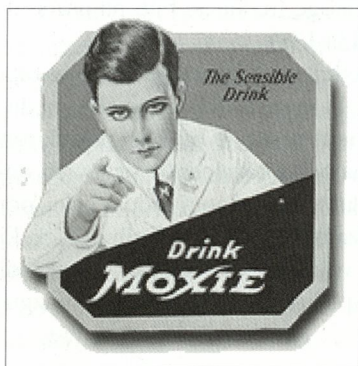
Številne upodobitve škornjev in rokavic, katerih uporaba je bila najprej omejena na oglaševanje trgovskih izdelkov in prikazovanje modnih smernic, so dobile povsem nov pomen, saj so začele predstavljati bojno opremo, grožnje, zatiranje in teror. Wrede (1988) na prvih plakatih, ki so nastali po začetku prve svetovne vojne opaza, da so se začeli pojavljati posamezni deli človeškega telesa kot semantični elementi plakata. Najprej so se na plakatih pojavile dlani, nato cele roke, noge, kasneje pa tudi usta in ustnice, kar spominja na likovne metode dade in surrealizma ali kasnejšega poparta. Druga tehnika, ki se je uporabljala pri izdelavi političnih plakatov, je bil način nagovora, ki je dajal vtis, da apelira prav na vsakega posameznika in mu s tem vzbujal občutek krivde, če ni storil tistega, kar je od njega zahteval plakat. Zanimivo je, da se je podoba neposrednega pogleda ter uperjenega prsta pojavljala skoraj v vseh državah, ki so bile vpletene v vojno.

Meggs (1992: 251) opozarja na zanimivo razliko med plakati centralnih sil (pod poveljstvom Nemčije, Avstrije in Madžarske) ter zaveznikov (pod vodstvom Francije, Velike Britanije, ki se jim kasneje pridružita tudi ZDA in Sovjetska zveza). Plakati

⁶ Rickards je v svojem raziskovanju opazil, da so bili do oglaševalskih tehnik za potrebe vojne nezaupljivi celo Nemci. Tako navaja tudi nekega takratnega kritika, ki se je spraševal: »Je državljane treba pozivati v vojsko na enak način, kot se jih poziva, da kupujejo marmelado?« (Rickards, 1971: 17)

prvih so nadaljevali tradicijo dunajske secesije in preprostost berlinskega Plakatstila, katerega pionir je bil Lucian Bernhard. Integrirane podobe in besede, enostavni, močni vzorci, simboli, belo ozadje, tri barve. Pristop zaveznikov je bil bolj ilustrativen, njihova ikonografija pa manj simbolna. Britanski plakat je pozival k varovanju tradicionalnih vrednot, doma, družine.

Slika 1: Moxie Drink, neznan avtor, okrog 1876, ZDA



(vir: <http://www.bdragon.com/moxie/moxie.shtml>, marec 2005).

Slika 2: Britanski rekrutacijski plakat, Alfred Letee, 1915



(vir: <http://poster.genstab.ru/eng/>, marec 2005).

Čeprav likovni in oblikovalski pregledi kot prvega navajajo plakat Alfreda Leteeja iz leta 1915, je sama podoba z žugajočim prstom starejša. Starejši ohranjeni zapisi se pojavljajo kot komercialna podoba Moxie Man⁷ za pijačo Moxie, ki so jo naredili v tovarni dr. Augustina Thompsona *Moxie Nerve Food Company*. Okrog leta 1876 so jo kot zdravilni tonik prodajali le v lekarnah. Leta 1884 so jo kot gazirano pijačo začeli prodajati tudi v trgovinah, kar je trajalo vse do leta 1960, ko so jo zaradi sumljivih sestavin umaknili iz redne prodaje.

Prvi 'vojni' plakat s takšno podobo, z uperjenim prstom, sega v leto 1915, ko je Alfred Letee napravil rekrutacijski poster. Na njem je upodobljen lord Horatio Kitchener, takratni britanski obrambni minister, ki z iztegnjenim kazalcem desne roke neposredno kaže na opazovalca in vanj fiksira tudi pogled ter s podkrepljenimi slogani apelira na mimoidoče.

Povsem enaka podoba se je po navedbah nekaterih virov pojavila že 5. 9. 1914 na naslovnici časopisa *London Opinion* s sloganom 'Tvoja država te potrebuje!'. Parlamentarna komisija za rekrutiranje je namreč dobila dovoljenje časopisa, da lahko podobo z njihove naslovnice uporabi na plakatu. Na sliki 2 je ožji izrez plakata, na originalu je zgoraj napis Britanci, pod sliko pa 'Pridruži se državni vojski. Bog reši kralja'. Dodatek, ki dokazuje, da je podoba res vzeta z naslovnice, je v stavku na dnu: *Reprinted by permission of London Opinion*. Podoba uperjenega prsta je brezsrčno strmela tudi s plakatov v Italiji, Rusiji in Avstro-Ogrski.

Naslednji plakat po časovnem sosledju, če

⁷ Moxie je bila prva nacionalna množično distribuirana gazirana pijača. Za njeno slavo je zaslužna oglaševalska kampanja Franka M. Archerja. Archer je začel delo v podjetju kot uradnik in napredoval do položaja, ko je vodil in uspešno načrtoval izjemno uspešno marketinško akcijo, zaradi katere je bil Moxie Drink v času do leta 1920 bolj popularen kot Coca-Cola. Lik na oglasu naj bi bil podoben Archerju (glej <http://www.bdragon.com/moxie/moxie.shtml>).

navajam Hellerja in Ilića (2001), je naveden kot slika 3. Gallo (1989) sicer omenjeni plakat uvršča med rekrutivne plakate prve svetovne vojne z neznanim avtorjem, njegov nastanek pa postavlja med leti 1915 in 1916. Heller & Ilić (2001) isti plakat pripisujeta nemškemu slikarju Juliusu Ussyju Engelhardu leta 1919, medtem ko ga ruski virtualni muzej plakatov uvršča v čas Weimarske republike. Tekst na plakatu sicer jasno nagovarja posameznika, naj se prijavi v Reichswer, armado Weimarske republike. Tudi glede na barvne kontraste, predvsem zelenih tonov, ki se z uniforme prenese tudi na roko in obraz, tako da lik deluje kot mrlič, ter obliko čelade spominja na ikonografijo v času vzpona nemškega nacizma, ki zbujata strah in grozo.

V leto 1917 segata tudi plakat Achilla Luciana (slika 4) ter kanadski plakat neznanega avtorja (slika 5), ki pa v nasprotju od prejšnjih ne pozivata v boj, ampak nagovarjata civiliste, naj prispevajo k vojnim posojilom. Opazimo lahko zelo očitno podobnost med italijanskima plakatom in kanadskim in ob tem se strinjam z Rickardsovimi (1971) ugotovitvami, da je šlo v nekaterih primerih pravzaprav za identični plakat, morda celo za plagiat. Plakata se razlikujeta le po uniformi, čeladi in jeziku nagovora, skratka skorajda identični plakat je istočasno opravljal nalogo za različni vojni strani.

Slika 4: Achile Luciano Mauzan, 1917,
Museo Civico Luigi Bailo Treviso



(vir: <http://poster.genstab.ru/eng/>,
marec 2005).

Slika 3: Neznani avtor.,
Mestna galerija, Stuttgart



(vir: <http://poster.genstab.ru/eng/>,
marec 2005).

Slika 5: Neznani avtor, okrog 1918,
The Public Archives of Canada



(vir: <http://poster.genstab.ru/eng/>,
marec 2005).

Plakat, ki je gotovo požel največ uspeha, saj je bil prav tak uporabljen tudi za rekrutacijo v drugi svetovni vojni, je leta 1917 narejeni plakat Jamesa Montgomerya Flagga, ki se ga je prijelo ime 'Uncle Sam'. Na ameriškem plakatu je bil v spodnjem delu prazen prostor, kamor so vpisali naslov najbližje rekrutne postaje. Uncle Sam

Slika 6: James Montgomery Flagg, 1917, New York Museum of Modern Art



(vir: <http://poster.genstab.ru/eng/>, marec 2005).

Slika 7: Dmitri Moor, 1920



(vir: <http://poster.genstab.ru/eng/>, marec 2005).

je Američanom simboliziral nove odnose: če je v Evropi podoba uperjenega prsta pretila, je v Ameriki vzbujala patriotsko domovinska čustva (Gallo, 1989: 137). Flaggov plakat je postal najuspešnejši družbeni plakat na svetu.⁸

Tudi ta podoba je bila, tako kot njena britanska predhodnica, najprej objavljena na naslovnici revije, in sicer Leslie's Weekly, 6. julija 1916, z naslovom: 'Kako skrbiš za pripravljenost?' Zaradi neizmerne popularnosti plakata so isto podobo uporabili tudi v času druge svetovne vojne, zadnjič se je v nespremenjeni obliki pojavil konec šestdesetih let kot pop plakat (Rickards, 1971). Ko je Flagg ob vnovični adaptaciji plakata za drugo svetovno vojno osebno izročil kopijo predsedniku Franklinu Delanu Rooseveltu, je pripomnil, da si je sam poziral za plakat, da bi prihranil denar, ki bi ga drugače moral plačati manekenu. Roosevelt naj bi navdušen odgovoril: *Čestitam za učinkovito varčevanje sredstev. Vaša metoda potrjuje, da so vaši predniki Jenkiji.*⁹

Uncle Sam je ena najbolj popularnih personifikacij v ZDA, čeprav ima ime nekoliko obskuren izvor. Nekateri zgodovinski viri navajajo, da si je Flagg ime osebe izposodil pri mesarju, ki je med vojno leta 1812 dobavljal meso za vojsko: Samuel (Uncle Sam) Wilson (1766-1854). Ker je bil zelo pošten, zanesljiv in časten mož, ki je svoje življenje posvetil domovini, so njegove lastnosti začeli povezovati s Flaggovim Uncle Samom. Leta 1961 je ameriški kongres javno oznanil, da je Uncle Sam postal nacionalni simbol.¹⁰

Najmlajša podoba uperjenega prsta v časovnem intervalu pred prvo svetovno vojno je plakat Dmitrija Moora iz leta 1920, ki nagovarja moidoče s stavkom: *Si že prostovoljec v rdeči armadi?*

⁸ Med letoma 1917 in 1918, ko so se ZDA aktivno vključile v prvo svetovno vojno, je bilo natisnjenih več kot štiri milijone kopij.

⁹ Glej <http://www.lcweb.loc.gov/exhibits/treasures/trm015.html>, marec 2005.

¹⁰ Glej <http://www.kshs.org/cool2/unclesam.htm>, marec 2005.

Moore je bil ruski ilustrator in plakatni umetnik, na katerega sta vplivala Thomas Heine in vplivna skupina Simplicismus.¹¹ Čeprav Moore ni bil šolan oblikovalec ali slikar, je ustvaril številne uspešne plakate v času, ko sta za potrebe ruske vlade ustvarjala tudi El Lissitzky in Aleksander Rodčenko. Za razliko od zgodnejših plakatov, ki so pozivali k boju ali varčevanju za potrebe vojne, je Moorov plakat nastal po koncu prve svetovne vojne, in kliče prostovoljce v rdečo armado, ki je pomagala pri povojni obnovi. Uporablja značilne barve ruske avantgarde: rdečo, belo in črno, vidna je rdeča zvezda kot simbol revolucije, tudi obleka vojaka je pobarvana v rdečo, da je še bolj nabita s simboliko in mitologijo.¹² Ruska avantgarda je nastala kot rezultat kompleksnih družbenih, kulturnih in zgodovinskih dejavnikov. Pri njeni ideji ni šlo toliko za uničenje forme in tradicije (Meggs, 1992), ampak bolj za prepričanje, da lahko kreativne sile umetnosti spremenijo svet.

Zaključek

Politični plakat se dokončno uveljavi leta 1918, po koncu prve svetovne vojne, ko nova revolucionarna gibanja prepredejo Evropo, kar je povzročilo njegovo množično produkcijo, še posebej v Nemčiji, Rusiji in na Madžarskem. Pojavile so se tudi prve skupine ustvarjalcev plakatov, med katerimi je najstarejša najverjetneje berlinska 'November Group', ki se nastala leta 1918. Njena člana sta bila tudi Max Pechstein in Hans Richter. V Moskvi je leta 1919 nastala skupina ROSTA, katere člani so bili tudi El Lisitzky, Vladimir Majakovski in Aleksander Rodčenko.

Medtem, ko naj bi obstoj komercialnih plakatov pokazal stopnjo, do katere neka družba samo sebe definira kot stabilno in si ob tem prizadeva za ekonomski in politični status-quo, povečano število političnih plakatov kaže na družbo, ki je v določeni stiski (Sontag, 2000). Plakati, ki izražajo vladajočo ideologijo, imajo v vseh državah vedno široko podporo distribucije. Njihova prezenca postane tipično repetitivna, medtem ko so pogledi in apeli opozicije deležni manjše distribucije, slabših plakatnih lokacij ter množičnega odstranjevanja, tudi s pomočjo policije.

LITERATURA

- Althusser, Louis (1980): *Ideologija in ideološki aparati države*; V: Skušek, Zoja (ur.): *Ideologija in estetski učinek*, pp. 37 – 99. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Boekraad, C. Hugues (1997): *Photography, Morality, and Benetton*. V: Michael Bierut ... [et al.], *Looking closer 2: Critical writings on graphic design*, pp 55 – 72. New York: Allworth Press & American Institute of Graphic Arts.
- Gallo, Max (1989): *Posters in History*. London: Bracken Books.
- Griffin, Roger (1993): *The Nature of Fascism*. London: Routledge.
- Groys, Boris (1999): *Celostna umetnina Stalin; Razcepljena kultura v Sovjetski zvezi*. Ljubljana: CF.

¹¹ Glej <http://www.artnet.com/library/05/0594/T059403.asp>, marec 2005.

¹² Navezujem se na Griffinovo pojasnitev uporabe termina mitologija in mitološki, za katerega predlaga, da ga uporabljamo, ko referiramo inspirativne, revolucionarne moči, ki jih določena ideologija uveljavlja skozi racionalno in praktično dimenzijo, v nasprotju s pomenom mitskega, ki se nanaša na imaginarno ali fiktivno (Griffin, 1993: 28).

- Habermas, Juergen (1989): *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: Škuc, Znanstveni inštitut FF.
- Heller, Stephen (1999): *Design Literacy (continued): Understanding Graphic Design*. New York: Allworthy Press.
- Heller, Stephen & Ilić, Mirko (2001): *Icons of Graphic Design*. London: Thames and Hudson.
- Hollis, Richard (2002): *Graphic Design: a concise history*. New York: Thames & Hudson.
- Meggs, Philip B. (1992): *A History of Graphic Design*. New York: Wiley.
- Lefebvre, Henry (2000): Plan of the Present Work and Social Space from The Production of Space; V: Miles, Malcolm; Hall, Tim; Borden, Ian (ed.): *The City Cultures Reader*, pp 197–199. London: Routledge.
- Rickards, Maurice (1971): *Uspon i pad plakata*. Newton Abbot [Devon]: David and Charles, Beograd: Jugoslovenska revija.
- Sontag, Susan (2000): Posters: Advertisement, Art, Political Artifact, Commodity. V Bierut, Michael [et al.], *Looking closer 3: critical writings on graphic design*, pp 196–218. New York: Allworth Press & American Institute of Graphic Arts.
- Therborn, Göran (1987): *Ideologija moči in moč ideologije*. Ljubljana: CZ.
- Wrede, Stuart (1988): *The Modern Poster*. New York: The Museum of Modern Art.

SLIKOVNI MATERIAL:

Dostopno preko spletne strani: Military posters of 20th Century, <http://poster.genstab.ru/eng/>, uporabljeno 10. 11. 2004.

VIZUALNI SIMBOLIZEM ALI BESEDILNI KOMENTAR: ODPSTOPANJE OD IN PRESEGANJE REALISTIČNE REPREZENTACIJE V RABI NOVINARSKE FOTOGRAFIJE

Povzetek: *Vloga novinarske fotografije v dnevnem tisku temelji na hkratnem sprejemanju vloge fotoreporterja kot nevtralnega opazovalca dogodkov in fotografije kot dokaza prikazanega. Vendar se uporaba fotografske podobe pogosto oddalji od tega izvirnega ideala (in ideologije) nevtralnega, informativnega prikazovanja stvarnosti v njeno interpretacijo skozi dimenzijo same podobe (fotografij) in skozi dimenzijo teksta (spremnega besedila). Podoba-tekst z močnim interpretativnim dominantno zakodiranim sporočilom lahko pomensko okviri ali zavaja percepcijo bralcev o naravi dogodka, hkrati pa pomeni kršitev profesionalne in tudi zakonsko določene norme ločevanja interpretativnih od informativnih sporočil. Skozi analizo uporabe podobe-teksta v časniku Delo z metodo analize vsebine avtor ugotavlja pogostost in načine preseganja ali odstopanja od prakse realistične reprezentacije, hkrati pa obsega analiza tudi preliminarne opis tovrstnih trendov v Delu skozi primerjavo uporabe novinarske fotografije leta 1994 in leta 2004.*

Ključni pojmi: *novinarska fotografija, fotožurnalizem, vizualni simbolizem, podnapisi, fotografski realizem.*

Uvod

Novinarska fotografija ima kot eden ključnih elementov medijskega diskurza pomembno vlogo v procesu družbene konstrukcije in osmislitve realnosti. V javno zavest stopa skozi legitimnost in avtoriteto tiska,¹ znotraj katerega ima poleg sporočanske predvsem verifikacijsko vlogo, ko zaradi svojega navidezno neposred(ova)nega odnosa do stvarnosti, ki jo prikazuje, medijsko posredovanim dogodkom podeljuje dokaz resničnega. Tovrstno delovanje ji omogoča načelna potlačitev ali prikritje dejstva, da je končni rezultat – objavljena podoba-tekst² –

* Ilija Tomanić Trivundža, asistent na Fakulteti za družbene vede.

¹ Današnja medijska raba novinarske fotografije sicer pomembno presega okvir tiska, pri čemer ne gre samo za uporabo novinarskih fotografij v netiskanih medijih, kot sta denimo internet ali televizija, ampak tudi njihovo prehajanje čez meje novičarskega diskurza, denimo na stene galerij, muzejev in med strani knjig, fotografskih monografij ali učbenikov.

² Ker se novinarske fotografije v medijih skoraj vedno pojavljajo v kontekstu in spremljavi besedil, se pri analizi ne moremo omejiti zgolj na fotografsko podobo, ampak jemljemo kot osnovno enoto analize »podoba-tekst«, saj sta tako dominantno zakodiranje sporočila kot tudi bralčeva interpretacija tega sporočila pogojeni s spremljajočim tekstovnim besedilom (glej npr. Barthes, 1978; Hall, 2004).

tako kot drugi načini medijske reprezentacije, posledica večstopenjskega procesa kulturno, institucionalno in individualno določene selekcije oziroma vključitve.

V tem procesu se podoba-tekst kot pomenska enota nemalokrat oddalji od izvornega, neinterpretativnega ideala in ustvarja simbolne konotacije in pomene, ki odstopajo od denotativnega dokumenta, prikaza dogodkov s pozicije fotoreporterja kot priče oz. očividca. Prav to pa je osnovni predmet obravnave pričujočega besedila, s katerim želimo ugotoviti, koliko je uporaba novinarske fotografije v slovenskem dnevnem tisku (na primeru časnika Delo) skladna z idejo realističnega in nevtralnega poročanja oz. koliko in na kakšne načine od njega odstopa. Vendar je potrebno že uvodoma opozoriti, da pri tem ne gre za kritiko nezmožnosti realistične fotografske reprezentacije ali objektivnega novinarskega sporočanja nasploh, pač pa se bomo v prispevku osredotočili na primere prikrite uporabe informativnih zvrsti in (navidez) realističnih reprezentacij v interpretativne namene. Gre torej za (ne)upoštevanje ločevalne norme, za kršitev profesionalne in tudi zakonsko določene norme ločevanja interpretativnih od informativnih sporočil.

Zaradi svoje dvojne vloge posredovanja in potrjevanja informacij, predstavlja novinarska fotografija stičišče (poklicnih) ideologij objektivnega novinarskega sporočanja in fotografskega realizma. Navkljub dejstvu, da je njena vloga v procesu družbene konstrukcije in osmislitve realnosti – znotraj katerega vzpostavlja podobe kolektivnega spomina in se kot taka posredno ali neposredno vpisuje v zavest posameznikov kot članov *zamišljenih skupnosti* (glej npr. Zelizer, 1994; Hardt, 2003) – utemeljena na obeh vidikih zgoraj omenjene dvojnosti, je v medijih primarno skrčena na njem legitimizacijski, validacijski vidik.³ Fotografski realizem sprejema fotografijo kot dokaz prikazanega na podlagi načina delovanja medija in ikoničnosti rezultata, ki je posledica indeksalnega procesa mehaničnega zapisovanja odbite svetlobe objektov na fotografski film. Novinarska fotografija tovrstno pojmovanje nadgradi z idejo fotoreporterja kot očividca, priče dogodka. Podrejenost novinarske fotografije besedilu, ki jo tovrstna delitev vlog predpostavlja, ni zgolj posledica nepopolne sporočanske vrednosti fotografije, ampak je, kot bomo prikazali kasneje, predvsem posledica zgodovinskega boja novinarjev in fotografov znotraj institucij tiska za pravico do interpretacije družbene stvarnosti (Schwartz, 1999; Brennen in Hardt, 1999).

Ta primat besed nad sliko pa se izraža ne samo v nižjem statusu »slikovnih« v primerjavi z »besednimi« novinarji ali rabi fotografij zgolj kot ilustracij, ki razbijajo monotonost sivih stolpcev besedila,⁴ ampak denimo tudi skozi primerjalno pomanjkanje znanstvene ali poljudno znanstvene refleksije o novinarski fotografiji v slovenskem prostoru.⁵ Pa vendar fotografije v časnikih ne služijo zgolj razbijanju

³ *Raba fotografije kot dokaza se v slovenskem tisku izkazuje na več nivojih, kot je uporaba posebnih rubrik (denimo Večerova »Slika ne laže«), skozi uporabo arhivskih, skritih («nadzorstvenih») fotografij ali fotografij simbolnih mest za potrditev npr. vojnih osvajanj, do nivoja besedila (podnapisov vrste »kot je vidno na fotografiji«).*

⁴ *Kar se odraža npr. v podreditvi fotografije izgledu strani, ko denimo oblikovalci prezrcalijo fotografije zaradi boljše kompozicije ali uravnoteženosti strani, postopku, ki je sicer pogosteje uporabljan v revalnem tisku.*

⁵ *Od raziskovanja ontoloških temeljev fotografije v sedemdesetih (npr. Sontag, 1977/2001; Barthes, 1980/1992) ter kritičnih analiz fotografskih reprezentacij v osemdesetih (Aulolla, 1987; Sekula, 1982; Tagg*

monotonosti sivih stolpcev besedila. Poleg legitimizacijske in pripovedne vloge (npr. lažje izražajo velike količine informacij, podrobnosti, težko predstavljive dogodke in razsežnosti, medosebne odnose, čustvene reakcije in občutja Hall, 1997; glej tudi El Rafaie, 2003) imajo na časopisni strani predvsem pozivno-pritegnitveno vlogo. Fotografije strukturirajo in usmerjajo branje znotraj strani, ki poteka kot niz premikov med najbolj vidnimi (salient) elementi, kot so fotografije, naslovi in grafika (Kress in Van Leeuwen, 1996: 219),⁶ hkrati pa konstruirajo vizualno podobo dogodkov dneva in jim podeljujejo pomembnost skozi prisotnost/odsotnost in velikost fotografije.

Novinarska fotografija in fotografski realizem

Razlogi za našo obravnavo fotografskega realizma, navkljub številnim in utemeljenim kritikam koncepta, so podobni razlogom za kritično obravnavo nevtralnosti in uravnoteženosti novinarskega sporočanja nasploh. Kot prvo, gre za načelo, na katerem so utemeljene posebne pravice in status novinarjev (fotoreporterjev) v sodobni družbi in na katerih naj bi temeljila percepcija njihovega dela pri občinstvu. Drugi razlog pa je samoopredelitev lastnega dela s strani slovenskih fotoreporterjev, ki npr. v svojih javnih nastopih svoje delo opisujejo prav z besednjakom »klasične« vloge fotografa kot očitvidca, pasivne priče dogodka, ki ga poskuša ujeti skozi objektiv fotoaparata v obliki vizualnih dejstev, po čemer naj se njihovo delo ne bi bistveno razlikovalo od dela »besednih« novinarjev informativnih zvrsti.

Fotografski realizem kot ideološki konstrukt je produkt modernizma in evropske tehnološke revolucije devetnajstega stoletja, v katerem so v zahodnem svetu pričeli vladati izumi, množična produkcija, potrošnja in znanstvena dejstva, (Scherer, 1992: 33) Fotografska kamera kot taka je stranski produkt industrijske revolucije in znanstvenega pozitivizma, njeno družbeno vlogo pa so odločilno zaznamovali rast birokratskih (nadzorstvenih) državnih aparatov, imperializem in kolonialna osvajanja ter razvoj moderne kapitalistične družbe, vključno s spreminjajočo se naravo in vlogo družine in medosebnih odnosov. Fotografski realizem izhaja iz instrumentalne reprodukcije podobe s pomočjo mehanične priprave, ki poteka navidez neposredno, neodvisno od človekovega delovanja, hkrati pa objektivnost rezultata zagotavlja že sama zgradba aparata, ki je podobna našemu organu za zaznavanje vizualnih informacij – očesu⁷ (Wright, 1999: 6). Ikoničnost rezultata (fotografije) ni samo podpirala teženj po doseganju mimetičnega ideala reprezentacije v zahodni umetnosti, ampak se je kazala predvsem kot znanstveni instrument, optični pripomoček, ki omogoča natančnejše in točnejše zaznavanje človekovega

1981, 1988) in razmaha študij vizualnega, izraslih iz komunikoloških in kulturnih študij v devetdesetih (Chaplin, 1994; Kress in Van Leeuwen, 1996; Robins, 1996; Messaris, 1994, 1997; Ewans in Hall, 1999; Mirzoeff, 1999, 2002; Thomas, 2000; Van Leeuwen in Jewitt, 2001; Sturken in Cartwright, 2001; Howells, 2002), je za razliko od tehničnih, zgodovinskih ter estetsko-umetniških obravnav, področje proučevanja fotografije znotraj diskurza množičnih medijev ostalo večinoma neraziskano; med redkimi izjemami glej denimo Hardt 2003.

⁶ Vendar Kress in Van Leeuwen (ibid.) hkrati opozarjata, da je ta atribut 'vidnosti' posamičnih elementov kulturno in do neke mere osebno pogojen.

⁷ Za izčrpen pregled kritik, ki zadevajo nepopolnost te primerjave, glej npr. Messaris, 1995.

okolja.⁸ Številni avtorji (glej npr. Wells, 2003) opozarjajo, da naj bi prav ta povezava z mimetičnim potencialom (in indeksalno naravo zapisa) odločilno pripomogla k podelitvi statusa dokumentov realnega »nepopolnim« podoben prvih fotografij (pomanjkanje barve, ostrine...), saj je bil fotografski aparat narejen tako, da je »posnel« predhodne, renesančne konvencije naturalistične umetnosti.⁹ Tako se je, kot komentira Irwins: »devetnajsto stoletje [se je] pričelo z vero v to, da je resnično to, kar je razumno, se je končalo tako, da je postalo resnično to, kar je bilo na fotografiji.« (Irwins v Szarkowski, 2003: 100)

Fotografija kot dokaz stvarnega je postala eden ključnih elementov delovanja državnih administrativnih (kolonialna uprava, socialno službe...) in represivnih aparatov (npr. prve kriminalne identifikacije že dve leti po izumu fotografije). Uporabljena za definiranje in kategoriziranje sveta je postala instrument nadzora in s tem tudi moči za kontrolo družbene deviantnosti, kot sta ugotavljala denimo Sekula, 1982 in Tagg, 1988).¹⁰ Čeprav sprejemanje fotografije kot objektivnega dokaza ni bilo povsem uniformno¹¹ in so postale njene manipulativne sposobnosti splošno znane, predstavlja ta t.i. naivni realizem tisto primarno *breme reprezentacije*, s katerim je fotografija vstopila v tiskane medije in naredila vizualno bolj resnično.¹² In to še preden so tehnične zmožnosti omogočale njeno reprodukcijo, kot denimo z zviševanjem kredibilnosti grafičnih ilustracij s sklicevanjem na to, da so te narejene na osnovi fotografij (Wells, 2003: 76).

Uveljavitev novinarske fotografije je potekala v dveh ločenih fazah: »V drugi polovici devetnajstega stoletja z uporabo fotografskih podob v časnikih in revijah, ter v dvajsetih letih dvajsetega stoletja, ko je fotožurnalizem dozorel s pomočjo tehnoloških izboljšav in je bil prepoznan kot oblika dokumentarnega izražanja v večini sveta.« (Hardt, 2001: 11402). Prav vzpon dokumentarnega v desetletjih pred drugo

⁸ Glej npr. zgodnje razprave o dagerotipijah, ki opredeljujejo novo tehnologijo v nizu vznesenih trditev kot »verjetno najpomembnejši in najbolj nenavaden dosežek moderne znanosti« (1840/1943), ki omogoča »registriranje narave takšne kot je« (Ibid.) in kot razširitev objektivnosti znanstvene metode, ki nam »dostavi dokaze /.../ nekaj se izkaže za dokazano, ko nam pokažejo fotografijo« (Duchenne v Gonzalez-Day, 2002: 24), saj je ta »zaprisežena priča vsega, kar je postavljeno prednjo« (Eastlake v Schwartz 1992: 95). Primerjaj tudi kasnejše razprave filmskih dokumentaristov, kot denimo Vertovovo (Vertov, 1978) pojmovanje kamere kot mehaničnega očesa).

⁹ Navkljub tej kulturni in zgodovinski konstruiranosti kodov realističnega upodabljanja (npr. ideološke detmiriranosti perspektive Comolli, 1986), moramo, kot opozarja Messaris (1995: 15), upoštevati, da mehanizmi reprezentacije, kot so denimo perspektiva, niso povsem arbitrarni (družbeno konstruirani), ampak v veliki meri ustrezajo našim fizičnim zaznavam okolja.

¹⁰ Poleg nadzorstvene funkcije je fotografija kot orodje moči omogočala tudi konstrukcijo Drugega - naj si je slo za konstrukcijo eksotičnega drugega ali nevarnega »domačega« drugega v obliki delavskega razreda, kriminalcev ali psihičnih bolnikov. S tem je omogočala fotografija tudi konstrukcijo drugega. Če bi med prve lahko šteli popotno (Lutz in Collins, 1993) in antropološko fotografijo (Edwards, 1992) ter na njenem ekstremnem koncu Orientalistične fantazije (Aulola, 1987), sodijo med druge tako angažirane fotografije socialno depriviliranih (glej npr. Koenig, 1998) kot tudi morfologije tipičnih obrazov kriminalcev, na samem ekstremu te prakse. (glej npr. Frizot, 1998).

¹¹ Glej npr. Goldberg (1991: 24), da tudi sodišča v ZDA niso vedno sprejela fotografije kot neposredne dokaza, ampak so zasliševala priče, ki so morale potrditi verodostojnost prikazanega.

¹² S tem, ko je fotografija iz tiska izpodirvala grafične ilustracije, so novice postale vizualno bolj resnične (Davenport, 1991: 94), saj so graverji tovrstnim ilustracijam velikokrat spreminjali podobo dogodka, kraja ali osebe, da bi povečali vizualni učinek risbe (npr. ljudi, ki skačejo iz gorečih stavb).

svetovno vojno je dokončno utrdil podobo novinarske fotografije kot medija resničnega, ki je pripeljala realnost sveta (npr. vojne) v vsakogaršnjo dnevno sobo. Kot ugotavlja Hardt (Ibid.), je bil vzpon novinarske fotografije pogojen s tehnološkimi, družbenimi in ekonomskimi spremembami. Po eni strani gre razloge za tak razvoj novinarske fotografije iskati v tehničnih izboljšavah fotoaparátov, ki so naredile fotoreporterje mobilnejše in omogočale »akcijske« posnetke s krajšimi časi osvetlitve, po drugi, še vplivnejši, za razširitev kroga bralne publike na delavski razred in s široko dostopnostjo poceni časopisov in revij. »Poleg tega je javnost želela »videti« svet – spodbujena z izkušnjo filma in filmskih novic – kar je ustvarilo nove zahteve do tiskanih medijev za legitimizacijo fotožurnalizma kot profesionalne prakse.« (Hardt, 2001: 11403)

Vzpon vizualnega je sovpadel z naraščajočimi zahtevami po nepristranskem novinarskem sporočanju in priznanjem ekspertnega znanja in profesionalizma v medijih (Brennen in Hardt, 1999: 5). Fotografije, uporabljene kot sredstvo realistične reprezentacije, so tisku povrnilo določeno mero verodostojnosti, saj je skeptično bralstvo »bolj verjelo temu, kar so videli, kot tistemu, kar so prebrali« (Schwartz, 1999: 168). S tem je novinarska fotografija postala ena od tehnologij (denimo poleg telegrafa), ki so omogočile zavestno repozicioniranje tiska na temelje objektivne(še)ga poročanja. Znotraj medijskih institucij se je ta konfrontacija razrešila z delitvijo dela in prestiža glede pravice do interpretacije in analize sveta, pri čemer je ta pripadla »besednim« novinarjem, ki so, kot opisuje Zelizerjeva, »na vse načine poskušali spodkopati naraščajočo prisotnost fotografij« (1995: 82). Fotografije so prevzele velik del opisnega dela in s tem omogočile »besednim« novinarjem udeležanje statusa intelektualnih delavcev, profesionalcev, »ki so opustili sedanjik in se premaknili v prihodnost, k razlaganju posledic dogodkov.« (Nerone in Barnhurst, 2003: 121) Podobno se je nekaj desetletij pred tem segmentirala fotografska praksa na profesionalce in amaterje, kjer je slednjim pripadla vloga neposrednega beleženja (opisovanja) realnosti, prvim pa njena transcendenca, (Munir in Philips, 2004). Čeprav sta se uporaba fotografij in status fotoreporterjev skozi dvajseto stoletje spreminjala in bila odvisna predvsem od družbeno političnih okoliščin, v katerih je potekalo novinarsko sporočanje, smo s tem krajšim zgodovinskim ekskurzom prikazali skupne globalne premike v vlogi in razumevanju novinarske fotografije, ki so relevantni tudi za sedanje slovensko medijsko okolje. Celostno zgodovino slovenske novinarske fotografije bo potrebno šele napisati, vendar po našem mnenju za obravnavo trenutne vloge novinarske fotografije znotraj sodobnega slovenskega medijskega prostora, tovrstna ekspozicija zadostuje, še posebej če upoštevamo vlogo, ki jo medijem pripisuje sodobna slovenska družba (nenazadnje tudi z zakonodajo) in ki jo mediji pripisujejo samim sebi (skozi npr. samoregulacijske mehanizme in poročanju o novinarskem delu), ki se naslanja na zahodno tradicijo tiska kot psa čuvaja in spremljajočimi določili novinarskega dela.

Zgoraj opisani proces je torej določil okvir legitimnega, znotraj katerega se delo fotoreporterjev uporablja, in znotraj katerega se fotoreporterji prepoznavajo in izobražujejo. Če povzamemo, gre za vizualni ekvivalent dela »besednih« novinarjev informativnih zvrsti, se pravi točno, resnično, nepristransko in uravnoteženo posredovanje informacij o dogodkih, (Lester, 1991; Newton, 2001). Takšna vizualna

sporočila naj bi bila jasna in hitro prepoznavna, pri čemer naj bi (vsaj v idealnem primeru) fotografija bralcem predstavila bistvo dogodka v eni sami podobi.¹³ Kot ugotavlja Schwartzova v analizi fotoreporterskega izobraževalnega diskurza,¹⁴ gre pri novinarski fotografiji za moč hitro razumljenega sporočila, ki je oblikovano tako, da je forma v odnosu do vsebine sporočila nevidna. »Novinarska fotografija vidi vsebino kot primarno, medtem ko oblika služi samo za neviden transport te vsebine do gledalca.« (Schwartz, 1992: 97) Vendar pa je med lastnostmi fotografije tudi inherentna napetost med neposrednim in simbolnim. Znotraj nje je fotoreporterjem dovoljena določena kreativna svoboda, skozi katero naj bi izrazili vizualni povzetek, pomen dogodka, Cartier-Bressonovski »ključni trenutek« ali vsaj enkratni, nov, nevsakdanji pogled na prikazano. Tovrstna priporočila, ugotavlja Schwartzova, zahtevajo od novinarske fotografije, da je hkrati nepristranski posnetek in dramatisirana pripoved. Mejo med obema pa predstavlja »ideološka prepoved« očitnih kršitev komunikacijskega koda naturalizma,¹⁵ ki si prizadeva prikriti mehanizme produkcije sporočila (Ibid.), saj naj bi fotografija bralcu predstavljala pogled očividca, torej tisto, kar bi videl on sam, če bi stal v poziciji fotoreporterja. Preočitna uporaba fotografskih izraznih sredstev, npr. selektivne globinske ostrine, tovrstno iluzijo neposrednosti zmoti in usmerja pozornost na konstrukcijo sporočila samega ali na fotoreporterjevo osebno gledišče (point of view) kot interpretacijo prikazanega.

Kredibilnost novinarske fotografije torej temelji na zaupanju v verodostojnost prikazanega, ali povedano drugače, v to, da je fotoreporter opravljal svojo nalogo skladno z določili novinarske etike in da je hkrati to delovanje uspel prikriti na formalnem nivoju. Vendar so v zadnjih dveh desetletjih razprave o kredibilnosti in prihodnosti novinarske fotografije potekale predvsem na tej tehnični dimenziji, osredotočene predvsem na vprašanja manipulacij in sprememb, ki jih je prinesla digitalna fotografija, medtem ko so nemehanicistična izpraševanja objavljenih podob ostala na obrobju teoretske in popularne imaginacije (npr. Lester, 1991; Chapnik, 1994; Tirohl, 2000; Newton, 2001) ali v domeni reprezentacij posamičnih dogodkov (npr. Zalivska vojna).

Novinarska fotografija v časniku Delo: preseganje ali odstopanje od realistične reprezentacije?

Uporabo novinarske fotografije (podobe-teksta) v slovenskem dnevnem tisku bomo analizirali skozi tri pomenske dimenzije, ki ne samo da odločilno vplivajo dominantno zakodiranje sporočila, ampak nam hkrati predstavljajo tudi pokazatelji odstopanja od projekta realistične reprezentacije. Prva dimenzija se tako nanaša na vsebino fotografij v smislu uporabe fotografskih izraznih sredstev za ustvarjanje

¹³ Pri tem bi morala pravzaprav vsaka fotografija dogodka vsebovati nekaj bistvenega o dogodku, ker fotograf nikoli ne more vedeti, katera fotografija bo objavljena. (Schwartz, 1992: 101)

¹⁴ Gre za sistematičen pregled učbenikov in priročnikov za izobraževanje in samoizobraževanje o novinarski fotografiji in fotoreporterskem delu.

¹⁵ »Naturalizem« je za potrebe tega besedila razumljen kot način reprezentacije – prikrivanje konstruiranosti podobe, medtem ko se »realizem« nanaša na naravo rezultata, reprezentacije.

simbolne signifikacije prikazanega, ki odkrito presega denotativno raven. Pri drugi dimenziji gre za narativne vidike uporabe fotografij znotraj okvira tiskanih strani, na katerih se pojavljajo, pri tretji pa za odnos med spremnim besedilom in fotografijo.

Pri tem prikazu izhajamo iz Huxfordove trditve, da je:

Fotografija kot indeks prikazanega je že dolgo metafora in ključna komponenta novinarskega sklicevanja na poklicno objektivnost. Vendar se je tisk skozi leta naučil in zveržiral v uporabi kodov in konvencij, ki presegajo referenčno, ki projicirajo konotativne in simbolne pomeni in s tem vplivajo na, podpirajo ali nasprotujejo indeksalni naravi fotografije, čeprav novinarji vztrajno zanikajo, da bi šlo pri novinarski fotografiji za karkoli več kot zgolj za denotativne pomeni (2001: 45).

Analiza, ki bo posebno pozornost namenjala zgoraj omenjenim »premikom on-stran referenčnega«, bo potekala na primeru časnika Delo. Vzorec sestavlja 36 števil, izdanih leta 2004 (naključno izbrana dva tedna v marcu, juliju in novembru) ter enak vzorec za leto 1994, saj želimo fenomen opazovati tudi skozi časovno komponento. Znotraj tega vzorca smo se zamejili na področje ključnih domačih in tujih dnevnih novic, kar pomeni naslovnico, strani, namenjene notranjim in zunanjepolitičnim dogodkom, ter zadnjo stran,¹⁶ pri tem pa smo izključili lokalne in regionalne novice, gospodarske novice, šport in kulturo, razen če se našteje teme pojavljajo med ključnimi novicami dneva na naslovnici ali zadnji strani. Tovrstno zamejitev utemeljujemo na podlagi pričakovanj ustvarjalcev in bralcev glede posamičnih vsebin znotraj medija. Izločenim vsebinam nikakor ne želimo pripisati nižjega statusa, in tudi ne zanikati posrednega vpliva bolj »svobodne« rabe fotografij znotraj teh tematskih sklopov na rabo podobe-teksta v časopisu kot celoti, pač pa s tem predpostavljamo, da percepcija podob-teksta v omenjenih primerih ne podle-ga v enaki meri zahtevam fotografskega realizma (npr. fotografije športnikov, gospodarstvenikov, slavnih oseb).

Analiza odstopanja od realistično-naturalističnega pristopa pri uporabi podob-teksta v Delu bo potekala na štirih ravneh. Prva raven zadeva ustvarjanje vizualnega simbolizma skozi uporabo (umestitev) fotografij znotraj tiskane strani ali prostora, namenjenega članku, ki ustvarja pomenske dimenzije med prikazanimi elementi, ki niso lastne posamičnim elementom. Simbolne dimenzije, ki jih implicirajo elementi kot so barva fotografije, oblika okvira ali izreza, formalnost kompozicije, bližina delno zastrtih elementov ali velikost fotografije, signalizirajo časovno dimenzijo (npr. pri fotografij črno bela, manjša fotografija ali delno zastrta fotografija pomeni preteklost, barvna, večja ali fotografija, ki zastira drugo fotografijo pa sedanost) (Huxford, 2001: 50). Podobno se na oblikovni nivo nanašajo tudi postavitve objektov, ki lahko služijo kot metafore za odnose med upodobljenim, npr. bližina dveh fotografij oz. njuna ločitev z besedilom (fizična bližina pomeni čustveno

¹⁶ Z zadnje strani je posledično izključena od dnevnih novic redakcijsko ločena razvedrilna rubrika Svet so ljudje.

bližino, ločitev z besedilom pa signalizira ločenost oziroma razliko glede opisane ga vprašanja). Sporočilno vlogo lahko prevzame tudi velikost fotografije (v smislu večja kot je fotografija, večja je pomembnost osebe ali predmeta) (Huxford, 2001: 56) ali vrsta kadra (kot indikator našega odnosa do prikazanega subjekta/objekta – bližni posnetki sugerirajo emocionalno bližino; Van Leeuwen in Jewitt, 2001).

Prvo raziskovalno vprašanje je, koliko Delo uporablja zgoraj naštete elemente ali načine narativizacije in prikaza pomenskih odnosov med več fotografijami oz. fotografijami in besedilom?

Znotraj druge ravni – vsebinsko sporočilne vrednosti fotografij – igrajo pomembno vlogo fotografska izrazna sredstva. Z njihovo kreativno uporabo lahko fotoreporter v fotografijo zelo nedvoumno zakodira simbolna oz. metaforična sporočila. Tako sicer lahko ustvari dramatično fotografijo, ki simbolizira bistvo dogodka v eni sami podobi, vendar se s tem nemalokrat že oddalji od idealov fotografskega realizma in naturalistične reprezentacije. Elementi, ki tovrstno izražanje omogočajo, so kompozicija, pojmovana tukaj kot namerna izbira okvira, gledišča in koti kamere ter razporeditev objektov znotraj okvira za prikaz odnosov med njimi ali njihovega odnosa do gledalca. (pri določanju kategorij smo izhajali iz Lacey 1998; Van Leeuwen in Jewitt, 2001; Kress in Van Leeuwen, 1996). V enak namen lahko uporabi fotograf tudi globinsko ostrino ter svetlobe in sence. Nadalje gre za namensko in ekspresivno uporabo simbolnih elementov na sceni za ustvarjanje metaforičnih pomenov in simbolnih transferjev (npr. viseča tehtnica za sodišče, zastava in grb za državo¹⁷) skozi katere so abstraktni koncepti, kot je denimo pravica, »metaforično simboliziran skozi fizični objekt.« (Huxford, 2001: 58) Med ta sredstva prav tako uvrščamo prikazovanje značilnih gest, izrazov in medosebne razdalje prikazovanih oseb (npr. šepetanje politikov kot metafora za skrivno politiko) ali njihovo odkrito poziranje (geste, obrazna mimika, pogled).

Drugo raziskovalno vprašanje je torej, koliko Delo uporablja fotografije, ki delujejo kot metaforične simbolizacije prikazanega?

Tretji nivo analize zajema odnos med podobo in tekstom. Fotografije vselej pridobijo pomen v okviru konteksta, v katerem se pojavljajo. Za novinarsko fotografijo to pomeni, da nima pomenov, ki bi bili neodvisni od njenega odnosa do besedila in grafičnih elementov, ki okvirjajo njeno pojavnost znotraj tiskane strani. Podnapisi ali referenca znotraj spremljajoče vesti skozi opis ali pojasnjevanje prikazanega opravljajo funkcijo sidranja pomenov (Barthes, 1978), pri čemer je prav to spremno besedilo ključno za določanje ideološke teme in sporočila fotografije (Hall, 2004).¹⁸ Kot ugotavlja Barthes, »tekst obremeni podobo s kulturo, moralno,

¹⁷ Vendar tu ni mišljena vsaka vključitev simbolnih elementov, ki so na »sceni« (npr. zastave), ampak ekspresivna uporaba posameznih elementov, ki se nahajajo na »sceni«.

¹⁸ Prav v tej močni omejitvi polisemije se novinarska fotografija razlikuje od druge rabe fotografij, kjer je pomenski nivo samostojnejši (Kress in Van Leeuwen, 1996) ali celo popolnoma arbitraren (Sontag, 1977/2001) glede na določila besedila.

imaginacijo.« (Barthes v Becker, 2003: 303). Dominantno zakodiranje pomena tako ne izvira zgolj iz fotografije ali besedila, ampak iz njune zoperstavitve. Pri proučevanju »preseganja referenčnega« pri Delovi uporabi novinarske fotografije nas bodo zanimali tako *podporni* (na fotografiji že vsebovane informacije) kot tudi *razširjajoči* (vključevanje informacij iz drugih virov) podnapisi ali deli vesti (Wright, 1999: 105), ki odstopajo od deskriptivno informativne vloge in v podobo-tekst vnašajo interpretativne elemente (komentiranje, vrednotenje, namigovanja, stigmatiziranje in uporaba stilno zaznamovanih besed ali besednih zvez, sarkazem in ironija).¹⁹ Pri tem se ne bomo zamejili samo na pogostost pojava, ampak tudi na primerjavo rabe besedil z vsebinsko določenostjo fotografij (prva raven analize). Pri tem so za nas z vidika novinarske etike »problematični« primeri interpretativnih podnapisov ob nevtralnih fotografijah, pa tudi interpretativni podnapisi ob interpretativnih/simbolnih fotografijah, če rubrični naslovi, podnaslovi ali grafični elementi podobe-teksta ne ločujejo od informativnih prispevkov na strani. Gre torej tudi za vprašanje upoštevanja ločevalne norme.

Tretje raziskovalno vprašanje je vprašanje tipičnosti Delove uporabe interpretativnih podnapisov in obstoja povezave njihove uporabe s simbolno določenostjo fotografske podobe.

Zadnji nivo analize bo usmerjen na vprašanje odstopanja od realistično-naturalističnega pristopa k upodabljanju dogodkov v smislu njegovega preseganja oz. kritične refleksije. Gre za tisto prakso, ki skozi slikovne ali besedne elemente bralcu razkriva, da podoba, ki jo gleda, ni »okno v svet«, ampak novinarska konstrukcija stvarnosti. Govorimo lahko o meta-fotografijah, »refleksijah drugega reda o praksah slikovne reprezentacije« (Mitchel, 1995: 9), ko skozi fotografovo vključitev drugih fotografov ali novinarjev v kader ali tekstovno referenco, ki ne opisuje vsebine, ampak fotografijo kot fotografijo (npr. kako ali v kakšnih okoliščinah je bila posneta), usmerja bralčevo pozornost na fotografijo kot reprezentacijo novinarskega diskurza. Tovrstna raba novinarske fotografije »ustvarja meta-diskurz znotraj tiska, novinarstvo o novinarstvu« (Becker, 1995: 18), njena naraščajoča prisotnost pa nam kaže na nesamoumevno verodostojnost novinarjev in medijskega dela v obdobju pozne moderne (npr. vojno poročanje).

Četrto raziskovalno vprašanje pa je, kako pogosto poskuša Delova uporaba podobe-teksta presegati naturalistično prikazovanje dogodkov z uporabo meta-fotografij?

Opis vzorca in rezultati analize

Vzorec je obsegal 36 izvodov časnika Delo iz leta 1994 in enako število iz leta 2004. Sestavljajo jih številke, izdane v naključno izbranih dveh tednih v mesecu marcu, juliju in novembru, poleg zgoraj naštetih zamejitev vzorca so bile iz analize izključene tudi vse tematske priloge, prav tako vzorec ni vseboval nedeljske izdaje

¹⁹ Razlikovanje med informativnimi in interpretativnimi zvrstmi pozujemo po Košir, 1989.

Nedelo, saj jih lahko obravnavamo tudi kot samostojne publikacije. V analizo je bilo tako vključenih skupno 679 fotografij, 272 iz leta 1994 in 407 iz leta 2004. Kodiranje sta izvedla avtor in koder, ki ni bil seznanjen s hipotezami analize. Po izračunu soglasja in razpravi o nesoglasno kodiranih primerih za 20 % vzorca za leto 2004 ($n=82$; Scottov $\pi = 0,82$ ali višji za posamično kategorijo), je avtor dokončal kodiranje celotnega vzorca.

Če primerjamo izvod časnika iz leta 1994 z deset let novejšim izvodom ugotovimo, da se je pomembno spremenil že sam izgled publikacije. Poleg prehoda na barvni tisk ga je zaznamovala predvsem spremenjena sporočilna vrednost – zmanjšalo se je skupno število člankov (s 1808 na 1285) in posledično število člankov na stran, povečal pa se je delež člankov s fotografijami oz. fotografij, razširjenih v vest (leta 2004 jih je 31 odstotkov, 1994 pa 16). Prostor za objavo podobe-teksta in tudi samih besedilnih člankov je postal bolj formaliziran, strukturiran, urejen. Naslovnica namenja prominentno vlogo veliki, včasih tudi skoraj četrtino strani veliki podobi-tekstu, fotografije so praviloma večje, čeprav Delo še vedno pogosto uporablja majhne, eno ali dvo stolpične fotografije. Upadlo je število objavljenih karikatur, kar je po vsej verjetnosti posledica izboljšanih možnosti reprodukcije fotografij. Ta sprememba je opazna predvsem na straneh, namenjenim novicam iz tujine, kjer so leta 1994 redno objavljali karikature iz tujega tiska, v letu 2004 pa srečamo tu praviloma le še fotografije. Število drugih grafičnih elementov, kot so grafikoni in zemljevidi, se ni bistveno spremenilo, se je pa je spremenil stil podajanja. Ta je v letu 2004 postal veliko bolj nevtralen, medtem ko so leta 1994 grafični statistični prikazi vsebovali tudi ilustrativne elemente²⁰ – predpripravljene računalniške grafike, kar bi si verjetno lahko razlagali z uvajanjem računalniške tehnologije v proces oblikovanja časopisa. Zgodnje težave digitalne tehnike so opazne tudi pri kakovosti reprodukcije posamičnih fotografij. Tovrsten razvoj v smer povečanja deleža vizualnega posredovanja informacij nikakor ni presenetljiv, saj je skladen z globalnim trendom razmaha vizualnega množičnega sporočanja v zadnjem desetletju dvajsetega stoletja. Med prikazovanimi dogodki prevladujejo napovedani dogodki in psevdodogodki, velik del pa ni namenjen dogodkom, ampak identifikaciji akterjev. Tako denimo v letu 1994 le 16 odstotkov fotografij prikazuje nena povedane dogodke ali njihove posledice, medtem ko predstavlja delež fotografij, namenjenih zgolj vizualni identifikaciji oseb ali predmetov skoraj četrtino vseh objavljenih fotografij. V letu 2004 sta deleža omenjenih kategorij skoraj enaka in skupno predstavljata polovico objavljenih fotografij, medtem ko drugo polovico še naprej sestavljajo upodobitve formalnih, organiziranih dogodkov, kot so tiskovne konference, sestanki in seje ter razne slovesnosti. Pomembna sprememba zadeva tudi vire fotografij: ti so bili leta 1994 večinoma tuje agencije (64 odstotkov), medtem ko so v letu 2004 večino objavljenih fotografij (60 odstotkov) posneli slovenski fotoreporterji.

Glede uporabe fotografij za doseganje narativnih učinkov (*raziskovalno vpra-*

²⁰ Na primer 26. 3. 1994 so grafičnim prikazom strukture odgovorov ankete o dogodkih v Depali vasi dodane ilustracije dveh kavbojev, sodnika, noge, ki stopa na mino, in eksplozije; 30. 7. 1994 pa ocena dela vlade z dvignjenimi in spuščeni palci in tehcnico, medtem ko so grafični prikazi statističnih podatkov v 2004 (npr. 3. 7. 2004 o delu Dimitrija Rupla in Forumu 21) nevtralni, »poznanstveni«.

šanje 1), je Delo zvesto konservativnejši tradiciji časopisov širokega formata. Za prikaz oziroma upovedovanje dogodka je primarno uporabljana ena fotografija; leta 1994 je bilo uporabljenih več fotografij le v desetih primerih, leta 2004 pa v sedemindvajsetih. Pri uporabi več fotografij znotraj enega članka gre v prvi vrsti za ne narativno uporabo, kot so denimo posamični portreti več vpletenih oseb, namenjeni njihovi identifikaciji, ali prikazi istega dogodka na dveh lokacijah (neurje po Sloveniji, 24. 7. 2004) ne pa prikazu dveh različnih vidikov enega dogodka (izjema je npr. Balaševičev koncert, 15. 11. 1994) Le v primeru poročanja o ameriškem predvolilnem boju (3. 11. 2004) sta fotografiji kandidatov tudi »vizualno zoperstavljeni« – kandidata gledata drug nasproti drugemu, njuna nasprotnost pa je dodatno poudarjena z umestitvijo besedila, ki opisuje razliko v njunih stališčih, med fotografiji. Bolj pogosti so primeri narativne uporabe dveh fotografij pri prikazu dogodkov ali njihovih posledic, kot so denimo letalske nesreče, atentati, demonstracije ipd. Pri tem Delo uporablja konvencije, ki jih opisujejo Huxford (2003: 50) ter Kress in Van Leeuwen (1996: 186). Če sta fotografiji različnih velikosti, nam manjša vedno pomeni »prej«, večja pa »sedaj« (npr. 24. 3. 1994: manjša fotografija kaže letalo, večja pa razbitine na prizorišču nesreče), če pa sta fotografiji enako veliki, nam časovne odnose praviloma sugerira pozicija zgoraj (prej) ali spodaj (potem) (npr. demonstracije in čiščenje smeti po demonstracijah, 23. 3. 2004). Poseganje z grafičnimi elementi v samo podobo je izjemno redko, primer tega je z rdečim kolobarjem obkrožena rana na fotografiji atentata na tajvanskega predsednika vlade (20. 3. 2004).

Kar zadeva uporabo fotografskih sredstev za izražanje metaforične simbolizacije (*raziskovalno vprašanje 2*), ugotovimo, da je v letu 1994 delež tovrstnih fotografij 7,7 odstoten (21 fotografij), v letu 2004 pa predstavlja 10 odstotkov (41 fotografij), pri čemer ta razlika ni statistično značilna. Največkrat uporabljano sredstvo metaforične simbolizacije je razporeditev oseb ali objektov znotraj okvira fotografije za simbolni prikaz odnosov med njimi (skupno 26 fotografij), sledi uporaba gest in izrazov oseb ter njihova telesna bližina (skupno 21 fotografij), jasno prepoznavnih državnih ali organizacijskih simbolov (skupno 14 fotografij), redkejša pa je uporaba selektivne globinske ostrine ali ekstremnih kotov snemanja²¹ (primeri: na fotografiji, ki prikazuje razrešitev Dimitrija Rupla, sta prikazana Anton Rop in Dimitrij Rupel, kako korakata vsak v svojo smer; prazen stol pod Arafatovo sliko na sestanku vrha PLO; Borut Pahor meče šenco na vrata, skozi katere bo odšel na pogajanja o koaliciji, podnapis sprašuje, ali bo Pahor v vladi v senci; novi direktor podjetja je v prvem planu, stari direktor v ozadju in zamegljen, podobno fotografija zapornikov v Guantnamu skozi neostro ograjo v prvem planu ali fotografija plakata Sadama Husseina skozi prestreljeno šipo; poslanca italijanske in madžarske manjšine, slikana iz ekstremne žabje perspektive, ki simbolizira pomembno vlogo njunih glasov; šepetanja, smejanja, žuganja s kazalcem ali podpiranje glave kot vizualnih metafor za zarotništvo, zasmehovanje, groženj itd., denimo fotografija direktorja Slovenskih železnic s prstom pod nosom, objavljena v članku o dobičku podjetja).

²¹ Seveda lahko forograf za zakodiranje metaforičnega pomena uporabi kombinacijo več naštetih izraznih sredstev.

Leta 1994 je večji del objavljenih fotografij, ki jih zaznamuje »premik onstran referenčnega«, domačega izvora (skoraj dve tretjini), v letu 2004 pa imajo agencijski viri enakovreden delež. Pri agencijskih fotografijah gre tematsko večinoma za poročanje o trajajočih, razvijajočih se dogodkih, medtem ko so metaforične fotografije Delovih fotoreporterjev predvsem fotografije poročanja o delu poslancev. Gre za fotografije »ujetih trenutkov« dogajanja v parlamentu, večinoma med odmori ali pred zasedanji, katerih pogostost si lahko razlagamo skozi relativno »novost« svobodne(jše)ga poročanja o delu parlamenta in voljenih predstavnikov oblasti. Pri tem gre hkrati za potrebo po približanju delovanja organov in institucij (še relativno) nove demokratične oblasti bralcem ter redefiniranje in iskanje meja dovoljenega oz. sprejemljivega novinarskega poročanja. Fotoreporterji tu nastopajo v macaulayevski vlogi novinarjev kot četrtega stanu, ki z balkona opazuje delovanje parlamenta (glej Macaulay v Splichal, 2001: 43), in s tem utrjujejo dominantno ideologijo vloge novinarskega sporočanja v medijskem diskurzu razvijajoče se demokratične družbe. Še več, s tovrstnimi fotografijami se novinarji (in posledično časniki) pozicionirajo kot posredovalci privilegiranih informacij, saj so sposobni odkriti tisto pravo, »skrito resnico« za površjem formalnih dogodkov. To pa nam fotografije »ujetih trenutkov« poslancev sporočajo prav skozi »nasprotje formalnosti situacije (javne osebe, uradni sestanki) in neformalnosti nepoziranega trenutka« (Huxford, 2001: 57). Podobno si lahko tudi metaforične fotografije zunanje političnih dogodkov, ki so značilne za razvijajoče se dogodke in poročanje z ustaljenih kriznih žarišč, razlagamo skozi preplet profesionalnih in ideoloških dejavnikov. Tu mislimo predvsem na fotoreportersko maksimo »povzeti bistvo dogodka v eni sami podobi«, ki se za večjo pripovedno moč zateka k uporabi lahko prepoznavnih, univerzalnih simbolov (glej npr. Griffin, 1999). S tem ne povečuje zgolj vizualne atraktivnosti podobe, ampak tudi verjetnost, da bo fotografija sploh uporabljena (npr. zaradi drugačnosti od prej objavljenih fotografij).²²

Glede uporabe interpretativnih podnapisov (*raziskovalno vprašanje 3*) ugotavljamo, da v Delu večinoma prevladujejo informativni (opisni) podnapisi in nastavčne identifikacije oseb. Le izjemoma naletimo na objavljeno fotografijo brez podnapisa, srečamo pa tudi majhen delež podnapisov, ki se na fotografijo vsebinsko sploh ne nanašajo, vendar gre pri teh dveh kategorijah za pojave marginalnih razsežnosti. Razmeroma pogosta pa je raba interpretativnih podnapisov ali delov besedil, ki skupno predstavljajo skoraj deset odstotkov vseh objavljenih podnapisov, analiza pa hkrati pokaže, da je njihova raba statistično značilno povezana s časovno dimenzijo. Na vzorcu je namreč opazen statistično značilen (brez tveganja) premik k večji nevtralnosti sporočanja, delež interpretativnih besedil pade iz 15 odstotkov v letu 1994 na le 5,6 odstotkov v letu 2004.

Poleg tega ugotavljamo, da je pojavnost interpretativnih besedil podobe-teksta tematsko odvisna – največji del se jih namreč pojavi pri fotografijah poslancev in dela v parlamentu, v nekaj manjšem obsegu pa se pojavljajo tudi ob fotografijah dnevnih dogodkov in zunanje političnih novic, kjer prevladujejo pri poročanju o »nezahodnih« državah. Vendar so tudi znotraj kategorije fotografij poslancev opaz-

²² K temu bi lahko dodali tudi tekmovalnost med samimi fotoreporterji, da bi posneli čim bolj izvirno ter pomensko in tehnično »popolno« fotografijo istega dogodka, ki ga pokrivajo.

ne razlike: leta 2004 gre večinoma za prikaz dela poslancev, leta 1994 pa se interpretativni napisi pojavljajo ob fotografijah »ujetih trenutkov« dogajanja v parlamentu, večinoma med odmori ali pred zasedanji. Fotografije kažejo poslance v trenutkih medosebne komunikacije, pri čemer izkoriščajo kulturno deljene interpretacije obrazne mimike, gestikulacije, telesne drže in bližine kot vizualne metafore, katerih pomen je še dodatno sidran skozi interpretativne podnapise (npr. fotografija šepetanja dveh poslancev opremljena s podnapisom *Zadnji posvet pred durmi EU*, 12. 11. 1994, govor poslanca z dvignjenim kazalcem pa z *Bo kaj več denarja za kulturo?*, 26. 7. 1994). Druga vrsta Delove rabe interpretativnih podnapisov pod fotografijami »ujetih trenutkov« pa pri pomensko nevtralnějšíh fotografijah namiguje na interpretacijo, ki presega denotativno raven prikazanega (npr. fotografija skupine poslancev v smehu je opremljena s podnapisom *Smeh zaradi napada na Igorja Omerzo?*, 27. 7. 1994). Nekaj ilustrativnih primerov: *Ministra, ki si imata veliko povedati*; *Resna predsednica in nasmejana člana*; *Molk je včasih bolj zgovoren kot zlato*; *Medtem ko so sabljo brusili, je jezik že glavo odsekal*; *Tihožitje s pipo* (Dimitrij Rupel kadi pipo); *Nasmeh na kvadrat* (portret Boruta Pahorja); *Vrnitev na »kraj zločina« Zlatko Halilović na novi (stari) službi*; *V čakalnici – gneča pred vrati, ki vodijo v koalicijo*; *Maratonec* (predsednik državnega zbora med »maratonsko« sejo). Uporaba interpretativnih podnapisov za notranje ali zunanje politične dogodke je redkejša, kot npr. *Kdo pa so ti mladi fantje?* (ameriški vojaki nameščajo strojnico na položajih v Južni Koreji) ali *Draga naša....Natalija* (naslov ob razstavi oglasov za Slovensko vojsko). Pri tem pa največkrat igra vlogo stigmatizacije ali diskreditacije skozi vrednostne opredelitve in stilno zaznamovane besede, npr. *možakarja* (za ukrajinska najstnika, ki kadita), *možak* (za bosanskega carinika), *Zastave, simboli in boršč* (Ukrajina pred volitvami) itd. Pri tem pa moramo opozoriti, da uporabe tovrstnih oznak ali izrazov ne zasledimo pri poročanju o državah razvitega Zahoda.

Glede odnosa med simbolno metaforično vsebino fotografije in interpretativnim podnapisom ugotovimo, da v letu 2004 med njima ne obstaja statistično značilna povezava, za leto 1994 pa je ta povezava statistično značilna (brez tveganja), kar pomeni, da ima vizualno metafora tudi interpretativni podnapis. Več interpretativne »svobode«, ki so jo v letu 1994 deležni Delovi fotoreporterji in novinarji, še posebej pri fotografijah »ujetih trenutkov« poslancev, smo že v okviru raziskovalnega vprašanja 2 obravnavali v luči svobodne(jše)ga poročanja in iskanja meja dovoljenega oz. sprejemljivega poročanja. Podobno lahko gledamo na spremembo prikazovanja poslancev iz neformalnih trenutkov v formalne izseke delovnega procesa kot na vzpostavljeno rutiniranost delovanja institucij in naraščajočega obvladovanja komunikacije s strani formalnih virov, ki ima za posledico ne samo formalizirano besedilno poročanje (glej npr. Poler Kovačič, 2004), ampak tudi formalizacijo njihovega vizualnega prikazovanja.

Glede dimenzije samorefleksije (*raziskovalno vprašanje 4*), tj. pogostosti uporabe vizualnih ali besedilnih znakov, ki bi kazali na dejstvo, da je fotografska podoba konstrukcija in ne odsev stvarnosti skozi metadiskurz o novinarstvu – analiza obeh vzorcev pokaže, da so meta-fotografije sestavni element Delovega novinarskega sporočanja, vendar njihova uporaba ni pogosta. Leta 1994 je bilo objavljenih

deset fotografij, ki bi v kadru vključevale tudi druge fotoreporterje, snemalce ali novinarje pri delu, leta 2004 pa sedem. Poleg tega med njimi ne prevladujejo fotografije, za katere lahko trdimo, da gre za nedvoumno namensko vključitev drugih fotografov in novinarjev v kader, ampak je lahko njihova prisotnost v kadru posledica okoliščin dela (npr. majhne sejne sobe ipd.). Tovrstni namerni primeri so denimo fotografije čakajočih novinarjev in snemalcev za članek o zasedanju državnega zbora, ki je potekala za zaprtimi vrati (28. 7. 1994), tiskovna konferenca Janeza Janše, kjer je slednji v kadru marginaliziran, centralno mesto pa zasedajo fotoreporterji med svojim delom (25. 3. 1994) ali novinarji, ki klečijo med snemanjem izjav predsednika deželnega odbora Furlanije – Julijske krajine (29. 7. 2004).²³ Tudi sicer je delež objavljenih fotografij, ki odstopajo od naturalistične konvencije, relativno majhen – 21 fotografij (7.7 %) leta 1994, desetletje kasneje pa 25 fotografij (6 %), pri čemer to preseganje ni omejeno na metafotografije, ampak je lahko tudi rezultat očitnega poziranja subjektov, njihove reakcije na fotografiranje ali očitne uporabe fotografskih izraznih sredstev (npr. selektivna ostrina), pri čemer zaznamo izrazit porast deleža prav slednjih. Še manj pogosta je uporaba novinarskega metadiskurza v tekstovnem delu podobe-teksta. Med skupno 679 analiziranimi enotami, le dva podnapisa (5. 7. in 10. 11. 1994) problematizirata prikazano oz. se nanašata na fotografijo kot fotografsko reprodukcijo dogodka.

Razprava

Delo primarno uporablja novinarsko fotografijo kot sredstvo identifikacije in verifikacije in čeprav večinoma podlega tradicionalni normi fotografskega realizma, moramo opozoriti na dve pomembni ugotovitvi. Prva je opazen, pomemben razkorak med vizualnim in besedilnim sporočilom podobe-teksta (interpretativno besedilo ob informativni fotografiji ali obratno). Druga, da so prikriti rabe vizualnega simbolizma (posredovanje interpretativnih besedil kot informativnih) pogostejše od problematiziranja ali kritične refleksije naturalizma novinarske fotografije in novinarskega sporočanja.

Obe imata pomembne posledice za neupoštevanje ločevalne norme, določene s Kodeksom novinarske etike (11. člen Kodeksa novinarjev Slovenije: »Novinar mora ločiti informacije od komentarjev. Razlika med poročilom o dejstvih in komentarjem mora biti jasno razvidna.«). Ločevalna norma vsebuje dve zahtevi, prva je prepoved mešanja dejstev in mnenj, druga pa prepoved enostranskega poročanja (Erjavec, 1999: 46-47). Je pa hkrati sestavni del ideje novinarske objektivnosti in kakovosti poročanja, utemeljena na predpostavki, da si posameznik lahko ustvari neodvisno mnenje o dogodku le, če je poročanje o njem nevtravno, brez novinarjeve interpretacije. Sicer se zavedamo, da zgolj dosledno ločevanje dejstev in mnenj še ne zagotavlja nevtralnega poročanja, saj tudi ločevanje ni vselej vrednostno nevtravno (glej npr. Schönbach v Erjavec, 1999: 40-41), vendar je njegovo neupoštevanje

²³ V to kategorijo bi lahko uvrstili tudi fotografije poslancev, ki med zasedanji državnega zbora prebirajo časopise (v naših primerih gre za prikaz branja *Dela*, ne pa drugih časopisov), pri čemer podnapisi komentirajo pomembnost obveščenosti ali celo superiornost potrebe po informiranosti o poročanju množičnih medijev (18. 3. 1994).

pri uporabi novinarske fotografije še posebej problematično. Človek se namreč na vid zanaša bolj kot na druge čute (Kress in Van Leeuwen, 1996: 159), vizualna percepcija pa poteka in usmerja naše reakcije pred zavestno razumsko percepcijo,²⁴ poleg tega si ljudje vizualne informacije tudi bolje zapomnimo (Newton, 2001: 90).

Vizualni simbolizem sam po sebi ni problematičen, kot smo že prikazali, gre za lastnost, ki je inherentna mediju samemu oziroma, kot pravi Schwartzova (1992: 106), novinarske fotografije ne podlegajo samo pravilom novinarskega, ampak tudi pravilom slikovnega sporočanja. Vizualni simbolizem uresničuje zahteve obeh – jasna, točna, kratka, hitro prepoznavna in lahko razumljiva sporočila.²⁵ Prav slednje pa je pri novinarski fotografiji možno zelo učinkovito doseči prav skozi vizualni simbolizem in metaforičen prikaz dogodkov, vendar je tu ključno vprašanje meje – najhitreje razpoznavne in najbolj jasno razumljive fotografije so stereotipni prikazi. Torej sta vizualni simbolizem in metaforični prikaz dogodkov podobe-teksta problematična, ker tako ustvarjeni nivoji simbolizma ustvarjajo vizualne namige in pomene, ki lahko okvirijo ali zavajajo percepcijo bralcev. Okvirjanje (framing) tu razumemo skladno z Entmanovo definicijo kot proces izbire določenih delov realnosti in izpuščanjem drugih za povečanje vidnosti in pomembnost izbrane informacije, s čimer se promovira točno določena definicija, interpretacija ali moralna sodba dogodka (1993: 52-54). Okvirjanje torej zmanjša sposobnost občinstva za ustvarjanje alternativnih pomenov, še posebej pri tako intencionalnem sporočanju, kot so novice, kjer je polisemičnost sporočila že v osnovi minimalizirana. Kot opozarjata Kress in Van Leeuwen, vizualne reprezentacije »vselej ustvarjajo podobe realnosti, ki so omejene z interesi družbenih institucij, v katerih so slike ustvarjene, razširjane in brane. Vselej so ideološke.« (1996: 45, poudarek v izvirniku) Objavljena podoba-tekst je rezultat večstopenjskega procesa kulturno, institucionalno in individualno določene selekcije oziroma vključitve, ki jo opravlja cela veriga medijskih »profesionalcev«, pri tem pa ni nujno, da je njena ideološka obarvanost posledica njihove namerne izbire ali zavestne zaznave.

Prva zgoraj omenjena ugotovitev se nanaša na t.i. nasprotujoče zakodiranje (contrasting encoding) podobe-teksta in je pogost pojav v sodobni medijski praksi, skozi katerega se izvaja zavestna ali nezavedna stigmatizacija določenih družbenih skupin ali posameznikov. Številni avtorji Van Leeuwen, 2001; Messaris in Abraham, 2001; Shahira, 2004; glej tudi Tomanić Trivundža, 2004) denimo ugotavljajo razširjenost rasističnih apelov skozi »neubeseden« – uporaba vizualnega za okvirjanje sporočil o rasnih in etničnih manjšinah v novicah ali izobraževalnem diskurzu. Vizualne metafore so tako denimo uporabljane za izražanje tistega, kar bi kot napisano veljalo za nesprejemljivo. Enako »problematičen« pa je tudi drugi vidik »preseganja referenčnega«, ki ga zasledimo v Delovem sporočanju, tj. uporaba fotografij za podeljevanje vizualne validacije informacijam, ki jih podoba ne vsebuje. Tovrstno vsiljevanje interpretativnih pomenov besedila fotografijam pa predstavlja ključno razliko med deklarirano in dejansko rabo novinarske fotografije.

²⁴ Za izčrpen pregled raziskav glej Newton, 2001.

²⁵ Tako Griffin (1999) na primer ugotavlja, da najmarkatnejše novinarske fotografije, ki so hkrati tudi najmočnejše nosilke simbolne konstrukcije kolektivne identitete in spomina, niso vedno nujno prenašalke novičarskih vrednot, vedno pa vsebujejo močne simbolne komponente.

Kot kaže analiza, se Delo v letu 2004 v primerjavi z 1994 giblje v smer vrednostno nevtralnega poročanja, točneje, bolj prikritega kot nevtralnega, kar nam kaže upad sočasne uporabe interpretativne podobe in interpretativnega teksta. Podobno tendenco smo zaznali tudi pri uporabi drugih grafičnih elementov, kot so grafični prikazi statističnih podatkov. Vendar Delo še vedno nadaljuje z uporabo podobe-teksta, ki »presega referenčno«, le da je uporaba tovrstnega simbolizma previdnejša in subtilnejša. Tako ne moremo trditi, da gre za (uspelo) načrtno uredniško repozicioniranje v bolj nevtralen, objektivni stil poročanja, ampak za bolj previdno nadaljevanje uporabe podobe-teksta v okviru tradicionalne ideologije realizma in naturalizma novinarske fotografije. To nam nenazadnje kaže tudi šibek samorefleksivni diskurz, izogibanju uporabe metafotografij in spremljajočih besedil ali uporabe dveh ali več fotografij za prikaz različnih vidikov istega dogodka. Splošno sprejemanje novinarske fotografije kot realističnega prikaza stvarnosti in ne kot ideoloških reprezentacij stvarnosti je neločljivo povezano z zaupanjem občinstva in vlogo, ki jo to pripisuje mediju. Prav zato preočita ali prepogosta simbolno metaforična uporaba podobe – teksta krha zaupanje občinstva in ne ogroža le integritete podobe, ampak tudi časnika (in medija) samega. Izogibanje kršitev naturalistične reprezentacije je le eden od načinov ohranjanja zaupanja bralcev, drugi, morda učinkovitejši, je kritična samorefleksija. In ta postaja v obdobju, ko je z digitalizacijo novinarske fotografije realizem podobe zaradi enostavnosti manipulacij in odsotnosti »originalne« podobe postal izključno stvar zaupanja v medijsko osebje, vse pomembnejša. Pri tem nikakor ne smemo pozabiti, da je pojmovanje realističnega družbeno konstruirano in posledično tudi spremenljivo. Trenutno je (še vedno) realistično to, kar nam kaže »35 milimeterska« fotografija, vendar to temelji zgolj na odnosu zaupanja, da bodo fotoreporterji, skladno z določili poklicne etike, storili vse, da zagotovijo točno in pošteno poročanje – celo bolj kot pišočii novinarji.

LITERATURA

- Alloula, Malek (1987) *The Colonial Harem*. Manchester: Manchester University Press.
- Barthes, Roland (1978): *Rethoric of the image*. V *Image-Music-Text*, 15-32. New York: Hill and Wang.
- Barthes, Roland (1980/1992): *Camera lucida: zapiski o fotografiji*. Ljubljana: ŠKUC.
- Becker, Karin (1996): *Pictures in the press: Yesterday, Today, Tomorrow*. V Ulla Carlsson (ur.) *Medierna i samhället. Igår, idag, imorgon*. Göteborg: Nordicom
- Becker, Karin E. (2003): *Photojournalism and the tabloid press*. V L. Wells: *The photography reader*, 291-308. London: Routledge.
- Brennen, Bonnie in Hanno Hardt (1999): *Picturing the Past: Media, History and Photography*. Chicago: University of Illinois Press.
- Chaplin, Elizabeth: (1994) *Sociology and Visual Representation*. New York: Routledge.
- Chapnick, Howard (1994): *Truth Needs No Ally: Inside Photojournalism*. St. Louis: University of Missouri Press.
- Comolli, Jean-Louis (1986): *Technique and Ideology: Camera, Perspective, Depth of Field*. V P. Rosen (ur.), *Narrative, Apparatus, Ideology. A Film Theory Reader*, 421-443. New York: Columbia University Press.
- Davenport, Alma (1991): *The history of photography: An overview*. Albuquerque: University of New Mexico Press.

- Edwards, Elisabeth (1992): *Anthropology and photography 1860–1920*. New Haven: Yale University Press.
- El Rafea, Elisabeth (2003): Understanding visual metaphor: the example of newspaper cartoons. *Visual Communication*, 2(1): 75-95.
- Erjavec, Karmen (1999): *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Ewans, Jessica in Stuart Hall (ur.) (1999): *Visual Culture: The reader*. Verso: London.
- Fahmy, Shahira (2004): *Picturing Afghan Women: A Content Analysis of AP Wire Photographs During the Taliban Regime and after the Fall of the Taliban Regime*. *Gazette*, (66)2: 91-112.
- Frizot, Michael (1998): The body of evidence: The ethnography of difference. V M. Frizot: *The new history of photography*, 258-271. Bonn: Könneman.
- Goldberg, Vicki (1991): *The power of photography: How photographs changed our lives*. New York: Abbeville Press.
- Gonzales-Day, Ken (2002): Analytical photography: Portraiture, from the index to the epidermis. *Leonardo*, 35(1): 23-30.
- Griffin, Michael (1999) *The Great War Photographs: Constructing Myths of History and Photojournalism*, V B. Brennen and H. Hardt (ur.) *Picturing the Past: Media, History and Photography*, 121-157. Chicago: University of Illinois Press.
- Hall, Stuart (1997): The spectacle of the Other. V S. Hall (ur.), *Representation: Cultural representations and sygnifying practices.*, 223-79. London: Sage.
- Hall, Stuart (2004): Lastnosti novičarsih fotografij. V: Breda Luthar, Vida Zei, Hanno Hardt (ur.) *Medijska kultura. Kako brati medijske tekste*, 193-210. Ljubljana: ŠOU.
- Hardt, Hanno (2001): Photojournalism. V *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. N.J. Smelser in P.B. Bates (ur.), Vol. 17: 11402-05. Amsterdam: Elsevier Science.
- Hardt, Hanno (2003): Predstavljanje osamosvojitve: podoba/tekst slovenskega fotožurnalizma. *Teorija in praksa*, 40(4): 605-626.
- Howells, Richard (2002): *Visual Culture: An introduction*. Cambridge: Polity press.
- Huxford, John (2001): Beyond the referential: Uses of visual symbolism in the press. *Journalism* 2(1): 45-71.
- Kodeks novinarjev Slovenije (2002). Dostopno preko: http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks_ns.php (20. 2. 2005)
- Koenig, Thilo (1998): The other half: The investigation of society V Michael Frizot (ur.) *The new history of photography*, 346-357. Bonn: Könneman.
- Košir, Manca (1989): *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: DZS.
- Kress, Gunther in Theo Van Leeuwen (1996): *Reading images: The grammar of visual design*. London: Routledge.
- Lacey, Nick (1998): *Image and representation: key concepts in media studies*. London: Macmillan.
- Lester, Martin Paul (1991): *Photojournalism: An ethical approach*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Lutz, Catherine. A. and Jane L. Collins (1993) *Reading National Geographic*. Chicago: University of Chicago Press.
- Messaris, Paul (1994): *Visual Literacy: Image, mind, and reality*. Boulder: Westview Press.
- Messaris, Paul (1997): *Visual Persuasion: The role of images in advertising*. Thousand Oaks: Sage.
- Messaris, Paul in Linus Abraham (2001): The Role of Images in Framing News Stories. V D. Reese, O.H. Grandy, A.E. Grant: *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, 215–26. Mahwah, N.J.: Erlbaum.
- Mirzoeff, Nicholas (1999): *An Introduction to Visual Culture*. New York: Routledge.
- Mirzoeff, Nicholas (ur.) (2002): *The Visual Culture Reader*. New York: Routledge.
- Mitchell, W.J. Thomas (1995): *Picture Theory*. Chicago: Chicago University Press.

- Munir, Kamal in Nelson Phillips (2004): The Birth of the Kodak Moment: Institutional Entrepreneurship and the Adoption of New Technologies. Dostopno preko: <http://ssrn.com/abstract=538782> (20. 2. 2005)
- Nerone, John in Barnhurst, Kevin G. (2003): News form and the media environment: a network of represented relationships. *Media, Culture and Society*, 25(1): 111-124.
- Newton, Juliane H. (2001): The Burden of Visual Truth: The Role of Photojournalism in Mediating Reality. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Poe, Edgar Allan (1840/1943): The daguerreotype. V C.S. Brigham (ur.), Edgar Allan Poe's Contributions to Alexander's Weekly Messenger. Worcester: American Antiquarian Society. Dostopno preko: <http://www.daguerre.org/resource/texts/poe.html> (20. 2. 2005)
- Poler Kovačič, Melita (2004): Novinarska rutina in (pre)moč uradnih virov informacij. *Teorija in praksa*. (41) 3/4: 690-702.
- Robins, K. (1996): Into the Image: Culture and Politics in the Field of Vision. New York: Routledge.
- Scherer, Joanna C. (1992) The Photographic Document: Photographs as primary Data in Anthropological Enquiry. V E. Edwards, *Anthropology and photography 1860-1920*, 32-40. New Haven: Yale University Press.
- Schwartz, Donna (1992): To tell the truth: Codes of objectivity in Photojournalism. *Communication*, 13: 95-109.
- Schwartz, Donna (1999): Objective representation: Photographs as facts. V B. Brennen in H. Hardt (ur.), *Picturing the Past: Media, History and Photography*, 158-181. Chicago: University of Illinois Press.
- Sekula, Alan (1982): On the Invention of Photographic Meaning. V V.Burgin (ur.): *Thinking Photography*, 84-109. London, Macmillan.
- Sontag, Susan (1977/2001): O fotografiji. Ljubljana: Študentska založba.
- Splichal, Slavko (2001): Štirje fragmenti o tisku in javnem mnenju. *Javnost* (8), 9-46.
- Sturken, M. and L. Cartwright (2001) Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture. New York: Oxford University Press.
- Szarkowski, John (2003): Introduction to the photographer's eye. V L. Wells (ur.): *The photography reader*, 97-103. London: Routledge.
- Tagg, John (1981): Power and photography. V T. Bennett et.al.(ur.): *Culture, Ideology and Social Progress*. London, Batsford/Open University.
- Tagg, John (1988): The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories. London, Macmillan.
- Thomas, Julia (ur.)(2000): *Reading Images*. New York: St. Martin's Press.
- Tirohl, Blu (2000): The photo-journalist and the changing news image. *New media & society* 2(3): 335-352.
- Tomanić Trivundža, Ilija (2004): Orientalism as news: Pictorial representations of the US attack on Iraq in Delo. (5)4: 480-499.
- Van Leeuwen, Theo in Carey Jewitt. (ur.)(2001): *Handbook of Visual Analysis*. London: Sage.
- Vertov, Dziga (1978): Kinoki – manifest. V Dušan Stojanović: *Teorija filma*, 271-283. Beograd: Nolit.
- Zelizer, Barbie (1994): *Covering the Body: The Kennedy Assassination, the Media, and the Shaping of Collective Memory*. New York: Routledge.
- Zelizer, Barbie (1995): Journalism's last stand: Wirephoto and the discourse of resistance. *Journal of Communication*, 45: 78-92.
- Wells, Liz (ur.)(2003): *Photography: A Critical Introduction*. London: Routledge.
- Wright, Terence (1999): *The photography handbook*. Routledge, London, New York.

SPOLNA DIFERENCIACIJA V FOTOLJUBEZENSKIH ZGODBAH MLADOSTNIŠKIH REVIJ

Povzetek: *Autorica analizira, kako mladostniške revije re-producirajo tradicionalna spolna sporočila. V eksemplarični semiološki raziskavi fotoljubezenskega romana, objavljene-ga v mladostniški reviji Bravo, ugotovi, da ta ponuja tradi-cionalna socializacijska sporočila o moškosti in ženskosti. 'Resnični' fotoljubezenski roman vizualno in verbalno neus-klajeno reprezentira ženski lik. Verbalni znaki ga označuje-jo kot samozavestnega, njegova telesna govorica pa ponuja ravno nasproten vtis.*

Ključne besede: *spol, mediji, mladostniške revije, fotoroman*

Uvod

Kdo sem jaz? Najprej in predvsem sem 'seveda' ženska. Kdo drug bi odgovoril, da je moški. Spol določene osebe je nedvomno ključen, vendar pa ne naravno dan vidik osebne identitete. Socialnokonstruktivistični pristop obravnava spol kot kompleksen konstrukt, aktivno proizveden v procesu oblikovanja osebne identite-te (Keupp in Höfer, 1997). »Spol je torej lahko razumljen kot poseben diskurz, to je skupek prekrivajočih se in pogosto nasprotujočih si kulturnih opisov in predpisov, ki se nanašajo na spolno razliko ter izhajajo iz določenih ekonomskih, družbenih, političnih, tehnoloških in ostalih nediskurzivnih kontekstov in jih hkrati regulirajo« (van Zoonen, 1994: 33).

Že od rojstva naprej nam sprva primarne, kasneje pa še druge socialne skupine ponujajo predstave in opise spola. Ko se obnašamo v skladu z njimi, vnašamo v svojo socialno interakcijo izraz določenega spola. Spol torej ni nekaj, kar 'imamo', temveč je nekaj, kar nenehno 'delamo' ('doing gender'). Drugi ocenjujejo naše vsakokratno obnašanje po merilu, kako izpolnjujemo odgovarjajoče predstave o spolu. 'Doing gender' ne zadeva samo posameznikovo samoidentifikacijo, temveč tudi socialno razvrščanje posameznikov, saj so določenim socialnim vlogam (moškim ali ženskam) dodeljene samo določene naloge. Verjetno je spolna somoiden-tifikacija celo najpomembnejši družbeni kriterij socialne klasifikacije posamez-nikov. Sociolog Goffman je zelo jedrnat povzel misel o pomenu družbene konstrukcije spola: »Spol, ne religija, je opij za ljudstvo« (Goffman, 1981: 131).

Na vprašanje, kakšna je vloga medijev (npr. Critian-Smith, 1990; van Zoonen, 1994; McKinley, 1997), še posebej pa mladostniških revij (McRobbie, 1991, 1996; McCracken, 1993; Peirce, 1993, 1995; Duffy in Gotcher, 1996; Currie, 1999; Kehily, 1999) v procesu oblikovanja individualne spolne identitete, je bilo v preteklosti do-volj dobro odgovorjeno. Na primer, analiza besedil najbolj brane britanske mla-dostniške revije *Seventeen* na začetku 90. let prejšnjega stoletja je pokazala, da ta še

* Dr. Karmen Erjavec je docentka na Oddelku za komunikologijo na Fakulteti za družbene vede.

vedno posreduje stereotipno tradicionalna socializacijska sporočila: mladostnica naj vso svojo pozornost usmeri v skrb za svojo zunanost, v iskanje moškega, ki jo bo varoval, in v učenje o gospodinjstvu (Peirce, 1993: 65). »Mladostniške revije učijo dekleta, kako naj postanejo ženske.«, je zelo na kratko povzela vpliv teh revij na mladostnice McRobbiejeva (1991: 221). Ballaster in kolegice (1991: 4) trdijo, da so mladostniške in ženske revije tako tržni proizvod in medij za prodajo tržnih proizvodov kot tudi skupek podob, ki se nanaša na imaginarni svet. Te revije tematizirajo čustvenost, spolnost in osebne probleme, v središče pa postavljajo ženske izkušnje. Bralkam ponujajo participacijo in pripadnost, pa tudi spremembo in osebno izpopolnitev. Vendar pa užitka ne ponujajo »neodvisno od odnosov moči«, saj so ideološko in oblikovno strukturirane tako, da ne ponujajo političnih rešitev, ampak vsebino upovedujejo le v okviru osebnih problemov. »T/e revije morajo biti razumljene kot kulturna oblika, oblikovana in izdana, da bi primarno ustvarjala dobiček« (Ballaster et al., 1991: 176). Čeprav večina deklet ni kulturno nepismenih, da si ne bi mogla ustvariti lastnih pomenov iz prispevkov mladostniških revij, recepcijske študije dokazujejo (npr. McRobbie, 1991; Currie, 1997, 1999), da mladostniške revije nedvoumno pomembno vplivajo na oblikovanje njihove spolne identitete.

Kritično preučevanje medijev in spola je raziskalo skoraj vsa relevantna področja medijske pokrajine, zanemarilo pa ponudbo uspešnega žanra mladostniških revij, tj. fotoromana (izjema sta: Frank, 1997; Mühlen Achs, 1997, 2004). S to ponudbo se bom teoretično in empirično ukvarjala v tem članku, da bi pokazala, kako ta žanr reproducira tradicionalne spolne predstave o ženskah. V analizi izhajam iz socialnokonstruktivistične paradigme, v eksemplarični empirični raziskavi fotoromana, objavljenega v mladostniški reviji *Bravo*, pa uporabljam semiološko ogrodje, ki je po besedah van Zoonenove (1994: 74) zelo popularno v preučevanju ženskih in mladostniških revij, ker omogoča odkrivanje prikritih struktur pomena.

Teoretično ogrodje

Sporočila o spolu v kontekstu oblikovanja identitet

V naši kulturi se predstave o spolu nanašajo na telo, psihične in socialne vidike identitete. Tako se od družbeno označenih 'moških' bitij na primer predvsem pričakuje, da so veliki, silni in močni, željni pustolovščin, pogumni, čustveno stabilni, neodvisni, avtonomni in sposobni uveljavljanja. Čeprav predstave o ženskem spolu omogočajo večji manevrski prostor, so 'ženska' bitja še vedno ocenjevana s tradicionalnimi klišeji: lepe, suhe, ljubke, blage, prijazne, zadržane in čustvene, manj v poklic in bolj v socialne odnose usmerjene osebe (McRobbie, 1991). Okoliča vpliva na posameznikovo/-ičino pripravljenost, da sprejme te lastnosti in jih ponotranji tako, da vzorec obnašanja, ki ustreza pričakovanemu, nagradi, neprimerne pa sankcionira.

Kot sem že prej omenila, tradicionalne predstave o spolu ne vplivajo le na oblikovanje posameznikove identitete, ampak tudi prejudicirajo določen odnos med spoloma, v katerem moški dominira (oziroma mora dominirati), ženska pa se mu prostovoljno podredi. Ta vzorec oblikuje osnovo asimetričnega dvospolnega sistema, ki se kaže v neenakopravni razporeditvi moči med spoloma. V preteklosti naša

kultura ni toliko spreminjala predstave o spolu, kot je spreminjala načine posredovanja in v odvisnosti od tega tudi kakovost zasidranja predstav v subjektu (Mühlen Achs, 1993). V preteklosti so bila ženskam – tudi moškim, čeprav v veliko manjši meri – namenjena jasna navodila, s pomočjo katerih so oblikovale svoje obnašanje in čustva. Primere lahko najdemo v razvpitih pismih apostola Pavla (»Ženska v občestvu molči!«) ali v srednjeveških normah obnašanja, ki so na primer ženskam prepovedala neposreden očesni stik s tujimi moškimi, javno razkazovanje svojega telesa, jasno izražanje določenih čustev (Mühlen Achs, 1993: 60).

Proces vizualizacije v 20. stoletju je spremenil proces individualnega oblikovanja spola. Danes so njegovi nosilci vizualni mediji. V nasprotju s primarno moralno utemeljenimi verbalnimi nasveti v preteklosti sodobne slike množičnih medijev ponujajo prevladujoče predstave o spolu na vzporeden in obenem poseben način. Sodobne medijske slike, predvsem pa njihove ikonske značilnosti, omogočajo neposredno spolno usmerjanje, saj »/d/elujejo primarno na čustveni in podzavestni ravni, pri tem pa posamezniku/-ici zmanjšujejo možnost za kritično refleksijo« (Mühlen Achs, 2003: 203). Vizualna sporočila vplivajo na telo in psiho močneje kot verbalna ter se manifestirajo v različnih telesnih oblikah, načinih obnašanja in predstavah o ženskosti in moškosti in heteroseksulni atraktivnosti (prav tam).

Slike teles

Oblikovanje osebne identitete fantov in moških podpirajo medijske slike trdnih in čustveno neprizadetih oseb, 'cool action man', reševalcev sveta z nadčloveškimi telesnimi močmi, ki se ujemajo s hegemonično predstavo o moškosti. Ko jih fantje prevzemajo in ponotranjajo, se identificirajo s stremljenjem po avtonomiji in moči, s pripravljenostjo usmerjati vse svoje moči v kariero, uveljavljanje, samokontrolo in čustveno neodvisnost od drugih (Connell, 1999). Kar pomnimo, telesni ideal moških, nespremenjen glede parametra velikosti in moči, neposredno določa prikaz predstave o odraslem moškem, tj. avtonomnem, neodvisnem, zdravem in samozavestnem subjektu (prav tam). Povsem drugačne pa so ponujene slike deklet in žensk. V sodobni zahodni civilizaciji podobam žensk še posebej primanjkujejo telesni atributi, ki – na splošno gledano – označujejo avtonomen subjekt. Slike prikazujejo tanka, krhka telesa, ki izražajo šibkost, nemoč in negotovost ter postavljajo osnovo za odnos z drugim spolom, katerega slike izražajo moč in samozavest, ter s tem označujejo njihovo potrebo po pomoči in odvisnost od moških (McRobbie, 1991). Negativni učinki takega označevanja ženskih teles so v primerjavi z označevanjem moških teles močnejši tudi zaradi tega, ker je ženskost veliko bolj kot moškost definirana in konstruirana prek telesa po motu: »Moški imajo telo, toda ženske so telo!« (Mühlen Achs, 2004: 204). Žensko telo ima tudi večji pomen za konstrukcijo ženske heteroseksualne atraktivnosti kot moško telo za konstrukcijo moške atraktivnosti (prav tam).

Medtem ko kulturno vnaprej določen ideal moškosti – namreč biti velik in močan – zaradi svojega ujemanja s predstavo o avtonomnem odraslem deluje na fante in moške kot individualna spodbuda, dekleta in ženske z dodeljenim telesnim idealom manj profitirajo. Moški, ki svoje telo obdeluje, da bi povečal svojo moškost, obenem krepi svojo moč, energijo in zdravje. Na drugi strani pa identifikacija

z medijskimi podobami negativno vpliva na samozavest deklet in žensk. Frigga Haug (1988) je že pred leti ugotovila, da so ključni vidiki ženskega telesnega ideala v normalnih razmerah za ženske nedosegljivi, kar pri ženskah sproža občutek negotovosti glede lastnega telesa in oblikuje predstavo, da je telo vedno »napačno«, da je »z njim vedno nekaj narobe« (Haug, 1988: 55). Danes lahko posledice teh predstav tudi empirično dokažemo. Reprezentativne raziskave severnoameriških francoskih, britanskih, nemških in slovenskih mladostnikov, izvedene konec prejšnjega stoletja, so pokazale, da imajo dekleta podpovprečno razvit občutek samospoštovanja, fantje pa nadpovprečno (Carpenter, 2004; Flaake, 2001; Hurrellmann et al., 2003; Kobal Grum, 2000, 2003). Posebno samouničujoče deluje povezava ženskega lepotnega ideala in predstave skrajne vitkost, saj vodi zaskrbljujoče naraščajoče število deklet in žensk v motnje hranjenja. Ne nepomemben delež tega razvoja je pripisan vplivu medijev in njihovemu posredovanju ideala ženskosti (Myers in Biocca, 1992; Kolip, 1997). Ravno obratno pa se pri fantih – čeprav v občutno manjši meri – razvijejo bolezenski znaki, ki pa niso povezani z družbeno vnaprej določenim lepotnim idealom, ampak s konceptom moškosti, ki vključuje hierarhijo in stremljenje za rezultati (Connell, 1999). Najpogosteje se to kaže na področju športa, na primer pri skakalcih, pri katerih teža pomembno vpliva na možnost zmage.

Telesna govorica in označevanje spola

Z ikoničnimi slikami, objavljenimi v množičnih medijih, je telesna govorica postala pomemben in vpliven element v procesu oblikovanja spola. Recepcija sporočil o spolu je postala še bolj čustvena kot prej in še manj podvržena možnosti kritične refleksije (Braun in Passero, 1997; Mühlen Achs, 2003). Telesna govorica v nasprotju od verbalnih znakov sporoča predvsem prek nezavednih čustvenih socialnih sporočil. S tem posreduje sporočila z večjo avtentičnostjo in verodostojnostjo (Goffman, 1981; Mühlen Achs, 2003), saj v primerjavi z jezikovnimi znaki telesni niso abstraktno simbolni, da bi se jih morali vnaprej naučiti, ampak so veliko bolj naravno motivirani, in če uporabimo Peircevo razdelitev znakov (Eco, 1979; Bruhn Jensen, 1995), jih lahko pretežno uvrstimo med ikone in indekse, ki jih lahko neposredno interpretiramo. To je tudi ključni vzrok, da običajno telesno samopredstavitev človeka – njegovo/njeno telesnost, postavo, obleko, držo, gibanje, mimiko, gestikulacijo, pogled – v primerjavi z verbalno razumemo kot bolj neposredni, pristni, avtentični izraz človeka (Mühlen Achs, 2004: 206).

V sodobni družbi zdravorazumsko velja, da je razlika med žensko in moško telesno govorico naravno dana, avtentičen izraz ženskosti in moškosti. Pri tem pa je spregledano, da na naše obnašanje vplivajo različna socialna pričakovanja, pravila, norme, med katerimi imajo pričakovanja glede spolne identitete najpomembnejšo vlogo (Goffman, 1981). Večina raziskav neverbalnih komunikacij (npr. Mühlen Achs, 2003: 23–47) je dokazala, da so razlike med spoloma pretežno socialno določene, tj. da se razvijejo v procesu socializacije in v odvisnosti od kulture. Vendar pa ravno zgodnje in izčrpno oblikovanje obnašanja na podlagi socialnih pričakovanj o spolu krepi vtis naravne ujetosti in otežuje ali celo onemogoča sprejetje ideje, da je spol predvsem socialno oblikovana identiteta. Raziskave tudi kažejo, da je moš-

kost in ženskost izražena skozi vzorce obnašanja, ki obenem utemeljujejo neenakost med spoloma. V naši kulturi 'moški način obnašanja' vključuje 'moške znake' samozavesti, moči in dominance, npr. trdno in stabilno držo, v prostor segajočo obnašanje (delati se mogočnega), izstopajočo gestikulacijo, skrivanje čustev, uporabo agresivnih in negativnih gest (usmerjanje kazalca na druge), dominantno vlogo itd. V nasprotju pa 'ženski način obnašanja' vključuje 'ženske znake', ki označujejo telesno šibkost, negotovost, naivnost, čustvenost, blagost, potrebnost pomoči: labilna telesna drža, obnašanje, ki zahteva malo prostora (delati se majhnega in ozkega), čustveno intenzivna, ekspresivna mimika, naivni obrazni izraz, pogled od spodaj navzgor, mehki in prijazni nasmeh itd. (Goffman, 1981; Braun in Passero, 1997).

Ritualizirani znaki odnosov

Ko se ženske in moški srečajo v socialni interakciji, označujejo svoj medosebni odnos z asimetričnimi, hierarhičnimi rituali, ki jasno določajo njihov status. Moški lahko na primer izrazijo svojo superiornost nad ženskami tako, da se jih dotikajo. Ti dotiki so lahko galantni, varovalni, pa tudi neposredno dominantni, agresivni in spolno nadlegovalni. Pri tem je pomembno to, da se ženske ne odzovejo na enak način. V tradicionalnih odnosih lahko le moški ščitijo ženske, jih posestniško objemajo, prosijo za roko, jih zapustijo. Ženskam je priporočeno obnašanje, s katerim izražajo manjvrednost in odvisnost: pomoč iskajoč naj se šminkajo, oporo iskajoč oprijemajo moške pod roko, se jih oklepajo, se kot otroci pustijo voditi za roko ter kolikor mogoče občudojoče gledajo moške (Goffman, 1981; Henley, 1988; Baur in Miethling, 1991).

Vnaprej določeni znaki interakcije v odnosu lahko rešijo oz. preprečijo problem, ki bi lahko nastal z oblikovanjem spolne identitete (psihološka diferenciacija moškosti in ženskosti). Kako? Ženska, ki se je identificirala s tradicionalnimi predstavami ženskosti, razvije močnejšo potrebo po zvezi kot moški, ki se je identificiral s tradicionalnimi predstavami moškosti in razvil potrebo po neodvisnosti in avtonomiji. V teh razmerah ženske potrebe po bližini niso zadovoljene le na asimetričen način, temveč tudi na račun jasne pokoritve in upoštevanja oz. priznanja moške potrebe po avtonomiji. Stereotipna predstava žensk in moških oz. heteroseksualnih parov prek tako hierarhiziranih znakov postavlja neposredno 'utelešenje' odnosov odvisnosti in avtonomije (Mühlen Achs, 2003: 160-192).

Konstrukcija spola in odnosov med spoloma v fotoromanu mladostniške revije Bravo

Fiktivna ponudba identitet

Ljubezenski fotoroman je zelo priljubljena in temu primerna množično brana identitetna ponudba številnih mladostniških revij, še posebej priljubljena pri mladostnicah (Frank, 1997; Mühlen Achs, 1998, 2003, 2004). Ta žanr sestavljajo slikovne zgodbe, v katerih – kot tudi v drugih vizualnih medijih – so liki in odnosi med njimi označeni predvsem s telesno govorico. Zgodba v fotoromanu je predvsem pripovedovana s fotografijami, ki predstavljajo selektiven pogled na realnost, »za-

pis o tem, kako je X videl Y« (Berger v McCracken, 1993: 13). Barthes meni, da se fotografije pogosto zdijo kot sporočila brez koda, torej analogija realnosti, brez transformacije in popačenja (prav tam, 17). S semiološke perspektive se fotografija v tisku zdi tako v skladu z realnostjo, da jo bralci pogosto interpretirajo kot zgolj denotativno: mehanično reprodukcijo realnosti brez dodatnih konotacij (prav tam: 18). Moč fotografije se torej kaže v tem, da se nam ob njenem gledanju zdi, da reprezentira realnost objektivno.

Vsebina ljubezenskih fotoromanov govori o osvajanju, zadovoljevanju spolnih potreb, upanju in razočaranju. V središču pozornosti so teme in vprašanja, ki so za dekleta v tej razvojni stopnji še posebej pomembna in zanimiva: kakšna je prava ženska, kako izgleda in kako se obnaša, kaj si želi in kako to dobi, zakaj je privlačna drugemu spolu, kakšen je idealen ljubezenski odnos, kakšno vlogo v odnosu ima spolnost. O teh vprašanjih se mladostniki redko pogovarjajo s starši, pedagogi ali drugimi predstavniki uradnih institucij, s katerimi imajo osebni stik (McRobbie, 1991). V nasprotju s fanti, ki se le redkokdaj pogovarjajo o teh temah s svojimi prijatelji, dekleta pogosto za nasvet povprašajo svoje prijateljice. Oboji pa iščejo nasvete od odraslih predvsem v množičnih medijih (McRobbie, 1991, 1996; Duffy in Gotcher, 1996). Ker medijski odgovori o spolnosti, ljubezni in medosebnih odnosih nedvomno vplivajo na osebno oblikovanje identitete, na samozavest in spoštovanje mladostnikov (McRobbie, 1991; Braun in Passero, 1997), jih je treba podrobneje analizirati.

Nemški tednik *Bravo* izhaja od leta 1956, v zadnjih letih pa ga bere več kot 1,5 milijonov mladostnikov, starih med 12 in 17 let, od tega 40 odstotkov fantov (Carpenter, 2004). Po besedah uredništva je *Bravo* najbolj brana mladostniška revija v Evropski uniji, ki jo zaradi prevladujočega vizualnega elementa (veliko število fotografij in plakatov) kupujejo tudi v nememško govorečih deželah in je tako zelo brana tudi med slovenskimi mladostniki (*Bravo*, Oddelek za informiranje, München, 2004). Tudi večina sodobnih slovenskih mladostniških revij se zgleduje po reviji *Bravo* (glej poglobljeni intervjuji z uredniki slovenskih mladostniških revij, Stanovnik, 2003).

V reviji *Bravo* igra uradno razsvetljsko vlogo o spolnosti legendarni Dr. Sommer-team, ki od bralcev sprejema konkretna vprašanja in ponuja strokovni forum, v katerem razpravljajo in ponujajo odgovore na vprašanja o spolnosti in medosebnih odnosih. Te teme so v fotoromanu obravnavane na povsem drugačen način. Fotoroman, ki zahteva visok finančni in oblikovalski strošek, odpira povsem fiktiven, čustven in pričakovanjem podrejen prostor, v katerem so odgovori na vprašanja mladostnikov zapakirani v celovite zgodbe, slikovno jasno razpoznavni, dramaturško pa pripravljeni tako, da imajo najpogostejše 'srečen konec'. Močna slikovna podpora poveča čustvenost recepcije in identifikacijo bralcev z osebami in vsebinami zgodbe (Frank, 1997; Mühlen Achs, 2003). Mladostniški igralci, ki so laiki, ne morejo vplivati na zgradbo zgodbe. V sceno so postavljeni glede na scenarij in zahteve profesionalne fotografije. Uredništvo samo izbere in uredi fotografije. Uporabo formatov različnih velikosti lahko razumemo kot jasen poskus vpliva na preferenčno branje zgodbe. Razporeditev slik naj bi povečala vtis avtentičnosti. Slikam je dodano razlagalno besedilo v obliki govornih in miselnih mehurčkov.

Mühlen Achsenova (1998) je v recepcijski analizi dokazala, da fotografije revije *Bravo* v primerjavi z besedilom povečajo identifikacijo z junaki in junakinjami določene zgodbe.

Kakšna sporočila o spolu in kakšne idealne predstave o moškosti in ženskosti ponujajo zgodbe fotoromana? Kakšne spolne odnose priporočajo? Kakšne strukture odnosa idealizirajo? Mladostniške revije sicer vedno pogosteje analizirajo, toda raziskovalci najpogosteje posvečajo svojo pozornost njihovim splošnim mehanizmom vpliva ali njihovi specifični ponudbi. V preteklosti so raziskovalci predvsem poudarjali, da *Bravo* manipulira z mladostniki, jih izkorišča ter ustvarja in oblikuje njihove potrošniške potrebe (Müller, 1982; Knoll, 1985). Le malo raziskav (Cuypers et al., 1981; Lüthje, 2002; Mühlen Achs, 1997; 1998; 2003, 2004) je preučevalo njegovo ponudbo sporočil o spolu. Analiza nasvetov Dr. Sommer-teama (glej Cuypers et al., 1981), uradne svetovalne instance o ljubezenskih in spolnih zadevah, kaže, da ta ponuja različne nasvete o spolnem obnašanju: aktivnost je priporočena fantom, dekletom pa pasivnost in odgovornost. Povsem drugačne rezultate je dobila Corinna Lüthje, ki je analizirala prispevke o ljubezni in spolnosti, objavljene v reviji *Bravo* leta 2000:

»Bilanca analize je, da Bravo raznoliko in problemsko, stvarno in informativno obravnava ljubezenske koncepte – predvsem pa v zaželeni raznolikosti. Uredništvo se jasno zaveda svoje odgovornosti do mladih bralcev in obravnava pedagoški potencial, ki ga ponuja časopis, z veliko odgovornostjo in preudarnostjo. Ljubezenski koncept revije Bravo ima jasno informacijsko funkcijo.« (Lüthje, 2002: 78)

Žal Lüthje v svojo raziskavo ni vključila fotoljubezenskih zgodb, ki povsem drugače osvetljujejo uredniško politiko revije *Bravo*, kot je ugotovila G. Mühlen Achs (1997), ki je analizirala pet naključno izbranih fotoromanov, objavljenih v reviji *Bravo* od 1988 do 1996. Mühlen Achsova (1997) ni potrdila »zaželenosti« v predstavljanju spolnosti, temveč ravno obratno: stereotipno tradicionalni vzorec označevanja ženskih in moških vlog ter njihovih odnosov:

a) *Pomembnost vlog:* Ženske glavne vloge so bile – predvsem glede njihove dramaturške funkcije in pomembnosti vlog – podrejene moškim vlogam. Čustveno hrepenenje in vroče želje deklet so bile sicer izhodišče zgodb, vendar je bila moškim vlogam dodeljena ciljno usmerjena aktivnost. Moški niso le pogosteje dosegli svojih erotično-spolnih ciljev, temveč tudi enostavneje, brez težav in brezskrbno, in to tudi takrat, ko so si manj kot ženske želeli spolnosti. Čeprav je bil potek predstavljenega dogodka bolj pomemben in odločujoč za dekleta, te niso imele nanj nikakršnega ali zelo majhen vpliv. Mühlen Achsova (1997: 239) celo zaključuje, da so ženske v svojih ljubezenskih zgodbah pogosteje trpele kot uživale.

b) *Perspektiva pripovedovanja:* Dejstvo, da so bile vse analizirane zgodbe pripovedovane iz perspektive deklet, je le na prvi pogled pozitivna značilnost zgodb, ki se razlikuje od splošne prevlade moške perspektive v medijih. »Ker pa gre za izključno ljubezenske zgodbe, se krepi klišejska predstava, da so interesi deklet usmerjeni le na medosebne in ljubezenske zadeve ter da si želijo postati le objekt

moškega poželenja in čaščenja» (Mühlen Achs, 1997: 288). Ženska perspektiva tudi tukaj služi le temu, da je moški element v centru pozornosti.

c) *Socialno repozicioniranje vlog*: Ženski liki med seboj nimajo trajne in pozitivne zveze. Ključni liki se pojavljajo v socialno izoliranem kontekstu in sami. Podpore ne dobijo niti od svojih prijateljic niti od svoje družine. Po drugi strani pa stojijo ženski liki pod jasnim nadzorom odraslih, katerim nikoli ne ugovarjajo. V nasprotju z njimi pa so moški liki v vsaki zgodbi vpeti v trdne prijateljske zveze z enim prijateljem ali skupino prijateljev. Moški tudi niso podvrženi popolnemu nadzoru odraslih kot dekleta, ampak se jim nenehno upirajo. Na koncu zgodbe se uspešno uprejo vsaki avtoriteti, kateri se ženski liki prostovoljno podredijo.

č) *Kriteriji za oblikovanje parov*: Tradicionalni kriteriji za razvrščanje spolov, utemeljeni na klišeju načelne superiornosti moških nad ženskami, so bili z izbiro igralcev v vsaki zgodbi sprejeti in okrepljeni. Fantje so bili veliki, močni in – ko je bila navedena starost – starejši in zrelejši od deklet.

d) *Telesna govorica*: Za različno upodobitev likov so bili uporabljeni simboli in rituali, ki predstavljajo in utrjujejo tradicionalne predstave o moškosti in ženskosti. Moški liki so označeni prek stabilnih, v prostor segajočih telesnih drž, samozavestnih poz, agresivnih dominantnih gest, nenavadnih dejanj, posestniških dotikanj in pretežno 'cool' mimik. Ženski liki so bili predstavljeni v labilnih in v manj v prostor segajočih držah, pogosto tudi ležečih. Njihova telesna drža je po eni strani izražala strah, negotovost, pasivnost, po drugi strani pa visoko stopnjo čustvenosti, ki je pogosto kulminirala v obup in neboljtenost. Odnos med dvema glavnima likoma – ljubezenski par – je pretežno izražal klasično asimetrijo, rituale telesne govorice, ki so označevali globoko neenakost: dekleta so se iskajoč pomoč obračala na fante, se jih držala ali oklepala, sedela na njihovih kolenih kot majhni otroci ter se pustila voditi in nositi. Njihova lastna dejavnost pri ustvarjanju zveze je bila omejena na poljubljanje. Dekleta se niso upirala fantovskim nezaželenim dotikom in jemanju prostora. Vedno so bila tudi odvisna od pomoči dobronamernih, moških prijateljev. Fantje so imeli dekleta 'trdno v rokah', jim kazali pot in zadovoljevali svoje potrebe tudi proti njihovi volji ter jasno izkazovali svojo superiornost.

Stereotipni predstavitevni vzorec predstavlja dekleta in fante kot zelo različna bitja. Možnosti individualnega razgrinjanja sposobnosti in nadarjenosti so – še posebej v primeru deklet – drastično omejene s spolom. V navidezno logičnem redu so liki v zgodbah konstruirani kot tradicionalni pari, v katerih ima moški aktivno, vodilno vlogo, ženska pa se mu z zaupanjem preda tako, da sama ne posega po rešitvah, s katerimi bi lahko upravljala s svojim življenjem. Rešitve individualnih problemov deklet so zavite v tradicionalno in hierarhično spolno ureditev ter predstavljene kot samoumevne in povsem sprejemljive ter nikakor kot vsiljene od zunaj.

Analiza primera: resnična zgodba fotoljubezenskega romana revije BRAVO

Od poletja 2002 *Bravo* ne objavlja več fotoromanov s fiktivnimi zgodbami, temveč po mnenju uredništva resnične zgodbe, poslane v pismih bralcev ('My true story: Bravo-Leser erzählen ihre bewegteste story') in zaigrane. Uredništvo oz. urednik izmed približno 30 zgodb, ki jih tedensko pošiljajo predvsem dekleta, iz-

bere eno. Ključni kriteriji izbire so zabavnost, napetost in možnost podoživljanja. Veliko možnost za objavo imajo tiste zgodbe, v katerih »je predstavljena osebna rešitev opisanega problema v zgodbi, ki jo lahko tudi drugi bralci [sic] podoživijo in uporabijo«. Po mnenju uredništva revije so zgodbe naletele na »velik in izključno pozitiven odziv med bralci«. Uredništvo pojasnjuje veliko zadovoljstvo bralcev z večinsko ženskim občinstvom, ki »so glavne junakinje zgodb« [sic], resnične zgodbe pa so »še bližje življenju bralcev« kot prejšnje, fiktivne, kar zvišuje »možnost identifikacije«. Tudi visoka stopnja »verodostojnosti« igra odločilno vlogo pri branju teh zgodb. In nenazadnje »vključenost bralcev (avtorjev) [sic] kot igralcev [sic]« v postavitev fotoromana zvišuje avtentičnost zgodbe (*Bravo*, Oddelek za informiranje, München, 2004).

V eksemplarični analizi želim odkriti, kakšna sporočila o spolni identiteti posreduje fotoroman revije *Bravo*, predvsem pa opozoriti na (ne)skladnost vizualnih in verbalnih znakov ter s tem tudi poudariti pomembnost analize vizualnih znakov v medijih. Predvidevam, da izbrana resnična zgodba posreduje nespremenjene in rigidne tradicionalne predstave o moškosti in ženskosti ter asimetrične in hierarhične odnose med spoloma. V zgodbi verbalni znaki predstavljajo ženski lik kot aktiven, njegova telesna govorica pa ponuja ravno nasproten vtis. Kot primer ljubezenskega fotoromana sem naključno izbrala zgodbo z naslovom »Kariera oder Liebe« (Kariera ali ljubezen), objavljeno 16. aprila 2004 od 51 do 54 strani.

Fotoroman v 41 slikah pripoveduje zgodbo 17-letne Ragnhild, ki je ob naključnem srečanju z modnim fotografom (»On misli, da svet čaka le mene.«) ponovno obudila že pozabljene sanje o karieri modela kot »Claudia Schiffer ali Heidi Traum«. Pri snemanju fotografij in s pomočjo nadaljnjih komplimentov (»J. R. je hvalil mojo postavbo – počutila sem se kot supermodel.«) jo je fotograf prepričal, da se je slekla in se pustila slikati. Ko je to povedala svojemu prijatelju Tomu (18 let), je ta prekinil njun ljubezenski odnos (»Ti si se slekla pred drugim! Pri meni si končala!«), ki je bil prej označen kot iskren in harmoničen.

V nadaljevanju zgodbe fotograf zahteva 1000 evrov za izdelavo fotografij. Ona – »kot da bi bila slepa« – ne sprevidi, da jo je ogoljufal. Poišče pozabljeno prijateljico, ki ji neprizanesljivo pove, da so fotografije »mizerne«, da s svojo postavbo »nima šans za kariero modela« in da obstaja nevarnost, da se bodo fotografije poceni prodajale na internetu. Ragnhild »blazna od jeze« napade »svinjo v studiu«, da bi dobila negative, kar pa ji klavrno spodleti. Upodobitev tega pomembnega srečanja jasno kaže na razkorak med verbalno in vizualno ravno njene komunikacije. Ragnhild jasno in nedvoumno pove svojo zahtevo (»Tako je hočem svoje negative!«), a njeno telo posreduje drugačno sporočilo. Zavzame sicer telesno držo, ki ustreza njene mu dejanju (drža je napeta in usmerjana proti fotografu, eno roko ima v boku, z drugo pa maha pred obrazom fotografa), vendar je učinek odločnosti zmanjšan, ker je proti fotografu obrnjena le delno, s strani, z obrazno mimiko – nasmeh na ustih, prijazen pogled – pa sporoča prijaznost in neodločnost. Temu prizoru je dodeljen največji format v vsej zgodbi. Potem, ko fotograf enostavno odkloni izročitev negativov, Ragnhild neha zahtevati fotografij. Podnapis slike vsebuje pojasnilo: »Bila sem takoooo jezna – toda povsem nemočna! Kaj bi pa lahko naredila?!«. Nenadoma se spet pojavi njen fant Tom, ki se za svoje obnašanje opraviči s šopkom

rož in izjavo: »Živjo miška, bil sem res nor! Oprosti mi!«. Ona interpretira njegov prihod kot dokaz za njegovo intuitivno sočustvovanje (»Moj ljubi je začutil, kako mi gre ...«), kar pa njegovo neposredno vprašanje o njenem razpoloženju ne potrdi. Njemu gre očitno le zato, da izboljša svoje razpoloženje (»Noro sem te pogrešal! Želim si te! Midva spadava skupaj ...«).

Njuna sprava je v fotoromanu označena tako, da Ragnhild razvrednoti sebe in svoje obnašanje ter se povsem preda svojemu fantu (»Ti si tako sladek! Bila sem totalno nora! Objemi me!«). Njena izjava (»Ti si imel prav!«) le potrdi to, kar je iz celotne zgodbe že znano, saj je zgodba od uvoda (»Kako se je vse skupaj začelo...«) naprej vizualno tako oblikovana, da Tom deluje odločneje in samozavestneje kot Ragnhild. S svojim agresivnim izpadom jo obravnava kot svojo lastnino, jezen in ljubosumen ji očita preveč svobodno spolno obnašanje in brez dodatnih pojasnil prekine odnos.

V nadaljevanju ga Ragnhild seznani s svojim neuspešnim zahtevanjem fotografij in se mu povsem prepusti, kar kaže fotografija spolnega odnosa in oblaček: »Oh Tom!«.

Naslednji dan Tom reši problem s slikami tako, da od fotografa – tako kot prej Ragnhild, ki pa ji je spodletelo – zahteva negative (»Tom je bil zares cool – in prav pogumen ...«). Na fotografiji so njegove verbalne zahteve povsem usklajene s telesno govorico. Na poskus fotografa, da ga – kot prej Ragnhild – enostavno zavrne (»Hej, ne bodi no tako nervozen, fant!«), Tom zagrozi s policijo in fotografa oklofuta.

Tudi v tej sekvenci Ragnhild kaže nasprotujoče znake: V podnapisu je zapisano, da gre za njuno skupno akcijo (»Naslednji dan sva od J. R. zahtevala slike.«), slika pa tega ne potrdi. Ona le nemo stoji z odprtimi usti in se skriva za Tomovim telesom, medtem ko se on bojuje s fotografom. In zmaga. Ragnhild je sicer »totalno olajšana«, vendar ponižana. Premagani fotografa jo poniža z izjavo: »Nikoli ne bi uspela s to postavlo!«.

In morala zgodbe?

Zakaj je zgodba zanimiva? Zgodba vsaj na površinski ravni ne posreduje nobene 'morale', nobenih nasvetov iz perspektive odraslih: noben kazalec ni dvignjen, noben življenjski nauk ni podan, celo spolni odnos je prikazan zelo svobodno. Sporočila o spolu, vključena v vsako fotografijo in v vsako predstavljeno dejanje, pa konstruirajo stereotipno tradicionalni odnos med spoloma. Predstavljena so kot naturalizirani dejavniki ljubezenskega odnosa, saj se pojavljajo povsem mimogrede, nevsiljivo in zato toliko učinkoviteje. S tem pa zmanjšujejo možnost za kritično refleksijo.

Tako kot je običajno v teh zgodbah, se tudi v tej zgodbi ženske in moške glavne in stranske vloge zelo različno razvijajo in imajo zaradi tega tudi odgovarjajoče različne učinke na individualno samozavest likov in na njihov položaj znotraj ljubezenskega odnosa. Ragnhild se razmeroma malo spremeni. Že od začetka zgodbe je predstavljena kot naivno in prijazno dekle, ki pozira fotografu na klasičen podrejajoč način – koleno je sramežljivo zakriviljeno proti njemu, glava je povešena, pogled je plah od spodaj navzgor, nasmeh prej negotov kot samozavesten. Njeno predstavitevno pismo (17 let, 53 kg, 1,75 m) ponuja predstavo o njeni neoporečni

postavi, ki pa jo ona zamaje z zelo kratkim mini krilom, ki jo kaže debeluškasto in za kariero modela povsem neprimerno. Njen prijatelj Tom, ki se v svojem predstavitvenem pismu ne predstavlja prek telesne mase, temveč le prek svoje starosti, izgleda samozavestno in s športnimi oblačili na naslovnici daje vtis aktivnega fanta. Proces osebnega zorenja in doživljanja uspehov z vplivom na samozavest oz. samospoštovanje se odraža na moškem liku: Tom se je naučil bolje obvladati sebe in svojo neutemeljeno ljubosumnost, uspešen pa je bil tudi v neposredni konfrontaciji s starejšim in telesno močnejšim moškim. Poleg tega sedaj bolje kot prej 'obvlada' svojo prijateljico, saj se je ta po samostojnem izletu v 'svet kariere' z občutkom krivde in kesanjem zatekla v njegov objem ter se bo verjetno tudi v prihodnosti še bolj navezala nanj (»Moj junak! To ti ne bom nikoli pozabila!«).

Na koncu zgodbe glavna junakinja ni bolj samozavestna. Ravno nasprotno, Ragnhild se iz svoje boleče izkušnje ni naučila odpovedovanja nerealističnim sanjam, da bi postala model (»Moji želji, postati model, se še vedno nisem odpovedala ...«). Njeno od začetka jasno razpoznavno napačno presojanje same sebe ostane do konca zgodbe nespremenjeno ne glede na dogodke. Glede na velik pomen teletnosti na žensko samozavest lahko ugotovimo, da je njena izkušnja bolj zmanjšala kot povečala občutek samospoštovanja. Tudi njen odnos s Tomom temelji bolj na želji o bližini in empatiji kot na realnosti, saj se Tom ni ukvarjal z njeno stisko, ampak ga je bolj zanimalo bojevito soočenje z moškim nasprotnikom. Ko tega premaga, reši tudi njen problem, za kar pa je nagrajen z ljubeznijo in spolnostjo (»za vedno«).

Ali je to »kredibilen« in »lasten način reševanja opisanih problemov«, kot je zapisala informacijska služba revije *Bravo* pri utemeljitvi izbire te zgodbe in s tem bralcem ponudila zgodbo, ki služi kot primer in jo lahko drugi bralci podoživljajo? Ali je atraktivnost te zgodbe v tem, da se Ragnhild po izletu v svet kariere še globlje in brezpogojno zaplete v groteskno tradicionalno strukturiran ljubezenski odnos? Ali leži posebna poanta v tem, da je ženski lik nesposoben delovati samostojno in je povsem odvisen od moških sposobnosti odločanja, da ženska energično prosi za pomoč in varstvo ter pri tem celo kot 'srečnica' uživa? Zgodba sporoča, da si ženska ne more sama pomagati in da za to potrebuje moškega, svojo hvaležnost pa izpričuje s spolnostjo in ljubeznijo. V enaki meri, kot je junakinja zgodbe izgubila samospoštovanje in samozaupanje, se je utrdila njena zveza odvisnosti od prijatelja, kateremu zdaj ne bo več dala nobenega povoda za ljubosumnost (»Na noben način se ne bom pustila več zapeljati!«).

Kot ta naključno izbrana zgodba so tudi druge fotoljubezenske zgodbe revije *Bravo* presenetljivo neodvisne od postmodernega diskurza, ki naj bi raznoliko predstavljal ljubezenske in spolne odnose, ter posredujejo nespremenjene in rigidne tradicionalne predstave o moškosti in ženskosti, asimetrične in hierarhične odnose med spoloma.

LITERATURA

- Ballaster, Ros, Margaret Beetham, Elizabeth Frazer in Sandra Hebron (1991): *Women's Words: ideology, Femininity, and the Woman's Magazines*. London: Macmillan.
- Baur, Jürgen in Wolf-Dietrich Miethling (1991): *Die Körperkarriere im Lebenslauf*. Zeitschrift für Sozialisationforschung und Erziehungssoziologie 2: 165-188.
- Benjamin, Jessica (1990): *Die Fesseln der Liebe: Psychoanalyse, Feminismus und das Problem der Macht*. Basel/Frankfurt am main: Stroemfeld/Roter Stern.
- Braun, Friederike in Ursula Passero (ur.) (1997): *Communication of gender*. Pfaffenweiler: Centaurus.
- Bruhn Jensen, Klaus (1995): *The Social Semiotics of Mass Communication*. London: Sage.
- Carpenter, Laura M. (2004): *The First Time/ Das erste Mall*. Youth&Society 33: 31-61.
- Cristian-Smith, L. Kathleen (1990): *Becoming a women trough romance*. New York: Routledge.
- Currie, Dawn H. (1997): *Decoding femininity: Advertisements and Their Teenage Readers*. Gender & Society 11(4): 453-477.
- Currie, Dawn H. (1999): *Girl Talk: Adolescent Magazines and Their Readers*. Toronto: University of Toronto Press.
- Cuypers, Michael, Gerhard Glück in Lothar Röttger (1981): *Sexualaufklärung in Bravo: Eine qualitative Inhaltsanalyse*. Schwarz auf Weiß, Zeitschrift für Lehrer, Lehramtsanwärter und Studenten I: 14-16.
- Chodorow, Nancy (1985): *Das Erbe der Mütter: Psychoanalyse und Soziologie der Geschlechter*. München: Verlag Frauenoffensive.
- Connel, Robert W. (1999): *Der gemachte Mann: Konstruktion und Kriese von Männlichkeit*. Opladen: Leske + Budrich.
- Duffy, Michael in John M. Gotcher (1996): *Crucial evidence on how to get the guy: The rhetorical vision of power and seduction in the teen magazine YM*. Journal of Communication Inquiry 20: 32-48.
- Eco, Umberto (1979): *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Flaake, Karin (2001): *Körper, Sexualität und Geschlecht: Studien zur Adoleszenz junger Frauen*. Gießen: Psychosozial Verlag.
- Frank, Karsta (1997): *Die Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit*. V F. Braun in Ursula Passero (ur.) *Communication of Gender*, 54-69. Pfaffenweiler: Centaurus.
- Goffman, Erving (1981): *Geschlecht und Werbung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Haug, Frigga (1988): *Sexualisierung der Körper*. Berlin: Argument Verlag.
- Henley, Nancy (1988): *Körperstrategien*. Frankfurt am Main: Fischer TB.
- Hurrelmann, Klaus, Andreas Klocke, Wolfgang Melzer in Ulrike Ravens-Sieberger (ur.) (2003): *Jugendgesundheitsurvey*. München: Juventa.
- Kehily, Mary Jane (1999): *More sugar? Teenage magazines, gender displays and sexual learning*. Cultural Studies 2: 65-89.
- Keupp, Heiner in Renate Höfer (1997): *Identitätsarbeit heute*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Knoll, Joachim-Heinrich (1985): *Jugendzeitschriften im Videozeitalter*. Sachsenheim: Bwg-Verlag.
- Kobal Grum, Darja (2000): *Temeljni vidiki samopodobe*. Ljubljana: Pedagoški inštitut.
- Kobal Grum, Darja (ur.) (2003): *Bivanja samopodobe*. Ljubljana: I2 družba za založništvo, izobraževanje in raziskovanje d.o.o.
- Kolip, Petra (1997): *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung*. Opladen: Westdeutsche Verlag.
- Lüthje, Corinna (2002): *Die Jugendzeitschrift Bravo: Liebe, Sex und Freundschaft*. V W. Faulstich (ur.) *Liebe 2000: Konzepte von Liebe in der populären Kultur heute*, 51-80. Bardowick: Wissenschaftler Verlag.

- McCracken, Ellen (1993): *Decoding women's magazines*. Houndmills: Mcmillan.
- McKinley, E. G. (1991): *Beverly Hills, 90210: Television, gender, identity*. Philadelphia: University of Pennsylvania press.
- McRobbie, Angela (1991): *Feminism and youth culture: From Jackie to just seventeen*. Boston: Unwin Hyman.
- McRobbie, Angela (1996): *More! new Sexuality in Girl's and Women's Magazines*. V J. Curran, D. Morley in V. Walkerdine (ur.) *Cultural Studies and Communications*. London: Routledge.
- Mühlen Achs, Gitta (1993): *Wie Katz und Hund. Die Körpersprache der Geschlechtlichkeit*. Opladen: Leske Budrich.
- Mühlen Achs, Gitta (1997): *Schön brav warten auf den Richtigen? V M. Lenssen in E. Stolzenbuch (ur.) Schaulust, Erotik und Pornographie in den Medien*, 11-36. Opladen: Leske Budrich.
- Mühlen Achs, Gitta (1998): *Geschlecht bewusst gemacht*. München: Frauenoffensive.
- Mühlen Achs, Gitta (2003): *Wer führt? Körpersprache und die Ordnung der Geschlechter*. München: Frauenoffensive.
- Mühlen Achs, Gitta (2004): *Die Ordnung der Geschlechter as heterosexuelle Romanze*. V B. Hipfl, E. Klaus in U. Scheer (ur.) *Identitätsräume*, 201-221. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Mühler, Rudolf (1982): *Sexualaufklärung*. V H. J. Kagelmann in G. Wenninger (ur.) *medienspsychologie*, 190-197. München: Urban und Schwarzenberg.
- Myers, Pierce. N., in Frank A. Biocca (1992): *The elastic body image: The effect of television advertising and programming on body image distortions in young women*. *Journal of Communications*, 42: 108-133.
- Peirce, Kate (1993): *Socialization of teenage girl through teen-magazines fiction*. *Sex Roles* 29: 59-68.
- Peirce, Kate (1995): *Socialisation messages in Seventeen and Teen magazines*. V C.M. Lout (ur.) *Women and media: Content/Careers/criticism*, 79-86. Belmont, CA: Wadsworth.
- Stanovnik, Ana (2005): *Otroške in najstniške revije*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
- Van Zoonen, Liesbet (1994): *Feminist Media Studies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

ULTRAZVOK JE (TUDI) MEDIJ: VIZUALIZACIJA ŽIVLJENJA PRED ROJSTVOM

Povzetek: *Noseče telo – poprej sinonim za skrito, nevidno, je zdaj, s pomočjo vizualnih tehnologij, prostor in priložnost javnega nadzora. Ultrazvok, podobno kot televizija, omogoči vidnost in zato takojšnjo navzočnosti fetusa, ki se zdi »bolj naš otrok«. Pred nami se pojavi idealizirana podoba otroka in ne zarodek s svojo značilno podobo, negotovo prihodnostjo in neizoblikovano osebnostjo. Fetus, kot ga mislimo danes, je produkt vizualnih tehnologij. V družbi vizualnosti in spektakla videti pomeni verjeti. Ultrazvok je (tudi) medij.*
Ključne besede: *ultrazvok, fetus, medij, vizualizacija, tehnologija.*

»Ne zdi se pretirano, če rečemo, da je biomedicinski, javni fetus, materializiran in utelešen s pomočjo visoke tehnologije, ki omogoča vidnost, sveta in hkrati posvetna inkarnacija, materializacija obljube o življenju samem. Je zmes umetnosti, znanosti in kreacije. Nič čudnega, če strmimo« (Haraway, 1997: 179).

»Spektakularne vizualne tehnologije« (Strathern, 1992) v medicini, kot je prenatalna ultrazvočna tehnologija, niso le pripomočki za opazovanje in diagnosticiranje, so hkrati tudi medij, ki, podobno kot televizija, film in tiskani oglasi, reprezentirajo, ustvarjajo in oglašujejo podobe in pred gledalčevimi očmi ustvarjajo drugačne realnosti od že videnih, že doživetih. Kot pojasnjuje Eugenia Georges, ki je konstrukcije podob nerojenih preučevala v Grčiji, kjer je ultrazvok sinonim za televizijo, je ultrazvok pozicioniran na samem presečišču »znanstvenih in popularnih tehnologij, ki omogočajo vidnost« (Georges, 1997: 92), tj. na presečišču medicinskih in medijskih tehnologij, iz česar, po mnenju avtorice, izhaja tudi glavnina njegove »moči, vpliva in avtoritete«, njegov pomen pa dodatno krepi »sistem pravil in določil, vezanih na reprezentacijo »objektivnosti«, ki je vraščen v te tehnologije« (Georges, 1997: 92).

Tehnologije premikajo meje (teles)

»Tehnologija, ki omogoča vidnost fetusa, napravi ženske manj vidne« (Rothman, 1986: 113).

»Ko fetusi in njihovo materinsko okolje postajajo usenavzoči, se zdi, da ženske izginjajo« (Michaels et al., 1999: 4).

* Damjana Krošelj je doktorska študentka in raziskovalka na oddelku medijski študiji na Fakulteti za podiplomski humanistični študij – ISH v Ljubljani.

Feministične avtorice medicinskim tehnologijam, ki omogočajo vizualizacijo, pripisujejo velik del krivde za pospeševanje medikalizacije nosečnosti in poroda, in za, zgodovinsko gledano, pasivnejšo vlogo nosečnic. Te danes postajajo »materinsko okolje, prizorišče, pasivne opazovalke svoje lastne nosečnosti« (Rothman, 1986: 113-115).

Barbara Duden (1999), ki zasleduje zgodovinske spremembe v odnosu do nosečnosti, ugotavlja, da je bila v zgodnjem osemnajstem stoletju ženska resnično noseča, »ko je začutila prvi premik otroka. S tem se je nerojeni napovedal kot otrok« (Duden, 1999: 16). Ženske so torej opazovale fizične spremembe telesa in se zanašale na svoje občutke.

Samoopazovanje in pričevanje nosečnice se danes umika tehnologiji. Nenazadnje je prvi ultrazvočni pregled, ta svojevrsten mejnik v nosečnosti, navadno opravljen, še preden lahko nosečnica začuti gibanje fetusa. Omogoča torej videti tisto, kar je bilo generacijam za nami nepredstavljivo in skrito do samega rojstva otroka. Obenem ustvarja in vzdržuje predstavo, da vednost temelji izključno na »objektivni« vednosti – znanju in ne na »subjektivni« telesni izkušnji.

Kot v svojem eseu »Fetal Images: The Power of Vizual Culture in the Politics of Reproduction« opozarja Petcheskeyeva, medicinske tehnologije, ki omogočajo vidnost, v nosečnosti rahljajo tradicionalne definicije, kaj je »znotaj« in kaj »zunaj« ženskega telesa, kot tudi definicijo nosečnosti kot »notranje« izkušnje (Petchesky, 1987: 65). Kljub temu, da tovrstna »telesna prepustnost« (Franklin 1991: 522-561), kot angleška antropologinja Sarah Franklin poimenuje tehnološko možnost nemotnega ultrazvočnega prehoda iz zunanosti v notranost nosečnega telesa, za nosečnico ni nujno moteča – podobno kot ostale tehnologije lahko tudi ultrazvok nosečnice navdaja z občutkom večjega nadzora in predvidljivosti, pri čemer pa gre zgolj za družbeno pogojene in spodbujene mehanizme ženske želje (Petchesky, 1987: 64, 75) – pa gre pri slehernem prenatalnem ultrazvočnem pregledu za »intenzivno pronicanje tehnologije v reproduktivno izkušnjo« (Davis-Floyd *et al.*, 1997: 6). Ob tem bi želeli opozoriti na zanimivo primerjavo tehnologije ultrazvoka s »penetracijo s sateliti za opazovanje na tuje ozemlje« (Petchesky, 1987: 65), kot jo podaja Petcheskyjeva. Opozarja namreč, da pri tovrstnih vstopih v žensko telo izginjajo meje njenega telesa (in osebnosti). Dodaja, da obravnava in zdravljenje fetusa, kot da bi bil izven ženskega telesa, ker ga je pač mogoče videti, ni strokovna določitev, pač pa »politično dejanje« (Petchesky, 1987: 65).

Slika 1



(vir: <http://www.devbio.com/image.php?id=410>, marec 2005)

Neodvisna osebnost?

»Fetus je postal metafora za prosto lebdečega, le s popkovino pripetega vesoljskega potnika. In kje je v metafori tej mati? Postala je prazen prostor« (Rothman, 1986: 114).

Zdi se, da podobe in interpretacije, ki spremljajo prenatalni ultrazvočni pregled, uspešno krepijo občutek, da gre za avtonomno, od matere povsem neodvisno bitje. Ob fascinaciji pogleda, ki ga pritegne konstruirana podoba fetusa (ne fetus sam), namreč zlahka prezremo realno (ne)možnost za preživetje dvajset tedenskega fetusa izven maternice, prav tako pa spregledamo, da medicinske interpretacije prenatalnih ultrazvočnih izvidov vsebujejo tudi svoj nemedicinski del, ki dodatno krepi predstave o fetusu kot avtonomnem pacientu, ki je najpogostejše pojmovan kot »otrok«, »dojenček«, »on« ... – kar so povsem človeški in spolni atributi. Kot poudarja Petcheskyjeva, varljive predstave o avtonomnosti fetusa v nobenem primeru ne prispevajo k boljšemu zdravstvenemu stanju nosečnice ali fetusa, temveč zgolj krepijo rabo reproduksijskih tehnologij in povečujejo zdravniško kontrolo reproduksijskih procesov (Petchesky, 1987: 64).

Slika 2



(vir: <http://www.devbio.com/image.php?id=407>, marec 2005)

Gre namreč za povsem subjektivno razlago fetusovih aktivnosti (vesel je, maha vam), njegovih potencialov (dobro brca, športnik bo, pametno gleda), pogosto pa je tudi podajanje družbenih stališč, ki so blizu osebi, ki opravlja ultrazvočni pregled.

Pregledu in morebitni diagnostiki torej sledijo pomeni in interpretacije, ki so del »družbenega nadzora in potencialne kontrole«, nič manj pogoste pa niso interpretacije, ki izhajajo iz »domišljije in mitov« (Petchesky, 1987: 66). Porodničarji v nobenem primeru niso imuni na pomeni, ki jih podobam nerojenih pripisuje družba – v Ameriki zagotovo ni zanemarljiv vpliv javne politike odklanjanja prekinitev nosečnosti, ki jo s svojimi predstavami podpirajo tudi mediji. Avtorica opozarja, da raba medicinskih tehnologij, ki omogočajo vizualizacijo, narašča tudi zaradi zgodovinsko in družbeno motivirane konstrukcije podob nerojenih (Petchesky, 1987: 66). Tehnologije, ki omogočajo vidnost, torej lahko (re)producirajo in krepijo predstave o fetusovi avtonomnosti, a niso edini generator omenjenih predstav.

Taylorjeva, ki je v svoji etnografski raziskavi primerjala in soočala različne pomene, ki jih zdravniki in nosečnice pripenjajo ultrazvoku, slednjega opisuje kot »hibridno prakso« (Taylor, 1998: 25). Porodničarji namreč v svojih interpretacijah ultrazvočnih izidov podobam nerojenih pripenjajo različne, tudi povsem nemedicinske pomene, kar Harawayeva prizanesljivo označuje kot »težave prevoda« (Haraway, 1999: 164).

Ultrazvok je medij

»Medijske tehnologije, kot denimo televizija in medicinske tehnologije, kot je denimo ultrazvok, so produkt istih družbenih, kulturoloških, zgodovinskih, političnih in ekonomskih okoliščin in istih vizualnih predstav«, trdi James C. Faris (1996: 11). Tako ultrazvok kot televizija sta se namreč razvijala in nato stopila v uporabo nekako istočasno in sooblikovala družbo vizualnih predstav in spektaklov, kjer vladajo podobe in kjer videti pomeni verjeti. Zdi se, da se je z razvojem tehnologije, ki omogoča vidnost, želja videti še okrepila in počasi prerašča v zahtevo. Kot ugotavlja Faris: »Zahod privilegira vizualnost. Vizualna hegemonija je postala žarišče modernizma, središče družbenih in znanstvenih prizadevanj« (Faris, 1996: 11).

Pri tem očitno ne zmoti temeljni paradoks vizualnih tehnologij, da ne zajamejo realnosti same, pač pa zgolj njen odsev odseva, zlasti če upoštevamo interpretacije, ki sledijo tehnološkemu rezultatu. Ultrazvok seveda ni nobena izjema, kar priznava tudi stroka: »CT fotografije nadledvičnih tumorjev so zgolj reprezentacije dejanskega tumorja, ultrazvočna reprezentacija napake srčnega pretina so zgolj zvočni valovi, pretvorjeni v podobo, ne napaka sama« (Treichler *et al.*, 1992: 7). Tudi podobe nerojenih, ki jih prinese ultrazvočni pregled v nosečnosti, so zgolj podobe in konstrukcije (»konstrukcije tega, kaj je fetus in kako je potrebno z njim ravnati« (Rapp 1997: 32)), prežete s projekcijami za »otrokovo« prihodnost: »Ne le, kaj je fetus, pač pa, kaj lahko postane kot otrok.« (Rothman, 1986: 114) In ravno v reprezentaciji podob se kaže drobna razlika med medijskimi in medicinskimi reprezentacijami, ki pa nas še utrjuje v prepričanju, da je ultrazvok (tudi) medij. Nemedicinski del interpretacije je na voljo vsakomur, ki opazuje podobo na ultrazvočnem zaslonu. Starši, ki večinoma nimajo medicinskih znanj, tako aktivno sledijo ultrazvočnemu pregledu, pri čemer se naslanjajo na izkušnje, ki jih imajo s spremljanjem ostalih bolj dostopnih medijev, pri čemer so tu v rahli prednosti. Zabisane sivo – bele na zaslonu tudi njim, tako kot porodničarjem, medijem in družbi, v primerjavi z ostalimi mediji, puščajo veliko manevrskega prostora za domišljijo in sanje. Vendar tudi za konstrukcije in ideologije.

LITERATURA

- Davis-Floyd, R.E. in Sargent C. F. (1997): Introduction: The Anthropology of Birth. V R.E. Davis-Floyd in F.W. Twine (ur.), *Childbirth and Authoritative Knowledge: Cross-Cultural Perspectives*. Berkeley: University of California Press.
- Duden, B. (1999): The Fetus on the »Farther Shore': Toward a History of the Unborn. V V L. M. Morgan in M. W. Michaels (ur.), *Fetal Subjects, Feminist Positions*, 14 – 25. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Faris, J. C. (1996): *Navajo and Photography: A Critical History of the Representation of an American People*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Franklin, S. (1991): *Postmodern Procreation: Representing Reproductive Practice*, Science as Culture 3. New York: Routledge.
- Haraway, D. J. (1997): *Modest Witness Second Millennium: FemaleMan[®] Meets Oncomouse[™]*. New York, London: Routledge.
- Haraway, D. J. (1999): *Opice, kiborgi in ženske*. Ljubljana: Šou, Študentska založba.

- Georges, E. (1997): Fetal Ultrasound Imaging and the Production of Authoritative Knowledge in Greece. V R. E. Davis-Floyd in F. W. Twine (ur.), *Childbirth and Authoritative Knowledge: Cross-Cultural Perspectives*. Berkeley: University of California Press.
- Michaels, M. W. in Morgan, L. M. (1999): Introduction: The Fetal Imperative. V L. M. Morgan in M. W. Michaels (ur.), *Fetal Subjects, Feminist Positions*, 1 – 9. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Petchesky, R. P. (1987): Fetal Images: The Power of Visual Culture in the Politics of Reproduction. V M. Stanworth (ur.), *Reproductive Technologies: Gender, Motherhood and Medicine*, 57 – 80. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Rapp, R. (1997): Real-Time Fetus: The Role of the Sonogram in the Age of Monitored Reproduction. V G. L. Downey in J. Dumit (ur.), *Cyborgs and Citadels: Anthropological Interventions in Emerging Sciences and Technologies*. Santa Fe: School of American Research.
- Rothman, B. K. (1986): *The Tentative Pregnancy*. New York: Viking.
- Strathern, M. (1992): *Reproducing the future: Anthropology, Kinship, and the New Reproductive Technologies*. Manchester: Manchester University Press.
- Taylor, J. S. (1998): Image of Contradiction: Obstetrical Ultrasound in American Culture. V S. Franklin in H. Ragone (ur.), *Reproducing Reproduction: Kinship, Power, and Technological Innovation*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Treichler, P. A. in Cartwright L. (1992): Imaging Technologies, Inscribing Science: Introduction, *Camera Obscura* 28:5-20.

ŽENSKO TELO KOT OGLAŠEVALSKI OBJEKT

Povzetek: Žensko telo kot oglaševalski objekt je antropološka razprava, v kateri so analizirani konkretni primeri oglaševanja, predvsem v ženskem revijalnem tisku. Za osrednji raziskovalni element sem izbrala človeško telo, saj nastopa v najrazličnejših oglaševalskih kontekstih (od mode do avtomobilizma) in zato dobiva status oglaševalskega objekta, ki ga obožujemo, častimo, kanoniziramo, seksualiziramo idr. Kot kažejo raziskave, najpogosteje prav znotraj modnih vsebin in s pomočjo modne fotografije kot uveljavljene medijske tehnologije. Pa naj bodo ključni argumenti hkrati tudi odgovor, kako se oglaševanje vedno bolj intenzivno in nevidno prepleta z ostalimi vsebinami usakdanjega življenja, vpliva na vizualizacijo in estetizacijo sodobnih medijev in kako bo tudi v prihodnje vplivalo na spremembe medijske kulture.

Ključni pojmi: oglaševanje, revijalni tisk, reprezentacija ženskega telesa, modna fotografija, antropologija medijev.

*Now though we know of old that looks deceive
and always have done, somehow these good looks
make more impression than the best of books.*

Lord Byron¹

*Sedaj končno vemo, da so podobe ključne, in te
lepe podobe so vedno, nekako že, naredile večji
vtis kot najboljše knjige.*

Lord Byron

Uvod

Oglaševanje ni le ena izmed pomembnejših sodobnih form komuniciranja, pač pa tudi tista komunikacijska oblika, ki s specifičnim pojavljanjem soustvarja podoben množičnega trga ter vpliva na podobo medijev. In posredno na celotno družbeno-kulturno okolje. Kot sodoben medijski fenomen je zato danes povsem relevanten predmet preučevanj in raziskav na vsaj dveh interesnih ravneh. Na prvi s ciljem, da bi končni rezultati o učinkih oglaševanja prinesli nove rešitve na področju tržnega komuniciranja (pobuda na strani prakse – ekonomije). In na drugi s ciljem, da bi temeljitejša analize opozorile na pogosto spregledano večplastnost

* Mag. Jerca Legan, doktorska študentka in raziskovalka znanosti na področju antropologije vsakdanjega življenja in medijskih študijev na Fakulteti za podiplomski humanistični študij – ISH v Ljubljani.

¹ Lord Byron (1777, first published 1816-24. *Don Juan*) v Hartley, John. 1996. *Popular Reality*. Arnold, str. 196.

novodobne komunikacijske oblike tako na mikro nivoju, kjer je osnovno raziskovalno izhodišče identiteta posameznika, kot na makro nivoju znotraj najširšega področja družbenih komunikacij (pobuda na strani teorije – znanosti).

Z esejem *Žensko telo kot oglaševalski objekt* se pridružujem antropološkim razpravam na drugi ravni, kjer je oglaševanje preučevano skozi različne teorije (sodobnega) komuniciranja. Oglaševanje je namreč ena izmed tistih form, ki se zaradi povečanih potreb identifikacije posameznih delov ekonomije (od izdelka do blagovne znamke) vedno intenzivneje in nevidno prepleta z ostalimi vsebinami vsakdanjega življenja (Evans, Hall: 1999).

Izmed »na ogled postavljenih« oglaševalskih objektov sem izbrala tistega, s katerim lahko najbolj nazorno argumentiram osnovno tezo o *ženskem telesu kot objektu oglaševanja*. Med najbolj pojavnimi in največkrat uporabljenimi objekti oglaševanja je namreč prav človeško telo, ki nastopa v različnih oglaševalskih kontekstih (od mode do avtomobilizma). S tem dobiva status oglaševalskega objekta, ki ga obožujemo, častimo, kanoniziramo, seksualiziramo, ...

V prvem delu tezo razvijam pretežno s teoretskega vidika, kjer oglaševanje nastopi kot ena izmed komunikacijskih form znotraj medijske kulture. Pri tem uporabim modo kot medijsko oziroma oglaševalsko vsebino, ki pri vizualizaciji svojih sporočil ni le najbolj ambiciozno izpeljana, ampak za svoj oglaševalski (modni) objekt najpogosteje uporablja žensko/moško telo. Pri tem je relevantno tudi načrtovanje, ustvarjanje in ohranjanje blagovnih znamk. In te se gradijo tudi s pomočjo znanih osebnosti.

Drugi del antropološke razprave je namenjen kratki diskurzivni analizi medijskih tekstov in vizualnih reprezentacij na posameznih primerih oglaševanja v konkretni medijski praksi. Omenjena metodologija ukvarjanja z izbranimi primeri namreč ustreza prikazu izhodiščnih teoretskih predpostavk na praktičnih, značilnih medijskih diskurzih, ki se za konstrukcijo komercialnih sporočil najpogosteje poslužujejo prav ženskega telesa. Osredotočila sem se na t.i. ženske medije (McCracken, 1993), predvsem z modnimi vsebinami, ki za osrednji objekt vizualizacije in estetizacije žensko telo uporabijo vsaj za tri oblike reprezentacije, kot: oblačilo, ženskost in telo. Žensko telo takrat dobi vlogo osrednjega oglaševalskega objekta, osrednje mesto pri tem pa ima fotografija kot specifična, razvita in zato prepoznavna medijska tehnologija, ki služi tudi ustvarjanju posameznih oglasov in s katero se nenehno spreminja tudi podoba medijev.

Oglaševanje

Postopna usmeritev sodobnega potrošnika je pripomogla k nastajanju prilagojenega načina tržnega komuniciranja, s pomočjo katerega proizvajalci različnih dobrin organizirano nagovarjajo svoje potencialne uporabnike.

Ključne spremembe so se pojavile na prelomu 20. stoletja. Z nastajanjem lokalnih (nacionalnih) trgov (ZDA, Velika Britanija, Francija, Nemčija idr.) in povečevanjem blagovne proizvodnje so se postopoma razvijala tržna središča (v večjih mestih), od koder je prihajalo blago za široko porabo. Proizvedeno za množično potrošnjo je bilo distribuirano po celotnem ozemlju, kjer je sicer vladala (pravilo-

ma monopolna) konkurenca. Prav zaradi nje se je pojavila potreba po signaliziranju oziroma uresničevanju razlik med posameznimi izdelki različnih proizvajalcev. In pojavilo se je oglaševanje kot odgovor nanjo (Williamson, 1978).

Oglaševanje se je torej razvijalo v dveh vzporednicah. *Ekonomska kategorija* je bila posledica nenehnega povečevanja števila prebivalcev in koncentracija trga v velikih mestih ter razvoja proizvajalcev (na veliko), ki so s pomočjo razvite infrastrukture svoje izdelke prodajali v manjša mesta. *Kulturna kategorija* oglaševanja se je pojavila z razvojem množičnega tiska, s katerim so lahko informacije o novih izdelkih na trgu distribuirali k najširši bralni (potencialni potrošniki) publiki.

Oglasi kot kulturne forme

Vizualizacija je z razvojem medijev in spreminjanjem tiska (tudi na račun elektronskih medijev) postala pomembna medijska kategorija. Velik del le-te pa je rezultat posebne kulturne in ekonomske forme, ki smo jo spoznali za oglaševanje (Miller in McHoul, 1998).

Pri tem moramo upoštevati več vidikov.

V medijih je prisotno prepletanje oglaševalskih in drugih (neoglaševalskih) vsebin, ki je značilno predvsem za t.i. revijalni tisk. Oglasi nastopijo kot pomembne kulturne forme, ki skupaj z ostalimi vizualnimi formami vplivajo na vizualizacijo tiskanega medija. Na primer celostranski oglasi na finem barvnem papirju so v mesečnih revijah (npr. *Vogue*, *Elle*, *Cosmopolitan*, *Modna Jana*, *Gloss* idr.) že stalnica. Medtem pa oglasi pri časnikih (»resnih« dnevnih časopisih), kljub relativni velikosti oglaševalskega kolača, v primerjavi z revijami (pogostost pojavljanja in cena oglaševalskega prostora) zaradi verodostojnosti še vedno ostajajo vidno ločeni od novinarskih prispevkov. Teoretično, saj vemo, da v praksi prihaja do številnih nepravilnosti prav zaradi nedovoljenega prepletanja informativnih (neplačanih) vsebin s komercialnimi (plačanimi, čeprav gre pogosto tudi za neplačane na način 'gentleman agreement'²). Nekateri zato razlike v vizualizaciji in prepletanju oglasov opisujejo z delitvijo na t.i. rumeni in t.i. kakovostni tisk. Za slednjega, na primer, naj bi bil značilen majhen delež vizualiziranih vsebin in strogim ločevanjem oglaševalskih. Ali drugače, veliko število fotografij (pretežno oglasov) naj bi opozarjalo na »neresnost« medija. Seveda je ta delitev preveč poenostavljena, saj vemo, da obstaja tudi kakovostni revijalni tisk, ki je ekonomsko odvisen od oglaševanja ali pa vsebinska politika medija temelji na vizualnih formah.

Pričujoča antropološka razprava pa naj bi temeljila na izbranem oglaševalskem segmentu, tj. *žensko telo kot oglaševalski objekt*, zato se bom v nadaljevanju osredotočila na vizualizacijo tistih medijev, v katerih so oglasi pomembne vizualne forme,

² *Gentleman agreement* je izraz za notranji dogovor med lastniki in oglaševalci, ko lahko drugi na obljubo prvih komercialna sporočila objavljajo brez plačila. Običajno gre za t.i. paketno oglaševanje, ko posamezni naročniki konstantno oglašujejo v več revijah hkrati, in ker gredo sredstva v isto medijsko hišo, dobijo posebni »količinski« popust ali kompenzacijo v obliki prikritega oglaševanja, za katerega praviloma ne plačajo. Pri slednjem gre brez izjeme za uporabo značilne diskurzivne oblike, ki omogoča prepletanje informativne in komercialne vsebine. Ali drugače, narava prispevka deluje informativno in nepristransko, dejansko pa gre za promocijsko in pristransko.

ki vplivajo na končno podobo medija. Gre za revijalni tisk oziroma t.i. ženske revije (McCracken, 1993). V njih namreč prevladuje oglaševanje, ki uporablja žensko telo kot osrednji vizualni objekt. Analizo bom v drugem delu konkretizirala s praktičnimi primeri oglasov, ki so bili objavljeni v izbranih ženskih medijih (npr. *Elle*, *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *Cosmopolitan*, *Modna Jana*, *Gloss*, *Viva*, *Pepita*, *Eva* idr.).

Naj začnem z mislijo B. Luthar, ki za narativizacijo v omenjenem (ženskem, po novem tudi moškem) revijalnem tisku ugotavlja: »Prepletanje uredniških in oglaševalskih vsebin oziroma oblikovanje oglasa kot novinarskega članka definira trendovske revije, posebej je to značilno za promotivni žurnalizem revij za kultiviranje življenjskega stila. Vse v tem dizajniranem žurnalističnem okolju je blago, potencialno blago ali ima vidik blaga« (Luthar, 1998: 176). Na primer *Modna Jana*, *Ona*, *Eva*, *Men's Health*, *Playboy*, *Elle*... V teh revijah velik del medijske vsebine predstavljajo prav oglasi kot vizualne forme. Na primer. Že površno listanje ženskih revij (tako tujih – *Vogue*, *Marie Claire* idr., kot domačih – *Gloss*, *Modna Jana*, *Eva*, *Cosmopolitan* idr.) razkriva vedno večji delež prav modnih oglasov. Čeprav različnih velikosti, na kakovostnem barvnem papirju in na račun visoke fotografske tehnologije vplivajo na estetizacijo in vizualizacijo omenjenih medijev (Gough-Yates, 2003).

Proizvajalci mode v sodobni družbi se torej vedno bolj zavedajo pomembnosti simboliziranja in organiziranja svojih izdelkov ter oblikovanja blagovnih znamk. Zato je oglaševanje postalo najpomembnejše dejanje pri prodajanju mode (Myers, 1986). Spomnimo se samo duhovitih in provokativnih oglaševalskih kampanj za Diesel in Calvin Klein.

Najpomembnejši del prodaje je pojavljanje v množičnih medijih, največkrat v obliki oglasov ali pozitivne publicitete (tj. promocije), zato Dieslovi oglasi poleg provokativnosti v očeh potencialnega kupca zbujajo željo po drugačnosti, ki naj bi si jo pridobil prav z uporabo izdelkov Diesel. Zgovoren primer njihove idejne robustnosti je tudi eden izmed televizijskih spotov, ko mlad čeden moški sredi vročega poletnega dne vstopi v trgovino, da bi si kupil nekaj za osvežitev. V trenutku se stresejo tla, svet se znajde v potresnem stanju, kar sam sploh ne zazna. Ko zapušča trgovino opazi, da se je nekaj zgodilo, zato radovedno pogleda nazaj. Tedaj se nerodno spotakne ob robnik pločnika, kar v oglasu opozori na »ljubkost in brezskrbnost« vseh, ki nosijo dieselke. In prav s tem se identificirajo mladi, ki so – v oglaševalskem jeziku – njihova ciljna publika.

Moda kot oglaševalska vsebina

Korenine modne industrije segajo v začetke tekstilne industrije, torej v obdobje industrijskih revolucij, ki ga v zahodnem svetu poznamo kot preboj kapitalističnega načina proizvodnje. Braudel je začetke mode postavil v leto 1350: »...ko so moški, nekaj buržuazov in njihovih sužnjev, oblekli tako ozke in kratke tunike, da so razkrili, kaj sramežljivost skriva«. Toda to ni pomenilo modo v sodobnem smislu. Sodobni pomen mode je povezan z povzročanjem hitrih sprememb na pravem mestu in ob pravem času, do prvih novih sprememb, ki se ponovno uveljavljajo. »O modi ne moremo govoriti pred letom 1700« (Barnard, 1996: 101). Predpogoj so seveda velika središča, kjer modni trendi nastajajo in množična poraba, ki je razširjena na celotno ozemlje. V 18. stoletju je bila moda hitrih sprememb namenjena

konstruiranju in reproduciranju družbene mobilnosti. Moda je bila domena višjih slojev, ki so imeli možnosti za razširjanje funkcij oblačenja, od primarne zaščite telesa k sekundarni potrebi za doseganje izdelanega estetskega videza. Sicer pa je začetek v raznovrstnosti mode postavljen z izumom šivalnega stroja leta 1840, ko se je začel razvoj konfekcijske industrije in s tem množična produkcija.

In prav množična produkcija (primerljiva je z najrazličnejšimi panogami, od lesarske in kasneje računalniške do tekstilne oziroma modne) je dejavnik, ki je vplival na spremembe v vseh sferah družbenega življenja. Predvsem v dvajsetem stoletju, ko je človeštvo doživelo najhitrejši tehnološki in družbeni napredek. Vzporedno s spremembami v načinu življenja in nastajanju specifičnih življenjskih stilov, v spremenjenem razmerju produkcije in konzumpcije, se spremeni medijska kultura (Du Guy, 2000).

S tega vidika bi bilo nesmiselno modo in oblačenje ločevati, ali jih celo kategorizirati kot kulturno nerelevantne. Oblačenje nastopa kot izraz kulture v določenem prostoru in času, po drugi strani pa se kultura ohranja s pomočjo izdelanih, uveljavljenih in ustaljenih praks vsakdanjega življenja, kamor sodi tudi in predvsem moda. »Moda in oblačenje v prvi vrsti zaznamujeta in naznanjata družbeno in kulturno realnost. Nastopata kot artefakti, prakse in institucije, ki konstituirajo družbeno zavest, vrednote, ideje in izkušnje« (Barnard, 1996: 36).

Pri razumevanju odvisnosti mode od kulture ne morem mimo družbene artikulacije, »opozicijskih kulturnih identitet«. Posamezne družbene skupine z drugačnim vedenjem in oblačenjem ustvarjajo neke vrste subkulturo. Lahko bi jo imenovala 'oblačilna subkultura' kot alternativna moda. Študije nekaterih sociologov (bele, moške, delavske mlade populacije), kot sta npr. Paul Willis (1978) in Dick Hebdige (1979), poudarjajo načine, kako subkulturne skupine (npr. rokerji in punkerji) aktivno uporabljajo potrošno blago kot označevalce v aktivnem procesu konstruiranja »opozicijskih« identitet. Punk kultura si je na primer prisvajala 'banalne' vsakdanje predmete, kot so varnostne zaponke ipd., ko jih je prevedla v objekte za osebno okraševanje in razkazovanje.

Znane osebnosti

Priljubljenost znanih oseb v javnem življenju je s številnimi primeri močno prisotna, zato jo velike oglaševalske agencije za še večji uspeh oglaševalskih kampanj 'drago kupujejo'. Tisto, česar anonimni posamezniki ne poznajo, lahko povezujejo z osebami, ki predstavljajo simbole lepote, ugleda, avtoritete, uspeha, prestiža, ... Znane osebnosti, ki nastopajo v oglasih, naj bi imele pomembno vlogo za uveljavljanje blagovnih znamk v širšem kulturnem kontekstu, saj se potrošniki skušajo z njimi poistovetiti.

Tudi modna industrija za svojo medijsko prisotnost ali za vzpostavljanje novih blagovnih znamk na svetovnem (množičnem) trgu nemalokrat uporablja imena slavnih ljudi v svetovni javnosti, ki naj bi bili s svojimi življenjskimi uspehi in načinom življenja vzor svojim oboževalcem in posredno potrošnikom modnih dobrin, ki jih uporabljajo oziroma predstavljajo. Znani obrazi in imena naj bi delovali na svoje potencialne poznavalce 'ne glede na čas in prostor'.

In kdo so 'znane osebnosti'? Idoli mladih in starih, ki polnijo strani najrazličnej-

ših tiskanih in elektronskih medijev. Hollywoodski igralci, ključni akterji v svetovni politiki (ti po 'profesionalni etiki' naj ne bi pri promoviranju mode nastopali neposredno, zato nastopijo pa kot uporabniki določenih blagovnih znamk, da bi vplivali na njen družbeni prestiž), glasbeniki, športniki... (Gledhill, 1991). Michael Schumacher, Cindy Crawford, na primer, kot svetovno znani osebnosti posodita svoj obraz in izrazita lojalnost ročni uri blagovne znamke Omega: »My choice«. Oglaševalci s tem apelirajo na svoje potencialne kupce, ki po njihovi domnevi obožujejo Schumacherja ali Crawfordovo.

»Psihologija prestiža ima svoje korenine tudi v psihologiji potrošništva. Z doseganjem določenega prestiža posameznik uresničuje svojo potrebo po družbenem uveljavljanju. Moda in prestiž pa sta tesno povezana. Tako številne znane osebnosti pomembno vplivajo na modo, saj je javnost, zato da bi živila del njihovega prestiža, obsedena s posnemanjem njihovega načina obnašanja in oblačenja« (Todorović, 1980: 73).

Dekleta so v dvajsetih nosila pričesko »a la Greta Garbo«, zavestno ali podzavestno, da bi bile tako zapeljive, kot je bila ona. Podobno vlogo je imela v petdesetih tudi Brigitte Bardot. Te vrste oponašanja je König razvrstil med najbolj banalne aktivnosti žensk: »Vsi se navdušujejo nad igralko. In ko v javnosti izjavi, da uporablja kremo X ali milo Y, je dovolj, da lansira modno kozmetično znamko, ki jo izkoristijo kot prikrito reklamiranje izdelkov« (König, 1967: 142).

Po omenjeni teoriji, znane osebnosti v oglasih nastopajo kot verodostojne osebnosti, čigar vedenje do nekega dogodka, stvari ali izdelka iz modne industrije služi kot mnenje, ki naj bi mu sledili predstavniki njihove javnosti. Oni so, da bi bili del družbenega prestiža, pripravljeni kupiti to ali ono oblačilo priznanega kreatorja, to ali ono ličilo, ki ga znane osebnosti priporočajo. V tem primeru raste pomen modnih časopisov, ki angažirano predstavljajo določene (ugledne) osebnosti, predstavnike javnega življenja, kako reprezentirajo to ali ono blagovno znamko.

In ustvarili so se stereotipi, s katerimi si pomagajo tudi oglaševalci. Način oblikovanja pričeske »Lady Di«, diamanti, ki jih pooseblja Isabella Rosellini, identifikacija blagovne znamke Versace s postavno temnopolto manekenko Naomi Campbell, prepoznavnost Calvina Kleina s Kate Moss, Revlonova ličila z Milo Jovovich, trženje »dišavne vodice« z imenom Gabriela Sabatini in moške z Lucianom Pavarotijem, Gurleainov parfum Champs-Elysees s francosko igralko Sophie Marceau, košarkaš Chicago Bullsov Dennis Rodman podarja svojo izjemno kontraverzno osebnost blagovni znamki All Star, Johnson pa tenis copatom Nike, in še bi lahko naštevala. Za oglas zadostuje estetska portretna fotografija izbranega junaka-inje, ki svoje potencialne kupce zapeljuje s pogledom.

Tovrstnega medijskega prepričevanja – s pomočjo znanih osebnosti – se v Sloveniji poslužujejo predvsem ženske (po novem tudi moške) revije, v katerih nastopajo politiki, strokovnjaki, igralci, glasbeniki in ostali predstavniki 'slovenske smetane' na kavču, kot je v zapisala B. Luthar. Znane osebnosti so namreč ves čas pod budnim očesom medijskih predstavnikov, ki jih na zanimanje javnosti spremljajo v javnem in tudi v zasebnem življenju. Med tematikami, ki govorijo o stilih posameznikov, je tudi modna. »Politika in zabava sta tesno povezani: predvolilni boj je vedno povezan z oglaševanjem, politične preference z estetiko in življenjskim stilom,

volitve pa z nakupovanjem... Oblike zvezdnštva danes segajo od glasbe, športa, modnega sveta do vseh ostalih oblik popularne kulture...» (Dyer, 2001).

Spomnimo se, kako je princesa Diana postala simbol milijonom žensk po svetu, ki so želele biti počesane kot ona, vsaka njena obleka, od športnih hlač do večerne toalete, je prišla v modo in po njeni smrti na dražbi dosegala visoko ceno. S svojo vitko linijo in priljubljeno osebnostjo je bila za modno industrijo neprecenljive vrednosti in reklamna osebnost številka ena. Pojavljala se je na naslovnica prestižnih modnih časopisov, kar velja tudi za lepotic omenjene pred njo. Dejstvo je, da znane osebnosti iz sveta blišča, igralskega, modnega, tudi političnega, kulturnega, predvsem pa iz šovbiznisa, hodijo z roko v roki, živijo en z drugim in eden za drugega. Drug drugemu kujejo slavo, se zadržujejo na površju. Kreatorji krepijo slavo z vrhunskimi manekenkami, igralci, športniki...; manekenke, igralci, ... pa z njihovimi oblačili, z načinom in možnostmi, da se pokažejo. Arnold Schwarzenegger, Madonna ipd.

Po B. Luthar, je zvezdnštvo tudi marketinški fenomen, ki gre s standardizirano kulturno produkcijo in industrializacijo pripovedovanja zgodb. Kot je na primer nov način oglaševanja, ki konstruira simbolni produkt, ki bo prispeval k tržnemu uspehu kulturnega blaga (Luthar, 1998: 214). Lahko bi se strinjali, da ima zvezdnštvo torej dvojni status: po eni strani je rezultat industrijske manipulacije, sredstvo promocije in povabilo k potrošnji kulturnega produkta; po drugi strani pa manipulacija pomenskih sistemov v kulturi (Gledhill, 2001).

Od tod tudi trditev sociologinje M. Ule: »Ugled je lahko lastnost produkta, ki ga priporočamo v tržnih obvestilih ali pa oseb, ki v sporočilu priporočajo ta produkt. Slava nam naredi stvar ali osebo nekako domačo, bližnjo. Slavne osebe so velikokrat tudi fizično privlačne in prenašajo privlačnost na predmete, ki jih priporočajo. Produkti, ki jih priporočajo slavne osebnosti, vzbujajo več pozornosti, so bolj priljubljeni kot produkti, ki niso deležni tovrstne promocije« (Ule et al., 1996: 101).

Strokovnjaki za tržno komuniciranje si tako izposojajo obraze, značaje in celostne podobe oseb, ki jih prepoznavajo po vsem svetu. Z njimi identificirajo določeno blagovno znamko, ji povečajo ugled in uveljavljanje, prodornost na trgu. V obliki izvirnih tiskanih ali televizijskih oglasov sporočajo posredno preko izbranih osebnosti in njihovih teles. Nike Shoes oglaševalske kampanje imajo za vsako športno kolekcijo svoje značilne osebnosti, ki potrošnike športne obutve prevzamejo z njihovimi uspehi, veličino pomena v družbi. Oglaševanje kozmetičnih ali tekstilnih blagovnih znamk s priznanimi manekenkami iz začetka devetdesetih, kot so Claudia Schiffer, Cindy Crawford, Christy Turlington, Naomi Campbell, Linda Evangelista, Nadja Auermann, Kate Moss ipd., je pomenil oglaševalski prestiž, saj so si njih za svoje kampanje lahko privoščili le največji oglaševalci.

Primer: Žensko telo kot oglaševalski objekt

Reprezentacija: telo, oblačilo, ženskost

»Men act and woman appear« (Berger, 1972) je slovita Bergerjeva misel ob razumevanju odnosa med moškim, žensko in modo. Vloga moškega je, da opazuje in raziskuje nasprotni spol, medtem ko je vloga ženske, da se pusti opazovati in razi-

skovati nasprotnemu spolu. Slednja je še dodatno zapletena z opazovanjem drugih žensk. In tudi sicer je bila moda že od nekdaj, čeprav zelo raznoliko glede na prostor in čas, glavni način za konstruiranje, signaliziranje in reproduciranje ženstvenosti oziroma moškosti (Ferguson, 1983).

'Feminine' je sinonim za sramežljivost, skrbnost in vzgojnost, 'masculine' pa za agresivnost, dominacijo in zaposlenost zunaj doma. Kaj je ženstveno oziroma moško je kulturno pogojeno, zato namerno ostanimo pri nam znani, evropocentristični razlagi. Moški nosi hlače, ženska krilo, moška barva je modra, ženska pa roza (Barnard, 1996: 110-120). Toda tudi ti stereotipi so vedno manj relevantni, saj posameznik ne pridobiva identitete zgolj z vnaprej določenimi kulturnimi simboli in znaki, z rojstvom, kot je bilo značilno za t.i. tradicionalne družbe, pač pa si jo v veliki meri ustvarja sam s spolnim opredeljevanjem in individualističnim razumevanjem sveta. Identiteta ni več doživeta kot del naravnega, nespremenljivega atributa posameznika, temveč kot rezultat osebnih odločitev (Foucault, 1980 in Goffman, 1959).

Na tem mestu je smiselno razlikovanje – ko žensko telo nastopi kot oglaševalski objekt – reprezentacije: *telesa*, *oblačila*, *ženskosti*. Seveda jih je v praksi težko ločevati, saj se v posameznem oglasu prepletata vsaj dve.

Kljub temu bom skozi omenjeno delitev poskušala analizirati uporabo *ženskega telesa kot oglaševalskega objekta* na posameznih primerih, izbranih v nekaterih novejših ženskih revijah. Glede na to, da naročniki posameznih oglasov oglašujejo v sorodnih medijih (kot se razume ženske revije), ne bom izpostavljala posameznega medija, v katerem je nastopil izbrani oglas. Za analizo namreč ni v ospredju primerjava oglasov glede na medije, pač pa ugotavljanje, katere so prevladujoče reprezentacije v vseh izbranih medijih. V analizo vključeni oglasi so vzeti iz naslednjih ženskih revij: *Vogue* (november 1993, junij 1994, junij 1997), *Cosmopolitan* (avgust 1998), *Harper's Bazaar* (februar 1998), *Modna Jana* (maj in avgust 2001), *Glamour* (marec in junij 1998).

Za predmet konkretne diskurzivne analize sem izbrala oglase, ki polnijo ženske revije s prepoznavnimi vizualnimi formami in oglašujejo predvsem modne vsebine, kot so izdelki kozmetične (oglas za dišave, izdelke negovalne in dekorativne kozmetike) in modne (oglas za oblačila, obutev, modne dodatke) industrije, čeprav žensko telo kot oglaševalski objekt nastopa tudi v drugačnih (nemodnih) vsebinah, npr. avtomobilizem, bančništvo itd. Iz nabora oglasov, ki celostno predstavljajo rabo ženskega telesa kot oglaševalskega objekta, sem za analizo izbrala tri, glede na določeno reprezentacijo: *telesa*, *oblačila* in *ženskosti*.

Spolna simbologija oblačenja je še vedno očitna predvsem pri posameznih oblačilih, kot so spodnje perilo, korzeti, podvezice, nedrčki in modnih dodatkih, kot so kravate, rute, torbice, nakit, ipd. Posebno, ko nastopi v medijski (predvsem oglaševalski) formi. Izbrani oglasi za spodnje perilo, za samostojne nogavice ter za kozmetične izdelke za nego telesa imajo skupno oglaševalsko metodo – oglaševanje izdelka s pomočjo istega oglaševalskega objekta in prevladujočo reprezentacijo – proporcionalnega, kanoniziranega, po estetskih merilih »idealnega« ženskega telesa – v spodnjem perilu, kopalkah, v nogavicah, za simboliziranje dišave oziroma za identificiranje z idealom ženskega telesa (Ferguson, 1983). Žensko telo kot

oglaševalski objekt je s prevladujočo reprezentacijo – *telo* – torej značilno za oglaševanje, ki oglašujejo spodnje perilo in kopalke, dišave in kozmetične izdelke za nego telesa. Takšni oglasi zato prevladujejo v poletnih edicijah ženskih revij, ko je žensko telo še posebej izpostavljeno (slečeno).

ANALIZA PRIMERA: *reprezentacija – TELO*

Povedano bi lahko uporabili za podrobno analizo oglasa za kopalne izdelke Beti, ki je bilo vključeno v nabor izbranih oglasov.

Postavno, temnolaso dekle, oblečeno v najnovejši model bikink črne barve, pozira z ležanjem na tleh, nekje ob vodi, saj je njena – ravno prav in enakomerno – zagorela koža mokra. Z resnim, a zapeljivim pogledom v kamero sporoča o svojem samozavestnem počutju v tej poletni opravi. Estetizirano žensko telo – uporabljeni so estetski učinki, kot so proporcionalne manekenske mere, zagorela polt in mokra koža, črne kopalke so kontrastne z barvo kože, naličen obraz s poudarjenimi očmi, podlaga v barvi vode, veliki plan – je v ospredju. Pogled se najprej ustavi na telesu, potem na kopalnem kostumu in končno na napisu (logotipu) Beti, ki govori o izvoru oglaševanega izdelka in se nahaja v desnem spodnjem kotu, nenaključno na desnem boku manekenke. Oglas naj bi deloval spontano, kot da jo je kamera ujela naključno, ko je prišla iz vode, čeprav vemo, da so v ozadju nekaj urne priprave na »popolni videz«. Potencialne potrošnice pa naj bi se identificirale z njo, saj jih oglas prepričuje, da bodo prihajajoče poletje v kopalkah Beti izgledale podobno.

Predvsem oglaševanje izdelkov, ki pokrivajo najintimnejše dele telesa (spodnje perilo, kopalke), ter izdelkov kozmetične in farmacevtske industrije bazira na uporabi telesa kot erotiziranega objekta oziroma oglaševalskega objekta, ki ga častimo, obožujemo, ... Dišave, ličila in drugi izdelki, ki so povezani z vonjem, kožo, ... so oglaševani s prikazovanjem delov ženskega/moškega telesa, ki naj bi zapeljal potencialne potrošnike. Še natančneje, oglaševanje izdelkov za ženske z ženskim telesom pomeni zapeljevanje moškega, potencialne uporabnice pa prepričuje, da bodo videti podobno, če bodo uporabljale oglaševani izdelek. Razlike med oglasi se pojavijo pri nastavljanju posameznega oglasa – izpostavljeni deli telesa in uporaba posebnih učinkov (okolje, barve, dodatki, naknadna obdelava fotografij) – glede na oglaševani izdelek. Na primer, oglas za dišavo Cacharel uporabi žensko telo v napol mistični (zabrisani) podobi, ki se zliva z barvami in obliko najnovejšega parfuma v rokah fotomodela. Medtem ko so oglasi za spodnje perilo bolj »realistični«.

Žensko telo je kot reprezentacija – *telo* – prisotno tudi v oglasih, kjer so uporabljeni le deli telesa. Na primer, kozmetična industrija za oglaševanje izdelkov negovalne in predvsem dekorativne kozmetike uporablja obraz (ustnice za rdečilo Christian Dior, za negovalni vazelin Labello; oko za maskaro Elizabeth Arden; lase za lasno linijo L'Oreal ali nove barve Schwarzkopf, cel obraz za kreme Clarins, Garnier ali Nivea); roke za kolekcijo lakov L'Oreal; trebuh za negovalno poletno kolekcijo Varese ali zadnjico za Lancaster. Obraz, vrat in roke so kot detajli uporabljeni tudi v oglasih za modne dodatke, kot so nakit, rute, pokrivala in okvirji za očala z dioptrijo ali kot zaščita pred soncem. Na primer, obraz za sončna očala Gorgio

Armani, Guess ali Exte; roke za nakit Christ, Chopard ali Piaget; noge za nogavice Fabiani.

Tudi pri bolj tekstualnih, tj. informativnih oglasih – po oglaševalskem pravilniku označenih »propagandnih informacijah« – ne gre brez uporabe ženskega telesa kot reprezentativnega objekta. Na primer, strani v ženskih revijah s propagandnimi informacijami, kot so oglasi za negovalno linijo Vitastas ali Elizabeth Arden, za anticelulitične izdelke iz morskih alg Guam, oglas za umetno sončenje Solar ipd.

Žensko telo kot oglaševalski objekt pa se pojavlja še v dveh oblikah reprezentacije. Kot *oblačilo*, skozi katerega se največkrat odraža tudi reprezentacija ženskosti. »Ženska oblačila so izdelana na principu privlačnosti, moška pa na principu hierarhije. V osnovi so moški svoje 'življenjske partnerice' izbirali po kriteriju zapeljivosti, ženske pa svoje 'življenjske partnerje' glede na sposobnost zagotavljanja in stabilnosti socialnega statusa.« (Rouse, 1989: 12) Te lastnosti naj bi se izražale z načini oblačenja, ki kljub revolucionarnim spremembam ohranjajo razlike med t.i. ženskim in moškim. Ženska moda ohranja pestrost in dekorativnost, moška pa ostaja manj raznolika in predvsem funkcionalna. Omenjeni stereotip je mogoče razbrati tudi iz kulturnih form kot so oglasi. Oglasi za moške obleke Brioni in oblačila Seventy so identična večini oglasov za moško konfekcijo – maneken z rokami v žepu ali »v akciji« je oblečen v izbrane izdelke, ki reprezentirajo določeno blagovno znamko. Očitno pa pestrost ženskega oblačenja vpliva tudi na kreativnost pri oglaševanju, saj je klasično poziranje na modnih fotografijah v primerjavi z oglasi za moško modo prej izjema kot pravilo. Seveda zopet odvisno od ciljne publike, kateri so oblačila namenjena. Na primer, oglas za ženske kostime St. John v revijah za zrele ženske ali za konfekcijo Labod je v primerjavi z oglaševanjem oblačilnih kolekcij Gucci ali Versace v popularnih modnih revijah še vedno staromodno.

ANALIZA PRIMERA: *reprezentacija – OBLAČILO*

Na primer oglas za jesensko-zimsko kolekcijo ženskih oblačil Versace Couture. Izdelki niso namenjeni dekletom in ne starejšim ženskam, pač pa tistim vmes. Skupino mladih in poslovnih žensk reprezentira manekenka Kate Moss, ki je tokrat posodila svoje telo. V temno rjavi obleki, z razkritim in obenem skritim (s plaščem) ramenom predstavlja oblačilo Versace. Vizualni učinek so dosegli s kontrastom med barvami oblačila in studijskega (sivega) ozadja. V oglasu poziranje ni prikrito, saj je tovrstno predstavljanje oblačil že konvencionalno. Specifično – z rokami zaprto, spodaj pa odprto, da se pokaže raztegljivost tkanine – pozo, z vetrom v laseh in neprijaznim pogledom bi lahko razumeli kot nekakšno upornišvo. Oziroma drugačnost, ki jo obljublja Versacejeva oblačila. Žensko telo – fotografirano pokončno in v celoti – v tem oglasu (in podobnih drugih) torej nastopa za reprezentacijo oblačila, iz katere morajo biti dobro vidne značilnosti (trendi) jesensko-zimske kolekcije – barve, tkanine, linije, dolžine.

V oglasih, kjer je v ospredju predvsem oblačilo oziroma modni dodatek, je očitna uporaba ženskega telesa »v drugem planu«, kot nekakšnega »obešalnika«.

Včasih pa so na fotografijah le deli ženskega telesa. To je značilno predvsem za oglaševanje izdelkov oblačilne in obutvene industrije. Na primer, oglas za usnjene izdelke Roccobarocco, oglasi za Chanel ali Versace; za obutev Alpina, senco ženske-

ga telesa le v ozadju, poudarjen pa je čevelj v ospredju; za modne dodatke Cartoon ali Etro, kjer apeliranje na ciljno publiko z elementi ženstvenosti ni prednostna. Pri zadnjem je žensko telo celo »razosebljeno«, saj ima ženska figura ptičjo glavo.

Moda je torej neločljiva od spolne identitete ali bolje socialno-psiholoških simbolov prisotne erotike (Rouse, 1989). Hlače so bile od nekdaj sekundarni simbol moškosti, krilo pa ženskosti. Evolucija mode in raznih kosov oblačil je prepletena z erotiko. In simboliziranjem *ženskosti* oziroma moškosti. Veliko pozornosti so ji posvečali najprej umetniki in pesniki, kasneje etnologi in sociologi, v sodobni družbi pa spol (čeprav oba, pa še vedno pretežno ženski) postaja osrednji oglaševalski objekt. Ženske danes nosijo hlače, vendar jim ne preti nevarnost kot pri Rimljankeh. Tudi kasneje, v srednjem veku in renesansi, pod krili niso nosile ničesar. Šele po francoski revoluciji se je razširila moda hlač za ženske, ki se je postopoma reklamirala skozi množično kulturo (film, mediji).

Spoznanja v zvezi s kulturo oblačenja glede na spol uporabljajo tudi ustvarjalci oglaševalskih sporočil, ki torej žensko oziroma moško telo kot objekte reprezentacije izrabljajo za najrazličnejše oglasne forme znotraj določenega oglaševalskega in medijskega konteksta.

In prav v oglaševalskih sporočilih ime erotični element telesa, poudarek na spolnosti – ženskosti/moščnosti – še vedno najpomembnejšo vlogo (Todorović, 1980: 99-112). Ta pa se posredno kaže z reprezentacijo ženskosti skozi reprezentacijo ženskega telesa oziroma izpostavljeno igro vlog med moškim in žensko. Na primer oglasi za oblačila Gucci, Donna Karan, Sisley, Dolce&Gabbana, krznene izdelke Maroccain, obutev Alpina, najrazličnejše dišave, kjer moško in žensko telo nastopita skupaj.

ANALIZA PRIMERA: *reprezentacija – ŽENSKOST*

V oglasih za oblačila Gucci je žensko/moško telo uporabljeno kot igralski objekt, s pomočjo katerega naj bi potencialne uporabnice/ki definirali vlogo ženske/moškega. Dekle v dolgi beli obleki z značilnim Guccijevim simbolom – luknja in pozlačeni dodatek pod pasom – stoji ob svojem moškem, ki je očitno »nemočen«. Zaradi izraza na obrazu in odločne poze deluje samozavestno, zato zelo žensko. Čeprav je oglas namenjen predstavljanju nove oblačilne kolekcije zanj, so oblačila »v drugem planu«. V prvem planu je njun odnos, ki temelji na poudarjanju njene ženskosti. Tudi njuna starost vnaprej določa ciljno občinstvo – potencialne potrošnike med 25 in 35 letom. Zato je v našem primeru vloga moškega nekonvencionalna (v konservativnem družbenem kontekstu), saj fant igra nemočnega, predanega, zapeljanega. Kot da bi želeli opozoriti na moč ženskosti, ki jo skriva ženska v Guccijevih oblačilih. Estetski učinki – vsa oblačila v beli barvi (očitni modni trend), kontrast s temnim krznom kot dodatek, hladno urbano ozadje – so premišljeno nameščeni v zeleni oglaševalski kontekst, ki je oblikovan »po meri ciljne skupine«.

Tudi pri drugem Guccijevem oglasu sta ženskost/moškost v ospredju. Vendar pa je njun odnos bolj uravnotežen kot v prejšnjem primeru. Zaljubljen par je – zdi se kot naključno fotografiran – v zatemnjeni sobi. Oblečena sta v novo kolekcijo športno-elegantnih Guccijevih oblačil, ki pa so navidez v »drugem planu«. Seveda

je fotografija še vedno dobro režirana, da se vidi, kakšna oblačila nosita. Njun odnos torej apelira na ciljno skupino, ki so ponovno urbani mladi ljudje od 25 do 35 leta.

Ženskost se v oglasih torej pojavlja kot oglaševalski (kon)tekst (določa vlogo in izraz nastopajočih), v katerem je za osrednji oglaševalski objekt, torej za njeno reprezentacijo, največkrat uporabljeno prav žensko telo.

Sicer pa se žensko telo zaradi svoje fotogeničnosti kot oglaševalski objekt pogosto pojavlja tudi v oglasih, ki niso neposredno vezani na telo oziroma modne vsebine, kjer je največkrat uporabljeno. V takšnih primerih – npr. oglasi za pralne praške, mobilno telefonijo, avtomobile, belo tehniko ipd. – žensko telo nastopi kot »orodje« za prikazovanje uporabe posameznega izdelka (na primer, oglaševanje čistilnega sredstva Domestos) ali nastopi zgolj kot »okras« na fotografiji zaradi posebnega estetskega učinka (na primer, ženska, ki je pravkar naredila špago, oglašuje avtomobilske gume Kumho). Področje oglaševanja je torej zelo široko, zato sem za analizo v tej razpravi izbrala pojav ženskega telesa kot oglaševalskega objekta v oglaševanju s prevladujočimi modnimi vsebinami.

Modna fotografija

Za modno fotografijo, ki se je razvila v prejšnjem stoletju, od dvajsetih let dalje, so bila značilna merila, ki so veljala v mesečnih ženskih revijah, takrat podobna fotografskemu tabloidnemu tisku, ki po mnenju K. Beckerjeve pokriva tri tematske kategorije (Luthar, 1998: 219):

- a) navadni ljudje, ki postanejo vredni novice ('news worthy', tj. vredni objave v medijih)
- b) znane osebnosti in zvezde,
- c) dogodki, ki se ujemajo s konvencionalno konstrukcijo novic, torej fotografijo, povezano z dogodki, ki so 'news worthy' tudi po kriterijih kakovostnega tiska.

Prav slednja kategorija s fotografijami omogoča veliko podatkov o modi, zato je postala nepogrešljiv žanr pri artikulaciji modne industrije v (množičnih) medijih. Predstavitev modnih izdelkov je odvisna predvsem od sporočilnosti modne fotografije, ki je včasih zgolj informativna – na primer novinarski članek z neke modne prireditve – drugič pa promocijska – na primer oglas za nov izdelek priznane blagovne znamke za oblačila. Primeri prikritega oglaševanja in pojavljanja ženskega telesa znotraj tega konteksta je danes v ženskih revijah pogosto prisotno v obliki fotoreportaž z različnih modnih predstavitev in prireditev.

B. Luthar na primer ugotavlja, da: »Trendovski časopisi zaradi vizualizacije predstavljajo predvsem popolnoma dizajnirano estetsko okolje besedila. Fotografija je skrajno stilizirana in estetizirana« (Luthar, 1998: 221). Modna fotografija torej ni zgolj javna predstavitev modnih zanimivosti, novosti, potrošniških izdelkov, ampak pomembno vpliva na celotno podobo medijev, predvsem tiskanih, saj je vzporedno s povečevanjem oglasnega prostora tudi moda vedno bolj medijsko prisotna.

Z razvojem popularnega tiska je postal videz časnika sporočilo sam po sebi. V dvajsetih letih 20. stoletja so fotografije postale ključna značilnost popularnih dnevnikov in tabloidnih tednikov. Množične ilustrirane revije so začele izhajati

med obema vojnama, najprej v Nemčiji, potem pa tudi v drugih evropskih državah in v ZDA (Barthes, 1992). Časopisna podoba je bila vedno bolj vizualna in časopisi so sistematično razvijali vizualne forme. Pomen je postal slikoven, ilustracije so postale novice po sebi. V času modernizacije popularnega žurnalističnega diskurza je popularni tisk z vsemi svojimi vizualnimi sredstvi zbujal občutek berljivosti, živosti in dostopnosti. Časopisna stran je postala mozaik vizualnih dogodkov.

»Že od začetka uvajanja fotografije je v kontekstu dnevnega časopisa konvencionalno obravnavana kot nizka kultura in je pomenila senzacionalni, manjvredni žurnalizem. Vedno bolj izrazita vizualna narava sodobne kulture pa izpodbija takšno interpretacijo vizualnega žurnalizma« (Luthar, 1998: 222).

Tudi A. Todorović je že dve desetletji prej zapisal: »Fotografski posnetki kot prenosniki modnih sporočil nudijo enkratno kompozicijo izbranih predmetov. Arhitekturni objekti, modeli oblačil, dekorativnost notranjih prostorov, izložbe, ... so izraz fotografije s kompozicijo, ki je podrejena estetskim zakonom« (Todorović, 1980). Področje fotografske umetnosti – od športnih do fotografij živali – torej zajema tudi modno fotografijo, ki služi prikazovanju predmetov in njihovih estetskih značilnosti, pomembnih za modo. Seveda se osnovna oblika (tip) modne fotografije nenehno spreminja. Pri tem ima pomembno vlogo prav žensko telo kot oglaševalski objekt.

Oglaševalski mojster D. Grumbach je v nekoč izjavil, da je potrebno v skladu z nenehnim spreminjanjem modnih trendov, spreminjati tudi strategije modnega pojavljanja. Spremembe v načinu oglaševanja, torej v strategijah modnega predstavljanja, so očitne. Če primerjam tri modne oglase, na primer:

- tiskani oglas za oblačila iz leta 1884 (opisi uporabnosti, videza, prednosti izdelka);
- tiskani ali elektronski oglas pol stoletja kasneje («umetno» poziranje modelov, krajši tekst);
- oglasi danes (razpoznavnost modne hiperrealistične fotografije po slogu ali logotipu, običajno brez teksta ali pa gre za igro asociacij).

Danes se z oglaševanjem ukvarjajo številni strokovnjaki za komuniciranje, ki se morajo znati prilagajati kulturnim spremembam, zastarele oglaševalske strategije zamenjati z novimi pristopi.

Na mednarodnih oglaševalskih festivalih, kot sta Epica in Cannes, prav modni oglasi dobivajo številne nagrade. Na primer Kookai, Diesel in Mustang, iz katerih lahko sklepamo, da je oglaševanje jeansa očitno namenjeno mlajši ciljni publiki in zato bolj drzno, z bolj nenavadno vizualno in tekstovno vsebino.

Razlikovalni element se skriva tudi v pojmovanju lepote. Na t.i. *kanon lepote* so se skozi zgodovino obešale različne lastnosti ženskega telesa.

Predvčerajšnjim smo opazovali ogromne silikonske prsi, zajetne zapeljive boke in učinkovite 'wonderbra' nedrčke, včeraj so svet obšle zaskrbljujoče anoreksične manekenke, brez prsi in zadnjice, kar je poteptalo vse fantazije o oblinah ženskega telesa, danes se pojavljajo še vedno suhe, a nekoliko manj lepe manekenke, kaj bo jutri se še ne govori.

M. Barnard omenjene spremembe argumentira z razliko med moderno in post-moderno družbo, ki je sicer preveč poenostavljena, a vsebuje nekatere relevantne

elemente za analizo. Začetki modernizma so zaznamovani z vzponom industrijskega kapitalizma. Tisti čas so z nastajanjem novih proizvodov tekstilne industrije seznanjali svoje potrošnike skozi tiskane oglase, kjer so poudarjali in podrobno opisovali lastnosti oglaševanih objektov. Vsebovali so opise tkanin, oblik, načine nošenja, predvsem visoko kakovost izdelkov. S tem so želeli izpostaviti t.i. *uporabno vrednost* ('use value').

Danes oglaševanje ne ohranja le informativne funkcije o uporabni vrednosti izdelkov, pač pa se zateka v »umetniške«, alternativne oblike oglaševanja, kjer so oglaševani postmoderni objekti predstavljeni prek simbolov – t.i. *simbolna vrednost*. Objekti so bili najprej reprezentirani z uporabno (funkcionalna logika) in cenovno vrednostjo (ekonomska logika), kasneje pa še s simbolno (logika simbolne izmenjave). Danes je moda postala komoditeta *par excellence*, saj družba svoje potrebe zadovoljuje s simbolno potrošnjo (Barnard, 1996: 145-55). Starejši oglasi govorijo zase. V primerjavi s sodobnejšimi so bolj neposredni in enoznačni, vsebujejo več teksta o uporabnosti oglaševanih izdelkov, običajno z natančnimi podatki, kje in kako jih je mogoče dobiti. Spominjajo na današnje standardizirane kataloške oglase.

Modna fotografija z estetskimi elementi je tako nastala pretežno z reklamnimi nameni, saj (ne)potencialne potrošnike sodobnih kulturnih dobrin (mednje sodijo tudi modne) oskrbuje z informacijami o novih kolekcijah oblačil, obutve, nakita, kozmetičnih izdelkov idr. Zato ima fotografska umetnost pomembno mesto pri razvoju mode. Z njo modna sporočila poskušajo osvojiti bralke/ce modnih časopisov, od *Vogue* in *Elle* do *Modne Jane* in *Glamurja*. Modna fotografija ni le naključno fotografiran modni izdelek, po možnosti na živem modelu, ampak premišljeno sestavljena celota, ki deluje spontano (Sontag, 1982).

Kot sem že ugotovila, se moda pojavlja v zabavno-informativnih revijah, ki smo jih kategorizirali kot ženske/moške. Zato modna industrija skozi medije deluje sugestivno na potencialne potrošnike z utečenimi metodami, na primer s pomočjo erotike, predvsem ženskega (redkeje moškega) telesa kot oglaševalskega objekta. Erotika v množični kulturi nastopa v najrazličnejših oblikah estetskih modnih sporočil. Od modnih časopisov do filmske industrije. Od oglasov za spodnje perilo do globokih dekoltejev v hollywoodskih filmih.

Skozi žensko modo, prežeto z erotiko, se torej zapeljuje moške. E. Fink meni, da se pomanjkljivo oblečena ženska na velikem plakatu nikoli neposredno ne ponuja potrošnicam, ki bi se navdušile nad izbranim oblačilom, pač pa moškimi, ki se navdušujejo nad modno fotografijo in si umišljajo njeno vabljenost. Ženske opazijo učinek, ki ga ima na moške, se takoj identificirajo z modelom, ki pozira in zato kupijo izdelek. Potrošni izdelek privabi žensko skozi 'udarnost' na moškega (Todorović, 1980: 103).

Množična kultura in različne vrste publicitete lansirajo modo prav s pomočjo erotičnih elementov. Velike blagovne znamke na svojo prisotnost opozarjajo z lepjenjem svojih logotipov na serije erotiziranih izdelkov – dišave, nogavice, spodnjice, ... In ta igra zapeljevanja danes postaja pomembna metoda pri oblikovanju oglaševalskih sporočil za vse vrste modnih izdelkov, s katerimi modna industrija nastopa v vseh ciljnih medijih.

In osrednji oglaševalski objekt? Žensko telo, kot argumentiram v pričujoči razpravi. Na tem mestu jo zaključujem z ambicijo, da se že odpirajo nova vprašanja na področju antropologije vsakdanjega življenja in medijskih študijev.

Zaključek

S pričujočim teoretskim esejem *Žensko telo kot oglaševalski objekt* sem se poskušala približati obstoječim antropološkim razpravam, ki se ukvarjajo z oglaševanjem. Ugotovila sem, da kot ena izmed medijskih ideologij postaja izhodišče za preučevanje in medijske analize, ki brskajo po oglaševalskih scenarijih, prepoznajo oglaševalske subjekte in objekte, poskušajo dešifrirati oglaševalsko igro izza, na in pred odrom. Omenjeni elementi oglaševanja kot specifičnega strateškega komuniciranja so tako zajeti tudi v pričujoči razpravi, ki se ves čas osredotoča na tiste oglaševalske objekte, ki so s zaradi konkretne pojavnosti postali odločilni. Izmed številnih »na ogled postavljenih« oglaševalskih objektov sem izbrala tistega, s katerim sem lahko najbolj nazorno argumentirala osnovno tezo.

Med najbolj pojavnimi in največkrat uporabljenimi objekti oglaševanja je namreč človeško telo, ki nastopa v najrazličnejših oglaševalskih kontekstih (od mode do avtomobilizma). S tem je pridobilo status oglaševalskega objekta, ki ga vedno in povsod obožujemo, častimo, kanoniziramo, seksualiziramo ...

V prvem delu sem tezo razvijala pretežno s teoretskega vidika, ko je oglaševanje kot specifična vizualna forma postalo pomemben del medijske kulture. Na tem mestu sem za študijo primera uporabila modo kot tisto medijsko oziroma oglaševalsko vsebino, ki pri vizualizaciji svojih sporočil ni le najbolj ambiciozno izpeljana, ampak za svoj oglaševalski (modni) objekt najpogosteje uporablja žensko/moško telo. Pri tem pomembno sodeluje načrtovanje, ustvarjanje in ohranjanje blagovnih znamk. Ugotavljam tudi, da se le-te gradijo tudi s pomočjo znanih osebnosti

Drugi del antropološke razprave je bil namenjen kratki analizi praktičnih primerov, oglasov iz revijalnega (predvsem ženskega) tiska, ki za oglaševalski objekt največkrat uporabijo prav žensko telo. In sicer, skozi tri značilne reprezentacije: telo, oblačilo, ženskost. Ugotavljam, da ima pri tem veliko vlogo modna fotografija kot specifična, razvita in zato prepoznavna medijska tehnologija, zaradi katere lahko govorimo že o specifični, pogosto standardizirani vizualizaciji in estetizaciji sodobnih medijev.

LITERATURA

- Althusser, Louis (1980): »Ideologija in ideološki aparati države«. V: Skušek-Močnik, Zoja (ur.): Ideologija in estetski učinek. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Barnard, Malcolm (1996): Fashion as communication. London; New York: Routledge.
- Barthes, Roland (1992): Camera lucida: zapiski o fotografiji. Ljubljana: ŠKUC (Studia humanitatis).
- Baudrillard, J (1988): The consumer society. London; New York: Routledge.
- Berger, John (1972): Ways of seeing. London; Harmondsworth: Penguin Books.

- Benjamin, Walter (1998): *Izbrani spisi*. Ljubljana: SH – Zavod za založniško dejavnost (Studia humanitatis).
- Buthler, Judith (2001): *Težave s spolom: feminizem in subverzija identitete*. Ljubljana: ŠKUC.
- Campbell, Colin (2001): *Romantična etika in duh sodobnega porabništva*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Coward, Rosalind (1989): *Ženska želja*. Ljubljana: Univerzitetna konferenca ZSMS (Krt).
- Creedon, Pamela J. (ed.) (1993): *Women in mass communication*. London; New Delhi: Sage.
- Du Guy, Paul (ed.) (2000): *Production of the culture/Cultures of production*. London: Sage Publications.
- Dyer, Richard (2001): *Stars*. London : BFI Publishing.
- Evans, Jessica; Hall, Stuart (1999): *Visual culture: The reader*. London: Sage.
- Ferguson, Margaret (1983): *Forever feminine: women's magazines and the cult of femininity*. London: Heinemann.
- Foucault, Michel (1980): *The history of sexuality, vol. 1: An introduction*. New York: Vintage Books.
- Gledhill, Christine (1991): *Stardom*. London; New York : Routledge.
- Goffman, Erving (1959): *Presentation of self in everyday life*. Garden City; New York: Anchor.
- Gough – Yates, Anna (2003): *Understanding women's magazines*. London: Routledge.
- Hall, Stuart (1996): »Who needs identity?« V: Hall, S.; Held, D.; P. Du Gay (ed.). *Questions of cultural identity*. London; New Delhi: Sage.
- Hrženjak, Majda (ur.) (2002): *Njena (re)kreacija: ženske revije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Johnson, Sammye; Prijatelj, Patricia (1999): *The magazines from cover to cover: inside a dynamic industry*. Lincolnwood, IL: NTC Publishing Group.
- Južnič, Stane (1993): *Identiteta*. Ljubljana: Teorija in praksa.
- Konig, Rene (1967): *Kleider und Leute zur Soziologie der Mode*. Fisher Bucherei, Frankfurt am Main.
- Lash, Scott; Friedman, Jonathan (1991): *Modernity and identity*. Oxford; Cambridge: Blackwell.
- De Lauretis, Teresa. 1987: *Tehnologies of gender*. Bloomington: Indiana University Press.
- Luthar, Breda (1998): *Poetika in politika tabloidne kulture*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- McCracken, Ellen (1993): *Decoding women's magazines*. University of Massachusetts: Macmillan.
- Miller, Toby; McHoul, Alec (1998): *Popular culture and everyday life*. Trowbridge; Great Britain: Redwood books.
- Myers, K. (1986): *Understains: the sense and seduction of advertising*. London: Comedia.
- Rouse, E. (1989): *Understanding fashion*. BSP Professional Books, Oxford.
- Skeggs, Beverly (1997): *Formations of class and gender*. London: Sage.
- Sontag, Susan (1982): *Eseji o fotografiji*. Beograd: Radionica SIC. (Originalna izdaja: *On photography*. 1977. New York: Farrar; Straus; Giroux.
- Todorović, Aleksander (1980): *Sociologija mode*. Niš: Gradina.
- Ule, Mirjana; Kline, Miro (1996): *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: FDV.
- Wells, Liz (ed.) (1997): *Photography: a critical introduction*. London: Routledge.
- Williams, Raymond (1998): *Navadna kultura: izbrani spisi*. Ljubljana: ISH (Studia humanitatis).
- Williamson, Judith (1978): *Decoding advertisements: advertising, ideology and symbolic expression*. London: Marion Boyars.
- Winship, Janice (1987): *Inside women's magazines*. London; New York: Pandora.
- Wolf, Naomi (1992): *The beauty myth: how images of beauty are against women*. New York: Anchor Books.

AKADEMSKO ŠOLANJE UMETNIKOV IN NJIHOVA REPREZENTACIJA V DEVETNAJSTEM STOLETJU

Povzetek: V likovni umetnosti zaznamujejo prehod v umetnost modernizma številni spremljajoči družbeni pojavi, kot je sprememba statusa umetnika, sprememba sistema šolanja, sistema razstavljanja in prodaje, sprememba vloge kupca, razvoj likovne kritike in sistema galerijske prodaje del. Vsi ti procesi so vplivali tudi na razvoj likovnih slogov in formiranje drugačnega odnosa do likovne prakse. Članek predstavlja sisteme šolanja in reprezentacije, ki so bili v veljavi od renesanse naprej, ter vlogo marginaliziranih skupin, kot so tujci, ženske in neakademiki pri spreminjanju uveljavljenega sistema. Diskriminatorni principi francoskega akademškega šolanja in kasnejšega uveljavljanja umetnikov so povzročili številne razkole in omogočili razvoj novih oblik šolanja in reprezentacije. Obenem pa lahko sledimo številnim prizadevanjem francoske akademije, da bi se prilagodila novim razmeram in omogočila čimbolj pravičen sistem šolanja in reprezentacije. Slovenski umetniki, Ivana Kobilca, Jurij Šubic in Jožef Petkovšek, so v času teh sprememb občasno živeli v Parizu, kjer so se izobraževali in skušali uspeti v svetovnem centru umetnosti.

Ključne besede: likovna akademija, razstavni saloni, slovenski umetniki, Pariz, München, devetnajsto stoletje

V članku želim predstaviti načine šolanja in načine reprezentacije likovnih umetnikov, predvsem v sredini in drugi polovici devetnajstega stoletja. Izhodišče raziskave je bilo odkrivanje možnosti za šolanje in kasnejšo uveljavitev umetnikov iz tako imenovanih marginalnih skupin, kot so tujci ali ženske. V devetnajstem stoletju (še posebno v drugi polovici) so se številni slovenski umetniki in umetnice šolali kot tujci (predvsem v Parizu in Münchnu) in se kasneje tudi skušali uveljaviti v tujini. Da bi razumeli težave marginaliziranih (prišlekov iz province) je potreben uvid v sistem šolanja in reprezentacije, ki je bil takrat družbeno najbolj sprejemljiv in uveljavljen ter kakšen odnos je vzpostavljal do marginalnih skupin.

Tekom raziskave sem zasledila številne, tudi manj znane, pojave, ki so spremljali razvoj akademškega šolanja in sisteme pridobivanja družbenega priznanja umetnikov. Članek bo predstavil kratek uvid v povezanost med sistemom šolanja, družbeno stvarnostjo, pripadnostjo določeni skupini in možnostmi reprezentacije v določenih okoljih. Za razumevanje principov akademškega načina izobraževanja

* Dr. Tanja Mastnak je raziskovalka na oddelku za zgodovinsko antropologijo likovnega na Fakulteti za podiplomski humanistični študij – ISH v Ljubljani.

na likovnih akademijah, je potrebno pogledati nazaj, v čas pozne renesanse, ko se je prvič pojavila potreba po formiranju akademije likovne umetnosti. Zavedati se je treba, da je model akademskega šolanja skoraj nespremenjen prevladoval v Evropi (oziroma tistem delu Evrope, ki se je zgledoval po Italiji in Franciji) vse do ustanovitve Bauhausa (ustanovljen leta 1906, Walter Gropius prevzame vodstvo leta 1919), ki je uveljavil nov princip šolanja, katerega bistveno vodilo je, da se umetnosti ne da naučiti, učimo lahko le obrtno spretnost. Tudi sodobni principi šolanja na umetniških šolah so večinoma kombinacija obeh vplivov.

Renesansa je obdobje velikih sprememb socialnega statusa ustvarjalca in družbene vloge umetnosti. V srednjem veku ustvarjalci nikoli niso zavzemali provokativnih, marginalnih ali subverzivnih stališč sproti prevladujoči struji v umetnosti. Zahtev naročnika niso prepriševali, temveč so se jim podrejali. Proti koncu srednjega veka se je začela ekonomska in družbena struktura spreminjati (razvoj meščanstva) in arhitekti, kiparji in slikarji so postopno izbrili likovnim umetnostim status »svobodnih umetnosti« (artes liberales). Proces je bil dolgotrajen in pravi premik v sfero intelektualnih dejavnosti so likovniki dosegli šele, ko so začeli tudi oni ustanavljati akademije (poleg humanističnih, literarnih, znanstvenih in številnih drugih akademij).

Teoretično izhodišče za delovanje likovnih akademij najdemo v spisih Leona Batiste Albertija *De Pictura* (1435). Alberti je poudarjal obrtno in moralno plat slikarske izobrazbe. Če lahko likovno delo razumemo v okviru enakih teoretskih izhodišč, kot razumemo poezijo, potem je tudi likovna dejavnost področje intelektualnega udejstvovanja. Alberti je spodbujal učenje in poučevanje razumevanja likovne umetnosti in njene vsebine. Njegova teorija ima izhodišča v delih Aristotela, Platona in Horaca. Horacova misel *ut pictura poesis*, ki so ji v renesansi dodali še *ut poesis pictura*, dovolj nazorno na kratko razloži ideološko ozadje tega slikarstva. Bistvo te ideološke postavke je, da dobra slika, enako kot dobra poezija, povzame (imitira) idealno človeško naravo. Tesno povezovanje poezije in slikarstva je ostalo pomemben teoretski disput v razpravah o umetnosti vse do konca devetnajstega stoletja.

Štirje temeljni izrazi tvorijo nosilne stebre teoretskih izhodišč akademskega izobraževanja: *imitatio*, *historia*, *disegno* in *invenzione*. Pojem *imitatio* v renesančnem smislu ne pomeni čimbolj natančnega posnemanja narave, temveč re-kreacijo narave, je koncept humanizma apliciran na slikarstvo. Filozofske osnove najdemo že pri Aristotlu, v njegovi ideji posnemanja narave. Naloga umetnika je, da imitira in korigira naravo, da bo postala popolnejša. Kopirati pomeni kopirati popolno naravo (Michaud, 1999: 25). V komentarju k Aristotelovi *Poetiki* Octavia Paza beremo: »posnemati ne pomeni kopirati neki izvirnik /.../ temveč je sleherno dejanje, katerega učinek je ponavzočenje. Učinek takega posnetka, ki v dobesednem smislu ne kopira ničesar, bo izviren, nikoli prej viden ali nikoli prej slišan predmet, kot simfonija ali sonata« (Paz, 1945/2002: 48). Pri tem Paz opozarja, da je tudi današnje pojmovanje narave povsem drugačno, kot je bilo v obdobju Aristotla ali v obdobju renesanse. »Narava in zgodovina sta postali nezdružljiva pojma, prav nasprotno kot pri Grkih /.../ Za nas narava ne more biti model, ker je ta pojem izgubil vso svojo vsebino« (Paz, 1945/2002: 49). Renesančni umetnik naj torej ne išče podobnosti,

temveč resnico (ki jo neoplatonistična filozofija povezuje tudi z lepoto /estetiko/ in dobroto /moralo/). Alberti je zapisal: »Slikarstvo pripomore k najbolj pristnemu veselju duha in k lepoti stvari.« (Alberti, 1435; Heinrich, 1993: 132). Zato je funkcija slikarstva tudi poučevanje (instruere) gledalca.

Drugi pojem, ki tvori jedro renesančnega izobraževanja oziroma napotkov umetnikom, je *historia*. Ta pojem pomeni tako zgodbo ali program kot tudi obrtno spretnost, ki je potrebna, da avtor poda vsebnino. Umetnik naj bi bil sposoben povezati oboje. To pomeni, da mora biti ustvarjalec sposoben poznati in razumeti ideal, ki ga želi upodobiti z estetske in z moralne plati, ter ga znati ustrezno prenesti na platno. S *historio* je tesno povezan tretji temeljni pojem renesančnega likovnega izobraževanja, *disegno*. Ta je ostal temelj akademskega poučevanja vse do dvajsetega stoletja. Danes bi disegno prevajali kot risba, vendar *disegno* pomeni tudi zamisel, idejo, idealizirano podobo sveta, pomeni red, ki ga umetnik vnese v svet narave s pomočjo natančnega poznavanja antike kot lepotnega ideala. Prakticiranje risbe (disegna) je v prvih akademijah veljalo za najbolj intelektualni del slikarskega postopka. Večji poudarek je bil na meditaciji in refleksiji kot pa na kopiranju in opazovanju. S pojmom *disegna* so se ukvarjali številni renesančni teoretiki, med drugimi tudi Leonardo, Vasari in Zuccari. Slednji je razvil teorijo o notranjem *disegnu* (ki se razvije kot ideja v umetniku) in zunanjem *disegnu*, ki ga umetnik potem prenese na platno. Pojem *invenzione* (invencija) je v *Faidonu* izpostavil Platon kot norost muz. To je temelj renesančne ideje *divino artista* in *genija*.

S spremembo družbenega statusa umetnika v renesansi postane slava bistvena za njegovo preživetje. »Kajti renome umetnika je nad njegovo fizično eksistenco in nad geografskim prostorom, kjer se nahaja, to je veličina, neformalna in nesmrtna njegove osebnosti« (Heinrich, 1993: 109). Ime je postalo blagovna znamka, ki označuje veličino osebe. Pomemben postane umetnikov podpis, njegova biografija, iz običajnega človeka se umetnik spremeni v osebnost. Umetniki začnejo dobivati plemiške nazive (npr. med 1600 in 1663 trinajst umetnikov dobi plemiški naziv – Heinrich, 1993: 110). Umetnikov podpis je zagotavljal originalnost in leta 1763 se je prvič pojavila beseda plagiat.

Že v pozni renesansi so se pojavile tudi umetniške biografije (npr. Vasarijeva). To so postali sistemi glorificiranja umetnikove osebnosti. Monografija je najvišja oblika biografije, ta čast je bila najprej namenjena samo kraljem in svetnikom. Zaradi natančnega opisovanja umetnikovega življenja, je postalo pomembno, kakšen je, kako se obnaša, kakšna je njegova zasebnost. Zanimivo je, da se je individualizem in pomen umetnikove osebnosti najbolj razvil v obdobju modernizma (npr. mitološke razsežnosti biografije Vincenta Van Gogha ali pri nas Jožefa Petkovška).

Na osnovi navedenih štirih principov so začele delovati prve akademije: Accademia Badinelli (ustanovljena v Rimu leta 1530, od 1550 v Firencah) in znamenita Vasarijeva akademija v Firencah (1563). V zgodovini umetnosti pomeni ustanovitev akademij premik od združevanja umetnikov v poklicnih bratovščinah k intelektualnemu pristopu k slikarstvu. Akademija predstavlja garancijo intelektualne izobrazbe ter mehanizem za profesionalno napredovanje in promocijo umetnikov. Že v tem zgodnjem obdobju pa so bile poleg javnih tudi zasebne akademije, npr. družine Caracci v Bologni, ustanovljena leta 1582. Zanimiv je podatek, da je prav ta za-

sebna akademija, *Accademia degli Incamminati*, uvedla študij risbe po živem modelu, kar je bilo zelo napredno v primerjavi z ostalimi italijanskimi akademijami 16. in 17. stol., kjer je bilo uveljavljeno kopiranje del starih mojstrov ali antičnih kipov.

Akademije so bile ustanove odprtega tipa, ne več sorodniške zveze, kot so bili cehi. Najbolj radikalen premik k intelektualni dejavnosti, kot najpomembnejšemu delu izobraževalnega procesa, ki jo simbolizira pojem *disegno*, je predstavljala ustanovitev Vasarijeve *Accademie del disegno*. Pri ustanavljanju je veliko pripomogel tudi Michelangelo Buonarroti, Medicejci pa so prevzeli patronat. Vendar programi teh prvih akademij še niso bili natančno izdelani. O principih poučevanja so bila različna mnenja. Leta 1578 je, na primer, Federico Zuccari zahteval, da naj pri formiranju študija enako pozornost posvetijo teoriji in praksi. Zanimiv učbenik, *Il libro dell'Arte* Cennina Cenninija, je bil napisan že konec štirinajstega stoletja, v njem pa se je avtor veliko ukvarjal z duhovnim pristopom k slikarstvu (verjetno pod vplivom grške slikarske šole na Athosu), a tudi s praktičnimi napotki. Ta priročnik je bil pogosto ponatisnjen in prevajan v številne jezike, najprej pa v francoščino. Ustvarjalci ga z zanimanjem prebirajo še danes.

V obdobju baroka se je klasicistično zgledovanje po antiki preneslo v Francijo. To se je odrazilo predvsem v ustvarjalnosti in v principih šolanja. Francija je povzela klasičen model akademskega šolanja in že prva francoska akademija, ustanovljena v Parizu leta 1648, *Academie Royale de Peinture et de Sculpture*, je sistematizirala principe poučevanja v model, ki še danes velja za najbolj uveljavljenega. Pariško akademijo so ustanovili, enako kot akademije v Italiji, z namenom, da bi presegli elitizem, ki je izključeval likovno umetnost kot akademsko dejavnost. Z nazivom »akademik« so si likovniki zagotovili določen nivo, obenem pa je bilo potrebno zasnovati natančen sistem pravil in določil, kakšno mora biti likovno delo. Načelo te akademije *Libertas artibus restituta* pomeni osvoboditev umetnosti ujetosti v mehanska opravila (ne pa svobode ustvarjalnosti v današnjem pomenu besede - Hei-nich, 1993: 33).

Funkcija akademije je bilo šolanje, promocija in zaščita njenih članov. Člani akademije so imeli pravico do dodelitve naziva »mojster« (fr. *maitre*). Tisti umetniki, ki niso bili člani akademije, tega naziva niso mogli pridobiti v nobenem primeru, ne glede na kakovost njihovega dela. Šele leta 1795 so akademijo (po krajšem obdobju, ko je bila na pobudo J. L. Davida zaprta) razdelili na dva dela: *Academie des beaux-arts* (administrativni del) in *Ecole des beaux-arts*. Slednja je prevzela funkcijo poučevanja kot visoka šola. Delovala je pod strogim nadzorom. Sprejeti so bili samo študenti, ki so se prej izobraževali v ateljejih znamenitih umetnikov (npr. pri Davidu). Sprejeti študenti so se vključili v sistem konkurzov in nagrad. Najbolj znamenita nagrada je bila *Prix de Rome*, ki je najboljšemu študentu omogočila bivanje v Rimu in študij antičnih spomenikov.

Način študija je ostal vse do dvajsetega stoletja praktično nespremenjen. Glavni elementi akademskega študija so bili študij zgodovine umetnosti, kopiranje del starih mojstrov, risbe antičnih spomenikov, študijsko risanje po živem modelu in slikanje historičnih motivov (ki so veljali za največji slikarski dosežek v ikonografski hierhiji).

Principe poučevanja lahko primerjamo z renesančnimi. Študenti so proučevali zgodovino umetnosti, predvsem številne znamenite biografije umetnikov, najbolj priljubljeni sta bil Vasarijeva in Van Manderjeva. Zgledovanje po starih mojstrih so nadgrajevali s kopiranjem njihovih del. Kopiranje del starih mojstrov in risbe antičnih spomenikov sta bili temeljni del študijskega postopka, ki ga povezujemo s pojmom *imitatio*. Ta pojem, ki ga poznamo že iz antike in renesanse, je po eni strani pomenil prenos literarne vsebine v slikarstvo (po Aristotlu), druga teorija (po Belleriju) pa izhaja iz Platona in predvideva, da arhetipska ideja umetniškega dela že obstaja v duhu umetnika. Ta jo potem kopira. Mladi umetniki morajo kopirati dela starejših mojstrov, kajti tako spoznajo ta ideal, ta arhetip in so kasneje sposobni, da ga sami dosežejo. S podobnim namenom so risali kopije antičnih kipov, vendar so pri tem prakticirali tudi *disegno*, kajti antika reprezentira lepoto samo po sebi in razumevanje antične estetike študentu omogoči razumevanje bistva lepote in resnice.

Poleg tega so se študenti naučili pravil znanstvene perspektive, ki jo je bilo treba brezpogojno upoštevati, in slikanja po modelu. Slednje se je postopno uveljavilo v akademskem študiju in je predstavljalo nalogo, v kateri študent pokaže vse svoje pridobljeno znanje. Biti mora sposoben prenesti lik iz narave v sliko in to ne takšnega kot je, temveč kot idealizirano naravo, arhetip. Zanimivo je, da v šolah do leta 1850 ni bilo dovoljeno slikati po ženskem modelu. Moški in ženski liki so bili večinoma naslikani po moških modelih. Razlogi so bili moralni (vsi študenti so bili moški, prve ženske so bile sprejete na likovne akademije šele koncem devetnajstega stoletja in še takrat zgolj izjemoma) in estetski (ohranjali so antično prepričanje o estetski superiornosti moškega telesa). Opaziti je mogoče anatomsko razliko med deli slikarjev in slikark (ki pa so nasprotno, lahko slikale samo po ženskih modelih, v zasebnih ateljejih – Michaud, 1999: 130-131).

Svobodnejši pristop so študenti razvili v skicah, ki so prav tako predstavljale pomemben del študija. Najpomembnejši element takšne skice je bila historična kompozicija, s katero so študenti pokazali sposobnost predstavitve zgodbe v ustreznem likovnem (kompozicijskem) jeziku. Na konkurzu za *Prix de Rome* so morali tekmovalci najprej predstaviti določeno število skic, na osnovi katerih so se umestili v nadaljni izbor za končno nagrado.

Tako se je postopno izoblikoval pojem akademizma. Zaradi strogih pravil, ki jih ni bilo dovoljeno kršiti, lahko govorimo o akademskem kanonu. Sistem akademskega študija je povzročil nastanek številnih hierarhij: akademik v nasprotju z amaterjem, center v nasprotju s provinco, umetnik kot nasprotje obrtnika, intelektuallec nasproti rokodelcu, duhovno delo in telesno delo, razum proti intuiciji, imitacija proti invenciji, narava proti kulturi; predvsem pa hierarhijo tudi znotraj same likovne umetnosti. Najvišje je bila cenjena risba (*disegno*) in iz nje izhajajoče slikarstvo, potem kiparstvo in grafika. Dekorativne umetnosti, kot je tapiserija, so bile izločene iz »arti del disegno«. Manualno je spet pridobilo na pomenu. Tehnike, ki nastajajo direktno z roko so najbolj cenjene. Gesta ima večjo vrednost kot dela, nastala s pomočjo mehanskih pripomočkov (npr. grafike). Unikatno je več vredno kot repetitivno. Risba je pomembnejša od barve. Vsebinsko so bili najvišje cenjeni religiozni, mitološki in zgodovinski prizori, za katere se je uveljavilo skupno ime

historično slikarstvo. Ostali žanri so veljali za manj vredne in so jih prodajali po nižji ceni.

Ideologija akademizma je doživela svoj vrhunec konec osemnajstega stoletja z neoklasicizmom. »V skladu z racionalistično filozofijo mora biti umetnost popolnoma neodvisna od imaginacije in ne sme biti prepuščena naključnim in subjektivnim fantazijam. Teoretske predpostavke, ki jih proizvede razsvetljenstvo, postavljajo na konec le eno zahtevo: zahtevo po sistematizaciji estetske percepcije, zahtevo po zakonitostih in normah, katerih ključno sredstvo preverljivosti je človeški razum« (Goričan, 1999: 33). Klasične teorije estetike pravijo, da je estetska percepcija mogoča le s pomočjo razuma. Izkušnjo estetskega užitka so razumeli kot racionalni užitek, ki je mogoč šele, ko razum ujame resnico, prezentirano v določenem harmoničnem ali fantazijskem vzorcu. Užitek ob estetskem izkustvu so izenačili z lepim in bolj kot na aktualni objekt, se je ta nanašal na samo izkustvo o tem objektu.

Šole so v tem obdobju prehajale iz zasebnih ustanov (kraljeve, plemiške in cerkvene ustanove) v državno upravo. To so začetki javnega šolstva in pomen izobrazbe je začel naraščati. Pojavile so se tudi številne teorije o izobraževanju, npr. Lockova ali Rousseaujev *Emile*. Po doktrini francoske revolucije naj bi umetnost pripadala vsem, ne glede na družbeni razred in izobrazbo in naj ne bi bila več elitiistična. Ustanovili so Louvre, javno zbirko, kjer so umetniška dela na ogled vsakomur. Vloga umetnosti je morala biti didaktična in moralična. Vsako umetniško delo naj bi imelo svoje sporočilo (moralno ali politično). To se je udejanilo v pojmu *disegno* in tako je risarski princip popolnoma prevladal nad barvo. Po francoski revoluciji so bile tudi likovne akademije vključene v sistem javnih šol. V drugi polovici devetnajstega stoletja pa se je začel delno spreminjati tudi koncept poučevanja. To je sovpadlo s krizo teorije lepotnega ideala in s pojavom subjektivnega pristopa k umetnosti ter s pojavom likovne kritike.

Pariz je diktiral norme vsej Evropi. Izraziti centralizem tega časa je vzpostavil hierarhični sistem, ki je postavil tujce (provincio) in ženske v podrejeni položaj. Značilen je podatek, da so morali tujci in ženske plačevati višjo šolnino kot ostali študenti. (Sauer, 1990) Umetnost, predvsem slikarstvo, je postala koncem devetnajstega stoletja izredno zaželen študij. V Pariz so se zgrinjale množice slikarjev in slikark. Akademski študij je postal eliten, ni bil dostopen vsem kandidatom, obenem pa je še vedno zagotavljal najboljše možnosti reprezentacije po končanem študiju. Zaradi izjemnega zanimanja za likovno umetnost so se povsod ustanovljale zasebne šole, ki so jih vodili znani umetniki (Ingres, Rodin). Navkljub znanim imenom učiteljev, se je diplomantov in diplomantk zasebnih akademij držal predsodek diletantizma. Spopad pa je bil tudi ideološki. Akademija je poučevala predvsem in samo risbo (disegno), medtem ko so nove zasebne akademije pod vplivom romantike uvajale vse več svobode in nove likovne elemente: barvo, svetlobo ipd. Znana je javna razprava med Ingresom in Delacroixom o pomenu risbe in barve.

V devetnajstem stoletju utrjeni akademski sistem s svojo strogo hierarhijo ženskam ni dovoljeval vpisa na *Ecole des beaux-arts* niti na katerokoli drugo likovno akademijo. Lahko pa so se vpisale na katero izmed umetnostno obrtnih šol (Ivana Kobilca je primer ženske, ki se je želela vpisati na več akademij, sprejeta pa je bila

na *Kunstbewerageschule* v Münchnu) ali pa so se šolale v katerem izmed številnih zasebnih ateljejev, ki so sprejemali ženske študentke. Šolanje žensk je bil soliden vir dohodka za marsikateriga tedanjega slikarja, saj so bili ateljeji nabito polni, šolnina pa zelo visoka (v Parizu najmanj 2350 frankov letno – Holland, 1904: 204). Najbolj znane zasebne šole v Parizu so bile *Academie Julian* (kjer je poučeval tudi zelo vplivni Bastien – Lepage), atelje Charlija Chaplina in Rodinov atelje. V tem času sta se v Parizu šolala tudi slovenska umetnika Ivana Kobilca (pri Gerveaxu, 1891) in Jožef Petkovšek (v ateljeju *Julian*, leta 1884). Jurij Šubic je v Parizu živel deset let, vendar že kot formiran umetnik, diplomant Dunajske likovne akademije.

Kot že omenjeno, je *Ecole national superieur de Beaux-Arts* nudila svojim diplomantom možnost nagrad in štipendij, najbolj znamenita je bila *Prix de Rome*. Pogoji za sodelovanje na konkurzu (iz leta 1813) so bili sledeči: konkurza v slikarstvu in v historičnem pejzažu za *Prix de Rome* se je lahko udeležil vsak francoski slikar moškega spola in samski pod pogojem, da v času, ko je prvič predložil svoje skice, še ni bil star trideset let. (Grunchec, 1985: 27) Konkurs se je odvijal v treh etapah. V prvem delu so lahko sodelovali vsi, ki so izpolnili pogoje za sodelovanje. Profesor je vsem sodelujočim dodelil temo, ponavadi kakšen mitološki prizor. Podpisali so se na zadnjo stran platna. Približno dva tedna pozneje so tisti, ki so bili izbrani v prvi selekciji žirije, naslikali akt po živem modelu (vedno moškem). Slikali so štirikrat po sedem ur. Dela je ocenjevala ista žirija po podobnem principu. Do tretje etape se je prebilo največ deset kandidatov. Profesorji so glasovali za izbor končne teme. Kandidati so ostali v prostorih akademije dvainsedemdeset dni in so vsak dan slikali. Ko so bila dela končana, so bila javno razstavljena, tako da so jih lahko komentirali tudi novinarji. Po dolgem in zapletenem procesu odločanja, so dodeli prvo in drugo nagrado. Vsake štiri leta pa so podelili še nagrado za historični pejzaž (Grunchec, 1985: 28-31).

Poleg Pariza so slovenski slikarji kot center slikarskega izobraževanja najpogosteje izbrali München. Tudi Nemčija je tako kot druge evropske dežele sledila vzoru francoske akademije. V osemnajstem stoletju so se pojavile številne akademije, vsak princ je hotel imeti svojo slikarsko šolo. Prva akademija v Münchnu je bila ustanovljena leta 1770 in je imela zgolj dva profesorja in 40 študentov. V osnovi je bila kraljeva ustanova. Razcvet je doživela pod Ludvikom I. in II., ki sta želela München napraviti svetovni likovni center in jima je to tudi uspelo. Leta 1886 (Ludvikova smrt) je bilo v Münchnu 796 slikarjev in 148 kiparjev. To mesto je s svojim posebnim ruralnim vzdušjem privabljal študente in umetnike iz vse Evrope. Münchenska akademija je postala znamenita, ker je izoblikovala posebno doktrino, študenti naj študirajo predvsem po naravi, ne pa po antiki in ostalih modelih, razen po živih. Slikajo naj »iz sebe«, ne pa mehansko ponavljajo (Pevsner, 1940/1999: 171). Zanimiva je tudi Pevsnerjeva opazka, da so tisti münchenski slikarji, ki so hoteli biti moderni in drugačni, za svoj vzor izbrali holandsko slikarstvo. S tem izborom je na zgodnja dela Ivane Kobilce vplival tudi njen münchenski učitelj slikarstva Alois Erdelt.

Poleg akademskega šolanja so v Nemčiji začeli razvijati tudi sistem likovno obrtnih šol. Münchenska *Kunstgewerbeschule* je bila odprta leta 1869. Na tej šoli je nekaj časa študirala tudi Kobilca. Takšne šole so bile pogoste tudi v Angliji, kasneje

pa jih je uvedla tudi Francija. Razlike med šolami so bile na vseh področjih, največja razlika pa je bila v uglednosti diplome, ki jo je študent dobil na koncu študija. V Münchnu je bilo leta 1914 skoraj šestdeset zasebnih šol, poleg znamenite državne akademije in številnih državnih obrtnih in podobnih likovno usmerjenih šol. Zasebne šole so bile dražje od državnih, vendar ne bistveno. Iz Kleejevih zapiskov izvedemo, da je bila leta 1900 šolnina na münchenski akademiji za študente 32 mark na semester, za tujce pa 62. Zasebne akademije so zaračunavale 26 mark na mesec. Zasebni ateljeji so ženskam zaračunavali višje cene kot moškim. Cena študija na *Damenakademie* v Münchnu je bila 400 mark (Sauer, 1990).

Slikarji so imeli zasebne šole v glavnem iz finančnih razlogov, največ denarja pa so zaslužili ravno z *Damenakademien*, šolami za ženske. Seveda pa so imeli nekateri umetniki, npr. Kandinsky, šole tudi zaradi entuzijazma, želje, da bi širili svoje poglede na umetnost. Takšen znamenit münchenski atelje, kjer se je izobraževalo veliko tujcev, je bil tudi Ažbetov (znamenit med leti 1891 – 1900). Robin Leman je takole komentiral vlogo Ažbeta: »Slovenec Ažbe je bil karizmatična, boemska figura, ki je opogumljal svoje učence, da ustvarjajo direktne ekspresivne kompozicije s primarnimi barvami, ki so jih nalagali s paletnim nožem, in naj slikajo zunaj; kolesa so bila osnovno orodje« (Leman, 1997: 161).

Ažbetova zasebna slikarska šola se je razvila v pravo poklicno pedagoško ustanovo, v kateri se je šolalo okrog sto študentov iz vse Evrope in Amerike. Privlačila jih je njegova osebnost in poseben pristop. Izhodišče njegovega učenja je bilo načelo krogle kot osnovnega oblikovnega elementa, obenem pa koloristično pravilo, da slikar barv ne sme mešati, temveč nanašati eno poleg druge v grobih nanosih. Posebej znamenita je bila Ažbetova šola med Rusi, Čehi in južno slovanskimi narodi. Njegovi znameniti učenci so bili: Vassilij Kandinsky, Alexey Jawlensky, Rihard Jakopič, Ivan Grohar, Matija Jama, Matej Strnen, Nadeža Petrovič, Ludvik Kuba in številni drugi. Zanimivo je, da je s svojimi pedagoškimi principi vplival tako na razvoj radikalnih smeri modernizma kot je abstraktno slikarstvo, kot na razvoj soc-realizma v Sovjetski zvezi.

Pomen svobodnejših pedagoških principov, ki so se razvijali v zasebnih šolah, je omogočal razvoj novih pogledov in smeri v likovni umetnosti. Zgodovina umetnosti je akademizem z nastopom modernizma celo proglasila za usmeritev, ki je prej zavirala kot vzpodbujala razvoj umetnosti, vendar je bil akademski način šolanja (in je še vedno) največje zagotovilo za profesionalnost likovnih umetnikov in umetnic. Tudi v devetnajstem stoletju, ko je prevladoval odpor do akademizma, je bilo jasno, da se veliki umetnostni centri formirajo tam, kjer so najboljše akademije (Paris, München). Prostor za marginalne aktivnosti in upor proti akademizmu se je lahko razvil samo tam, kjer je bil ta najmočnejši. Med obema usmeritvama je potekala prava bitka. Skupine, ki so se skušale prebiti na Parnas, so bile ženske, tujci, nižji družbeni sloji, pa tudi umetniki z drugačnimi umetniškimi pogledi (npr. realizem, impresionizem). Diletantizem je bila tista nalepka, s katero so se likovne institucije najlažje znebile množice ambicioznih umetnic in umetnikov, ki so želeli prodreti v svet profesionalnega slikarstva in kiparstva. Ena izmed rešitev, ki so se je pogosto poslužili tudi slovenski umetniki, je bila vrnitev v domovino, v provinco, kjer pa je dobro izšolanih umetnikov še vedno primanjkovalo.

Glede na rigorozno politiko akademskega izobraževanja in elitizma članov akademij likovnih umetnosti, devetnajsto stoletje zaznamuje vrsta poizkusov različnih marginaliziranih skupin, da bi si zagotovile reprezentacijo in eksistenco. Najbolj znamenit in uspešen je bil prodor impresionistov, ki je odprl pot modernizmu in novim konceptom uveljavljanja na področju likovnih umetnosti. Razvoj modernizma pa je močno povezan tudi s pripuščanjem tujcev v elitini prostor francoske umetnosti. Problem odnosa med domačimi in tujimi umetniki je postal odločilen pri boju za odpiranje novih razstavnih prostorov.

Situacija v Parizu sredi devetnajstega stoletja je bila izredno kompleksna in jo pogosto močno poenostavljajo. Akademski sistem je bil z razstavno politiko letnih salonov in s svojim kanonom ujet v lastne zanke. Vseeno pa so bili številni poizkusi s strani države in njenih inštitucij, kako posodobiti razstavno politiko in se prilagoditi novim zahtevam časa. V času francoske revolucije je bilo več poizkusov reformiranja sistemov reprezentacije umetnikov. Leta 1789 je bila ustanovljena »La Commune des arts«, neodvisno združenje umetnikov, ki je imelo 642 članov (Monnier, 1995: 26). To združenje je napadlo organizacijo salona leta 1789, češ da je elitistična in da je razstavljanje rezervirano zgolj za akademike. V imenu novih revolucionarnih gesel, predvsem »enakosti«, so zahtevali spremembe politike razstavljanja. Dejansko je 21. avgusta 1791 izšel dekret, v katerem so določili, da bodo lahko odslej razstavljali vsi umetniki, Francozi in tujci, člani in nečlani akademije. Tako so istega leta odprli prvi *Salon de la Liberté*. Število razstavljalcev se je podvojilo, razstavljenih je bilo 615 slik, medtem ko jih je bilo leta 1787 samo 220. Kasneje se je to število zopet zmanjšalo, verjetno zaradi finančne krize, ki je nastopila konec osemnajstega stoletja. Do leta 1847 se je situacija zopet umirila, pogoji so ostali enaki, vendar je imela žirija Salona veliko moč pri odločanju. Leta 1848 so se umetniki zopet uprli razstavni politiki in dosegli, da lahko razstavlja vsak, ki to želi. Število razstavljenih del je doseglo rekord, 5180 del (Monnier, 1995: 52).

Leta 1872 so zaradi ogromnega števila razstavljalcev (4229 del) zopet uvedli žirijo v sestavi petnajstih umetnikov (za slikarstvo). Število razstavljenih del se je zmanjšalo na 1536, potem pa je postopno spet naraščalo. Gerard Monnier opozarja na dejstvo, da je bil razvpiti *Salon zavrženih* (leta 1873 ga je odobril Napoleon III. zaradi stalnih protestov umetnikov, ki niso bili sprejeti na letno razstavo), v primerjavi s saloni brez žirije, kaj malo demokratičen (Monnier, 1995: 126). Navkljub temu, da izhaja tradicija Salona iz monarhičnega sistema akademije, se tekom devetnajstega stoletja spremeni v relativno liberalen prostor, kjer ni drugih omejitev razstavljalcem kot odločitev žirije, sestavljene iz samih umetnikov. Seveda pa je bil to še vedno tudi prostor, kjer so se merile moči in kjer se je odločalo o eksisten- ci posameznega umetnika.

Obdobje od leta 1880 naprej je čas prehoda iz sistema monarhične tradicije k republikanskemu sistemu likovnih umetnosti, torej se tudi spremembe v ustvarjalnosti pokrivajo z novimi ekonomskimi in socialnimi pogoji, ti pa zahtevajo nove pogoje na tržišču. Seveda pa je bilo to tudi obdobje napetosti in hudih nasprotij, stare sile se niso umikale zlahka. Leta 1880 so državne inštitucije prepustile organizacijo salona umetnikom samim. Ko je država izgubljala vpliv na dogajanja v akademski sferi, se je krepil vpliv svobodnih kritikov in to je omogočilo prodor novih

naturalističnih smeri v umetnosti. V tem procesu je akademizem prešel v ofenzivo. Vendar pa so se državni uradniki sistematično in osveščeno ukvarjali z novo situacijo. Res pa je tudi, da se je budget za kulturo zelo zmanjšal, na 0,40 % državnega budžeta (Monnier, 1995: 210).

Republikanska vlada je postopno uvajala nov sistem šolanja, izoblikovali pa so se tudi novi pogledi na umetnost. Prevladala je ideologija politike enakosti: podpirati umetnike vseh smeri, brez privilegiranja enega samega sloga ali šole. »Niti kolektivna umetnost v suvereni državi niti svobodna umetnost v svobodni državi, temveč svobodna umetnost v zaščitniški državi... princip, ki je izpostavljen stalnemu osciliranju med principom avtoritete in principom svobode« (Couyba, 1907: p.3/ Monnier, 1995: 254). Večina umetnikov je bila proti vmešavanju države v umetnost, nekateri so bili za nevtrarno vlogo države. Z delnim umikom države se je izpraznil prostor za umetnostni trg. Trgovci in galeristi so si utrdili svoj položaj v svetu umetnosti. Vzporedno se je odvijala diferenciacija salonov in trgovsko galerijski sistem se je priključil novim neodvisnim salonom. Od leta 1900 naprej je pariški umetnostni trg popolnoma nadomestil funkcije državnih ustanov, ki so vlada le prej.

Država je še vedno skrbela za velike zbirke, muzeje in je občasno odkupovala tudi dela še živčih umetnikov. Najbolj vplivna ustanova je bil Luxemburški muzej, ki je slovel po številnih odkupih. Zakonca White sta opravila analizo odkupov umetniških slik, iz katere razberemo, da je največje število odkupov med deli starejših (preminulih) avtorjev in francoskih avtorjev, dela vseh ostalih ustvarjalcev pa so kupovali zgolj izjemoma. Ohranile so se tudi druge oblike državne podpore, npr. *prix du Salon*, štipendija, ki so jo podeljevali od leta 1874 naprej in je znašala pet tisoč frankov letno. Poleg *prix du Rome*, ki jo je podeljevala likovna akademija najboljšim študentom, so podelili letno še osem potovalnih štipendij. Država je ohranila tudi vlogo podpornika akademskemu študiju in čuvanju dediščine.

Salon Societe des Artistes francais je deloval še do leta 1981, ko so ga postopno popolnoma nadomestile podobne velike likovne manifestacije, kot je Beneški bienale, bienale v Sao Paulu in druge (med njimi lahko omenimo tudi Ljubljanski grafični bienale). Način delovanja je vse do konca ostal praktično nespremenjen. Kot primer naj navedem, da je leta 1885 na salonu razstavljalo 5034 umetnikov, leta 1981 pa 3829 (Sfeir-Semler, 1992: 183). Tudi sodobni bienali, vključno z Ljubljanskim grafičnim bienalom, se stalno ukvarjajo s podobni problemi kot so se organizatorji velikih pariških salonov zadnjih dvesto let, kako posodobiti prireditve, kakšen sistem žirije bi bil najbolj ustrezen in pravičen, kako obvladati ogromno število razstavljenih del in kako vspostaviti kriterije, ki bodo garantirali kakovost razstave. Likovni kritik Marius Vachon je vizionarsko zapisal že leta 1881: »Salon je bil ... zaradi zaščitniške vloge države začasni muzej sodobne umetnosti ... Jutri pa salon ne bo imel več druge vloge, kot vlogo velikega sejma umetniških del« (Sfeir-Semler, 1992: 182).

Kriza starega salona se je vlekla že iz osemnajstega stoletja. Poskus demokratizacije žirije, ki ne bi bila sestavljena iz samih akademikov, je pripeljal do absurdnih razstav, kjer je bilo razstavljenih več kot 5000 del. Kritika je ocenila, da je salon postal največja predstavitev povprečja. V sredini devetnajstega stoletja so postali

stroški razstave izjemno visoki za državo. V primerjavi z drugimi stroški za likovno umetnost (akademije, muzeji), so znašali stroški letne razstave 40 odstotkov razpoložljivih sredstev. Zaradi prostorske stiske so morali razstavo prestaviti iz Louvra najprej v *Salon aux Tuileries*, potem v *Palais National* in končno leta 1855 v *Palais de l'industrie* na Elizejskih poljanah. *Palais d'industrie* je bila uničena leta 1897 in na njenem mestu stoji zdaj *Grand Palais* iz leta 1900 (Monnier, 1995: 125).

Spremembe na področju razstavne politke so bile nujne. Prve pobude je prevzela kar sama *Societe des artistes francais*. Odločili so se, da bodo organizirali dve razstavi, ena bo vsakoletna in bolj demokratična (predstavila bo umetnike), druga pa bo trienalna, izbor del pa bo veliko bolj selektiven (predstavila bo »Umetnost«). Prvi *Triennale* so pripravili leta 1881. To je bila elitna manifestacija s strogo žirijo. Razstava je zelo razočarala. Kritike so bile zelo slabe. Entuziazem, s katerim so se je lotili, je na razstavi umanjkal. *Triennale* je hitro propadel.

Drugi poizkus je veliko bolj znan in uspešen ter velja za prelom s prevlado ene same inštitucije, ki edina določa razstavno politko. To je bil leta 1884 ustanovljeni *Salon neodvisnih*. (Kot zanimivost naj omenim, da je veliko kasneje, leta 1930 na Salonu neodvisnih razstavljala tudi slovenska umetnica Karla Bulovec.) Istega leta se je stopnjevala še kriza v *Salonu societe des artites francaise*. Produkcija umetniških del je bila enormna in čeprav so sprejeli 4800 platen, je bilo še vedno ogromno del zavrženih. Skupina umetnikov se je odločila, da bodo organizirali svojo »svoobodno« razstavo, na kateri ne bo niti žirije niti ocenjevanja. Vodilni organizatorji so bili Odilon Redon, Georges Seurat in Paul Signac. Razstavljala sta 402 umetnika. Država jim je dodelila prostor v *Pavillon de la Ville*, na Elizejskih poljanah, blizu *Palais d'industrie*. Leta 1889 je prišlo do razkola znotraj same organizacije *Salona des artistes francais*. Spor se je spet začel zaradi odločitve žirije, da ne bo pokazala del izven konkurza. Takšna odločitev dejansko ni več sovpadala z zahtevami prostega trga, ki zahteva pluralizem. Poleg tega so umetniki kritizirali sistem nagrajevanja, ki favorizira domače umetnike pred tujci. Vprašanje diskriminacije tujcev je postalo tako pereče, da so ga dali na volitve. 405 članov se je izreklo proti spremembam, le 82 jih je menilo, da bi bilo potrebno spremeniti diskriminacijsko politiko akademije do tujcev.

Zaradi teh neskladij se je skupina umetnikov pod vodstvom ostarelega Meissoniera v okviru *Societe national des beaux arts* (1890, podpredsednik je bil Puvis de Chavannes, eden izmed vodilnih članov tudi Auguste Rodin) odcepila in organizirala svojo razstavo. Ta razkol predstavlja dokončen konec enotne uradne razstavne politike. Novosti, ki so jih uvedli, so bile: razstavljanje brez nagrad, žirija se je vsako leto spremenila, sestavljena pa je bila iz različnih članov, ne zgolj akademikov. Ohranili so žirijo in vsak umetnik, ki je razstavljaj na tem salonu, je postal član (associe). Člani so imeli pravico vsako leto razstaviti eno sliko po svojem izboru, lahko pa so si pridobili tudi višje nazive, kot sta bila *societair* (član) ali *častni član*. Razstava je enakovredno predstavljala domače in tuje umetnike. To je bila v bistvu največja razlika med starim in novim salonom. Na novem salonu je razstavljalo 185 slikarjev, med temi jih je 105 že razstavljalo na starem salonu, vendar je bilo med njimi le 49 tujcev. Na novem salonu pa so razstavljali 103 tujci. Priložnost za nove možnosti razstavljanja sta izkoristila tudi Jurij Šubic (leta 1883 s sliko *Pred lovom*)

in Ivana Kobilca (leta 1891 s slikama *Likarice in Poletje*). Otvoritev novega salona je bila 15. maja 1890 v prostorih, ki mu jih je dodelila pariška občina na *Champ du Mars*. Finančno so jih podprli zasebniki, tako da so lahko razstavili 800 platen. Stari salon v *Palais de l'industrie* je s številom del želel zasenčiti rivale in so razstavili kar 2400 platen. Kritika je bila razkolu naklonjena. Po šestih letih lahko beremo tako oceno kritika: »Stari salon je postal elegantna oligarhija z močno hierarhijo in zaprta za barbare, novi salon pa predstavlja republikanski princip, dosti bolj demokratičen je« (Journal des débats politiques et littéraires, 1891: 2). Kasneje pa je postala kritika vedno bolj skeptična do razstavne politike novega Salona. Leta 1910 je kritik *La Gazette des beaux arts*, Henry Bidou, negativno komentiral razstavo, na kateri je bilo zopet razstavljenih 2000 platen 1200 slikarjev po istem principu kot na starem salonu.

Drugi salon je bil sicer na začetku bolj inovativen in prilagojen novim razmeram, vendar ne dovolj radikalno. Po nekaj letih je bila razlika med obema predstavitvama minimalna, navsezadnje je izpadlo, da je bilo veliko hrupa za nič. Novim zahtevam umetnostnega trga sta se bolje prilagodila *salon neodvisnih* (*Salon des independants*) in *Jesenski salon* (*Salon d'automne*). Na *Salonu neodvisnih* je leta 1931 Karla Bulovec razstavila svoji deli *Harfo* in *Činele*.

Salon d'automne je 1903 ustanovil Frantz Jourdain. Zopet je želel zadostiti potrebi po možnostih uveljavljanja mladih in drugačnih umetnikov. Želel je sicer ohraniti selekcijo, vendar odpreti vrata novim iniciativam, novostim v umetnosti in se izogniti blokadam inštitucij (Lobstein, 2000). Salon zavrtnjenih (*Salon des refusés*) je ustanovil leta 1873 Napoleon III., da bi ugodil umetnikom, ki so se pritoževali zaradi zavrntev na ostalih salonih. Prostore je imel v *Palais de l'industrie*, poleg akademijskega salona. Te bienalne razstave so povzročale veliko zanimanje publike (prvo postavitve si je že prvi dan ogledalo 7000 ljudi), saj so bila dela pogosto namerno provokativna in so jih spremljali škandali.

Uveljavljeni akademski sistem reprezentiranja umetnikov je propadal zaradi novih pogojev umetnostnega trga pod vplivom novih ekonomskih in družbenih pogojev. Akademija je ohranila moč na področju izobraževanja, na področju reprezentacije pa jo je izgubljala. Nova tržna moč meščanstva je postopno vplivala na umetnost in omogočila trgovcem vedno večjo moč in vpliv na umetnostna dogajanja. Najbolj se je to odrazilo na publiki, vendar ravno tako na umetnikih. Status in vedenje umetnikov sta se spremenila. Po stoletjih utrjene hierarhije v umetnosti, se je na ruševinah starega sistema formiral novi: odvisnost umetnika od tržnega sistema je šla z roko v roki s proklamacijo svobode in avtonomije ustvarjalnosti. Proti koncu devetnajstega stoletja so imeli kupci že raje dela manjšega formata in dela sodobnikov, še živečih slikarjev. Vpliv povprečnega kupca je močno narastel. Najbolj priljubljena motiva sta postala žanr in krajina. Glavni konflikt pri prodaji se je formiral med prej najbolj priljubljenim historičnim slikarstvom in žanrskim slikarstvom. Historično nikoli ni spadalo v meščanski salon, tako da je slednje zmagalo na tržišču.

Pariz je bil v drugi polovici devetnajstega stoletja center umetniškega sveta, kar je povzročilo veliko koncentracijo trgovcev z umetninami in prihod mednarodnih študentov umetnosti. Zaradi nastale situacije je cena sodobnih francoskih avtorjev

močno narasla v primerjavi s cenami del tujcev. Francija je prevzela prvenstvo v formiranju kriterijev in terminov evalvacije likovne kritike. Bibliografija likovne kritike salonov v obdobju med 1852–1870 pokaže situacijo na področju tiskanih medijev v tem obdobju. Samo v Parizu je v tem času izhajalo skoraj dva tisoč različnih publikacij (revij in časopisov), od tega so redno objavljali likovne kritike v približno štiristo publikacijah, ki niso bile nujno specializirane za področje umetnosti (Parsons, 1986: viii). Na področju trga umetnin se je uveljavil nov sistem »trgovec-kritik«. Prodaja slik se je iz Salona preselila na prosti trg, kjer so vodilno vlogo prevzeli zasebni galeristi v tesni navezavi s kritiki. Likovni kritiki so dobili izredno pomembno vlogo, saj naj bi s svojim strokovnim znanjem predvidevali, kateri avtorji so perspektivni in kateri ne.

To je povzročilo pri kupcih novo percipiranje nakupa umetnin. Nakup umetnine je postal investicija. Kupci so začeli razmišljati, če bo mojster čez dvajset let slaven in koliko bo v tem primeru vredna njegova slika. Dejansko je znameniti trgovec Durand Ruel kupil za 35 000 frankov Monejevih slik, ki jih je kasneje prodal (predvsem v ZDA) za 80 000 frankov. Novo nastali položaj je zahteval od kupca likovnih del poznavilstvo in sposobnost oceniti, katera slika je vredna investicije (White, 1991: 130).

Trgovci z umetninami so imeli luksuzne trgovine, rezervirane za meščansko elitu, ki so jo reprezentirali. Najpomembnejša je bila galerija *Georges Petit* (odprta leta 1882). Spremembo v statusu prodajalca slik pa predstavlja predvsem vloga galerista Durand Ruela, ki jo je prevzel pri prodoru impresionističnega gibanja. Status trgovca s slikami je spremenil v vizionarja, ki vidi in razume umetnost. Za mlade impresioniste je predstavljal pravega mecena, saj jim je omogočil preživetje z rednimi odkupi. Impresionisti so se hitro ovedli, da je za njih boljši premik v sfero zasebnih galeristov, ki omogoča tudi bolj osebni odnos s kupcem, kot pa prerivanje na salonih, kjer se je posameznik izgubil v množici del. Za povrh so bile slike na salonih razstavljene ena nad drugo, tako da so nekatere visele visoko pod stropom in jih je bilo skoraj nemogoče videti.

K prodoru impresionistov je pripomogla tudi likovna kritika. Do druge polovice devetnajstega stoletja je bila zelo amaterska, vsak, ki se je čutil poklicanega, da kaj pove, je lahko napisal likovno kritiko. Kasneje je bila večina kritik, predvsem akademskega slikarstva, skrajno dolgočasnih. Izhajalo je ogromno kritik, vendar so v glavnem vse zgolj naštevale avtorje, ki so na razstavi.

Zdelo se je, da je v takšni situaciji nemogoče vzbuditi pozornost kritikov in s tem galeristov in kupcev. Preboj je bil za umetnike izredno težak projekt. Za vsako ceno so morali vzbuditi pozornost, kajti to je eno izmed pravil tržnega gospodarstva. Poleg tega so morala biti dela všeč publiki. Merila za postavljanje cene v devetnajstem stoletju so še vedno veljala po dveh principih *au metre* (po metru), ki je določalo, koliko materiala in časa je umetnik porabil za izdelavo slike, ter *au maître* (po mojstru), kar pa je pomenilo renome umetnika. Ta se je še vedno določal po uradnem položaju osebe, če je bil slikar npr. profesor na akademiji, so bile njegove cene višje, ipd. Ustvariti renome je bilo za takratnega umetnika ekstencialno nujno. Impresionisti so znali skrajne negativne in pozitivne ocene, ki so jih dobivali, obrniti v svoj prid. Znali so poudariti svojo drugačnost in si tako zagotoviti reno-

me. Znano je, da so bili dejansko v salonu zgolj nekateri zavrtni samo enkrat v tako imenovani aferi Caillebot, sicer pa so redno razstavljali tudi na salonu, dokler si niso zagotovili finančne neodvisnosti in jim to ni bilo več potrebno. Izkoristili so naraščajoči odpor do akademizma in zagate velikih razstavnih prireditev ter nekaj naključnih zavrtnih spremenili v škandal. V resnici niso bili nič manj zavrtni kot ostali umetniki. Na veliki razstavi *Stoletje francoske umetnosti* leta 1900 je bilo na primer razstavljenih trinajst Daumierjevih, dvanajst Manetovih, štirinajst Monetovih, enajst Renoirjevih, sedem Sislyjevih, osem Pissarojevih in tri Cezzanove slike (White, 1991: 141).

Impresionisti so uspeli prebiti začarani krog akademizma, popeljati slikarstvo v novo smer in umetnikom spremeniti status od pridnega akademika, ki trdno stopa po stoletja zastavljeni poti, do bohema in posebneža, ki šarmira publiko s svojo individualno držo in osebnimi zgodbami. Umetniška biografija še nikoli ni bila tako zelo pomembna kot ravno v obdobju modernizma. Obenem smo spremljali usodo drugih marginaliziranih skupin, žensk in tujcev, ki so se skušali uveljaviti po tradicionalni poti, kar jim je bilo zaradi sistema delovanja velikih institucij zelo oteženo. Vse devetnajsto stoletje je potekal boj za demokratizacijo odnosov znotraj teh institucij. Navkljub prilagajanju in popuščanju je navsezadje zmagala tretja sila – to je prosti trg z galeristi in likovno kritiko. Odmev velikih salonov pa še vedno spremljamo na velikih bienalnih in trienalnih umetnostnih prireditvah po vsem svetu.

Umetniki, ki so se vrnili v Slovenijo, so svoje dosežke na tujem skušali doma čimbolje vnovčiti. Dejstvo je, da nihče od naših umetnikov ni razstavljaj na velikem, pravem tradicionalnem salonu »Salon des artistes francais«, temveč so vsi razstavljali na alternativnih, novo ustanovljenih salonih, ki so dopuščali večjo demokratizacijo umetnosti in tudi večje število umetnikov iz tujine, ki so lahko razstavili svoje slike.

Umestiti dela slovenskih umetnikov v evropski kontekst je toliko težje, ker so bili dejansko v marginaliziranem položaju glede na umetnike iz velikih centrov in marsikdo ni uspel, ker ni imel možnosti šolanja na akademiji ali možnosti razstavljanja ter preživetja z lastnim delom po končanem šolanju. Objektivno estetsko vrednotenje umetnin se zdi v zapletenosti družbenih, političnih in kulturnih vplivov skorajda nemogoče. Z zanimanjem pa lahko opazujemo okoliščine, v katerih je umetnost, ki jo zdaj doživljamo kot »našo, slovensko«, nastajala. Seveda pa ne smemo mimo dejstva, da so dogajanja v devetnajstem stoletju močno zaznamovala dvajseto stoletje, ko so se številni tujci, ženske in predstavniki drugih marginaliziranih skupin prebili na sam vrh hierarhije umetnosti v umetnostni prestolnici Parizu in da modernizem zaznamuje prav njegova internacionalnost. Tudi položaj slovenskih umetnikov v tujini se je v dvajsetem stoletju bistveno spremenil v primerjavi s prizadevanji avtorjev devetnajstega stoletja.

LITERATURA:

- Alberti, Leon Battista (1993): *De la peinture: De pictura, 1435*. Paris, Macula, Dedale. Uvod: Sylvie Deswarte-Rosa.
- Borzello, Frances (2000): *A World of Our Own. Women as Artists*. London, Thames and Hudson.
- Cennini, Cennino (1982): *Il libro dell'Arte*. Vicenza, Neri Pozza Editore. Predgovor Francesco Brunello.
- Grunche, Philippe (1986): *Les concours d'esquisses peintes, 1816-1863*. Paris, katalog razstave Ecole national supérieure des beaux-arts.
- Goričan, Barbara (1999): Umetnost neoklasicizma: lepo, sublimno in spol. *Delta* 1-2 (5): 33-67.
- Heinich, Natalie (1993): *Du peintre à l'artiste, artisans et académiciens à l'âge classique*. Paris, Les Editions de Minuit.
- Holland, C. (1904): *Lady Art Students Life in Paris*, Studio, Bd.30.
- Leman, Robin (1997): *Artists and Society in Germany, 1850-1914*. Manchester University Press.
- Lobstein, Dominique (2000): *Le salon de la société nationale des beaux-arts*. Paris, dokumentacija Musée d'Orsay.
- Mastnak, Tanja (2003): Razstavna politika v likovnih galerijah ob koncu 19.stoletja z ozirom na konstrukcijo spolov, *Monitor ISH*, vol. V/no. 3-4: 1-9.
- Mastnak, Tanja (2004): Ivana Kobilca in možnosti likovnega izobraževanja za ženske v 19.stoletju, *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo*, letnik XXXII, številka 215-216 : 93-108.
- Menaše, Luc & Ljerka Menaše (1972): *Ivana Kobilca*. Kranj, Gorenjski muzej.
- Michaud, Yves (1999): *Ensigner l'art? Analyses et réflexions sur les écoles d'art*. Nîmes, Edition Jacqueline Chambon.
- Monnier, Gerard (1995): *L'art et ses institutions en France: De la Révolution a nos jours*. Paris, Gallimard.
- Parson, Christopher & Ward Martha (1986): *A Bibliography of Salon Criticism in second Empire Paris*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Paz, Octavio (2002): *Branje in zrenje*. Ljubljana, Beletrina.
- Pevsner, Nikolaus (1999): *Les Académies d'art*. Paris.
- Pollock, Griselda (1988): *Modernity and the spaces of femininity, Vision and Difference*, 50-91. London, New York Routledge.
- Roux, Claude (1999): *L'enseignement de l'art : la formation d'une discipline*. Nîmes, Editions Jacqueline Chambon.
- Sauer, Marina (1990): *L'entrée des femmes à l'école des beaux-arts 1880-1923*. Paris, Ecole nationale supérieure des beaux-arts.
- Sfeir-Semler, Andrée (1992): *Die Maler am Pariser Salon 1791-1880*. Frankfurt/Main, New York, Paris: Maison des Sciences de l'Homme.
- White, Harris & Cynthia White (1991): *Les carrières des peintres au XIXe siècle*. Paris. Flammarion.

KONTINUITETA IN DISKONTINUITETA V SLIKARSKI MISLI OD CÉZANNA DO SODOBNEGA SLIKARSTVA

Povzetek: V besedilu se ukvarjam z ontologijo slikarskega mišljenja in njegovo diskontinuiteto, ki jo najbolj radikalno nakaže postmodernizem. Osvetlim bistvene vidike slikarskega mišljenja in temeljne korake v miselno-oblikovalskem procesu, začevši z modernizmom, ki ga povezujemo z osamosvojitvijo medija in posledično z največjim poglobljanjem v morfologijo slike. Slikarskemu mišljenju sledim od Cézannovega analitičnega pogleda, od koder so vzniknili vsi veliki premiki, preko t.i. primarnega oziroma analitičnega slikarstva z Rymanom do Polkeja, čigar delo zaznamujejo že nove interdisciplinarne medijske in tehnološke rešitve ter dekonstrukcija modernističnega enotnega sloga, vendar v doslednih in kompleksnih slikovnih rešitvah ne predstavlja diskontinuitete. V zadnjem delu skušam analizirati slikarske spremembe in pristope v današnjem postpostmodernem času – kako se je namreč slikarstvo preoblikovalo v okviru postmodernistične, po Dantojevo posthistorične umetnosti, ki se ne presoja več z vizualnega, temveč s konceptualnega vidika. S stališča slikarstva kot avtonomne prakse razmišljam o intencionalnosti slike, o njeni medijski transformaciji in o problematiki sodobnega slikarstva.

Gljučne besede: modernizem, postmodernizem, medij, morfologija, transformacija.

Uvod

Prehod iz 19. v 20. stoletje vidimo s stališča zrenja, razumevanja in upodabljanja pojavnega sveta kot najodločilnejšo prelomnico v zgodovini slikarskega mišljenja. Po stoletju je modernistična misel preteklost, namere in razlogi slikarske prakse pa znova preoblikovani ter asimilirani v najširši družbeni in vizualni kontekst. Pričujoče besedilo je nastalo kot poskus vpogleda v slikarjevo oko in v aktualizacijo likovnih pristopov ter temeljnih premen v slikarski praksi. Zanima me vprašanje ontologije slikarskega mišljenja in njegova (dis)kontinuiteta. Slikarstvo, ne toliko kot psihična in psihološka komponenta, ampak slikarstvo kot *cosa mentale*, kot fenomen in praksa. Kaj se dogaja s slikarstvom v današnjem postpostmodernem času in kako se je preoblikovalo v okviru postmodernistične, po Dantojevo posthistorične umetnosti, za katero pravi, da se ne presoja več z vizualnega, temveč s kon-

* Nadja Gnamuš, doktorska študentka zgodovinske antropologije likovnega na Fakulteti za pedagoški humanistični študij – ISH v Ljubljani.

ceptualnega vidika? Ali se je ohranila intencionalnost slike in nenazadnje, zakaj se je slika medijsko transformirala?

V raziskovanju in osamosvajanju lastnega medija so se tekom prejšnjega stoletja zdela spoznanja kot tudi razpoložljive možnosti prignane do skrajnih razsežnosti, najbolj radikalno v abstraktni (monokromni) sliki kot popolnem utelešenju avtonomije medija (z izgonom figuralnega se osredotočenost prenese na probleme likovnih prvin) – ko je slika tako konkretna, da spregovori o sebi in snov postane lastna zgodba. Nedvomno je bila v tem neumornem iskanju, preizkušanju, samopopravljanju in nemalokrat v presežku napora prisotna predanost, ki jo lahko ize načimo z etično zavezanostjo svetu kot edinim krajem našega obstoja, z verjetjem v končni cilj in njegov namen. Slikarstvo je vznemirjalo in prevevalo motrenje bistvenega, biti, absolutnega – nečesa za podobo. Prodreti v popolnost je vodilo in končni cilj in ne glede na slikarjevo osebno prepričanje, teozofsko, religiozno, drugače duhovno, ateistično in brezbožno, larpurlartistično ali čisto formalistično, je njegov primarni namen ustvariti v lastnem ustvarjalnem dometu popolno sliko, sliko, ki vzdrži pogled časa iz oči 'brezčasnih slik'. Kadarkoli namreč motrimo sliko v smislu umetniškega, se ne moremo izogniti primerjavi z zgodovinskimi dosežki slikarstva. Za slehernega umetnika to predstavlja breme in izziv, vzpostaviti mora lastno govorico kot podpis individualnosti, ki bo omogočila nov izkustven in optičen svet in zapiranje končnih meja slikovnega polja se je velikokrat zazdelo preblizu, možnosti izčrpane, zato tudi toliko govora o poslednji sliki in smrti slikarstva. Rodčenko je s svojim triptihom iz treh monokromnih slik napovedal konec slikarstvu, še preden je doseglo svoj zenit z abstraktnim ekspresionizmom, Ad Reinhardt je govoril o zadnji sliki, pa so sledili še številni uspešni poskusi rehabilitacije slikovnih vsebin. Nekakšna idealistična naravnost, ki je skoraj vedno povezana z najboljšim slikarstvom (če si privoščim kvalitativno, v postmodernističnem žargonu blasfemično oznako) in je izvirala iz nekdanje kultne vloge podobe, se je v modernizmu s procesom deziluzionizma usmerila na strukturo upodabljanja. Pri tem pa je zanimivo prav to, kar se v formalističnem kritičnem jeziku večkrat zapostavlja in kar zanika veliko formalistično vznesenih slikarjev namreč da je sleherna pojavnost slikarske snovi poleg lastne bitnosti tudi projekcija tako umetnikovih kot gledalčevih stanj, nazorov in čutnosti. Tu ne gre toliko za psihologizacijo in iskanje 'sekundarne sporočilnosti' oz. umetnikovih intimnih namer kot za dejstvo, da so v še tako 'popredmeteno' podobo vselej investirane tudi izvenlikovne vsebine. Forma je vsebina, pravi Greenberg (1967). In slikarstvo je primarno medij, šele nato umetnostna vrsta, je način izražanja s svojimi zakonitostmi, ki odpirajo in obenem določajo izraz. Znotraj te prakse, v kateri se povezujejo usedline vizualne izkušnje in optično prehaja v psihično, slikar operira z razpoložljivim, raziskuje in izumlja nove pristope. Do izkušnje, pravi Wollheim, se moramo dokopati preko gledanja slike, preko umetnikovega načina dela, ki mora sovpadati z njegovo namero – medij in pomen sta prepletena in neločljiva (Wollheim, 1987: 24, 44).

Za to je dovzeten občutljiv, pa tudi informiran gledalec z zadostno teoretsko podlago, da razbira likovni pomen, ki ga določajo pravila, zakonitosti in simbolni sistem, ki mu pripada določena slika.

Slikarstvo kot praksa in njena modernistična artikulacija

James Elkins primerja slikarstvo z alkimijo; obe veščini namreč zahtevata pravo mešanico razumskega nadzora in intuitivne svobode (Elkins, 1999: 121), rezultat je vedno metamorfoza. Slikar v primerjavi s filozofom ali teoretikom vedno začenja svoj proces in *medias res*; sodeluje s snovmi, ki se jih priuči obvladovati, a vseeno vedno ostaja stopnja nepredvidljivosti in presenečenja. In prav v tem dogovoru ali dvoboju s snovjo se skriva odvisnost slikarja od njegove prakse in njena draž. V prepričljivem slikarstvu se materialno nenehoma pretaka z nematerialnim, snov izgublja gravitacijo in se staplja z idejo. Tu se začenja izvenlikovna vsebina (poenotena z likovno vsebino), semantična vrednost slike, ki obstaja vedno, ne glede na to, kolikšno je poudarjanje njenih formalističnih predpostavk. Omeniti velja, da je forma (oblika) običajen prevod grškega izraza *idea*. Ni naključno, da bolj kot se slikar potaplja v snov, bolj zavezujoč je njen nesnovni presežek; tisti 'stranski' produkt, ki je včasih razmejeval obrt od umetnosti. Z razdalje, pravi Elkins, sta barva in tisto, kar zaznamuje, vedno prepletena, ko pa se povsem približamo sliki, ne ostane drugega kot barva. Za Elkinsa je slika v celotnem polju vizualne umetnosti fenomenološko najzanimivejša, ker ima največji obseg ustvarjalčevih znakov. Vpisuje geste in čas, porabljen za njeno izdelavo, česar na primer fotografije ne zmorejo, tudi če se z njimi manipulira. Beleži tudi telesno interakcijo slikarja in slike. Poleg tega, nadaljuje, je slika nekaj, kar lahko gledaš zelo dolgo časa brez občutka za družbeni kontekst (Elkins, 2003: 83).

Do 18. stoletja je na Zahodu obveljala nekoliko okrnjena definicija slikarstva, namreč, da je slikarstvo zaznamovanje površine z namenom predstaviti vidne stvari. V ospredju je bila torej iluzionistična vloga slikarstva, se pravi pretvarjanje trodimenzionalnosti zunanjega sveta na dvodimenzionalen nosilec. Do postimpresionizma je bila aktualna mimetična teorija, pri čemer imamo največkrat v mislih posnemanje realnosti, v Platonovem smislu pa pasivno in verodostojno kopiranje videza narave. Le-ta je postala s prihodom abstraktnega slikarstva okrog leta 1910 povsem nezadostna. »Abstraktna umetnost je zapustila 'kožo' narave, ne pa tudi njenih zakonov«, pojasnjuje Kandinsky (v Lindsay & Vergo, 1994). Vendar se zdi, da se teorija *mimesis* v sodobni umetnostni produkciji ponovno aktualizira, saj je poudarek na posnemanju neposredne vidne stvarnosti (ki seveda ni več narava v izvornem pomenu, ampak medijski konstrukt, ki operira z že znanimi kodnimi zapisi) oz. njenih pojavnih oblik in ne več toliko na posnemanju vizualne strukture stvari, ki jo umetnik likovno preoblikuje in je bila v jedru, npr. modernizma. K problematiki sodobnega slikarstva se bom vrnila nekoliko kasneje.

Ne glede na vse je slika vedno dvodimenzionalna površina, prekrita z znaki, in tako se vključuje v semiološki okvir, podobno kot beseda. Tudi lingvistično sporočilo je sorodno strukturirano, vendar ga ne moremo enačiti z likovnim, ki ga zaznamuje nepredvidljivost, lastna pogledu. V primerjavi z besedo se podoba veliko tesneje navezuje na tisto, kar reprezentira (Bell, 1999: 28). Predpostavljamo, da je tisto, kar vidimo, resnično; kar samo slišimo, je torej lahko napačno. Evidenca etimološko pomeni 'tisto, kar prihaja iz gledanja'.

Slikarstvo lahko razumemo kot polaganje artikuliranih intencionalnih sledi na

dani nosilec. Sled je pomensko vedno ostanek in znamenje nečesa predhodnega, do katerega lahko pridemo prav in edinole prek sledi. Sled je praviloma dvosmer-na, lahko si predstavljamo, da se iz izhodišča usmerja proti cilju, iz notranjosti nav-zven. V romantični dikciji je izhodišče umetnikova nuja, lacanovsko njegova želja, cilj pa zavedna ali nezavedna namera, združena z gledalčevim mentalnim pogle-dom. Zato najčistejše slikarstvo nikoli ne more biti dekorativno. Ne glede na to, ali je cilj, ki je konceptualno kontemplativna ali razumska kategorija, uresničen ali ne, sled ostaja – kot edina oprijemljiva prisotnost. Obstaja razlika med govorjenjem o slikarstvu in 'govorjenjem' v slikarstvu; brez zavedanja slednjega je prvo ohromlje-no. Vsi ikonografski, hermenevitični, semiotični, torej lingvistični pomeni podobe vzniknejo za likovnim pomenom, ki se oblikuje v procesu in ohranja v produktu-sledovih. Slikarstvo je torej ontološko proizvajanje in sledenje teh sledov.

Najprej se mi zdi smiselno osvetliti nekatere vidike slikarskega mišljenja, začeni-ši z modernizmom, ki ga povezujemo z osamosvojitvijo medija in posledično z največjim poglobljanjem v morfologijo slike. Material in proces dobita nov pomen in postaneta gibalno slike, snovno se pretvarja v likovni pojav, vživljanje v notranjost materije pripelje do njenega poduhovljenja. Jasno je, da se slikarski pogled ni za-čel šele takrat, ampak je bil inherenten slikarski praksi od nekdaj, čeprav ne v tako ozaveščeni in neodvisni obliki, saj so ga bolj zavezovale izvenlikovne ideološko obremenjene vsebine, religiozna, didaktično-moralna, ali drugače pripovedna. Sli-karstvo je sprva zadovoljevalo človekovo zahtevo po sprejemanju informacij o sve-tu s tem, da je beležilo in pričaralo videz fizičnih objektov in preko njih posredova-lo sporočilnost. V štiristoletni tradiciji, od renesanse naprej, je v slikarstvu obveljal pogled na sliko kot okno v svet, kjer se je po bolj ali manj togih matematičnih zaka-nih linearne perspektive ustvarjala iluzionistična prisotnost prostora, 'naslikanega' prostora, pred katerim stojimo in ga v mislih prečkamo, vendar ga, po besedah Li-liane Brion-Guerry, dojemamo kot nekaj pred-postavljenega, danega in neodvisne-ga od pridane, vanj postavljene vsebine. Seveda to nikakor ne drži v celoti, kot je pokazal že Panofsky v svojih razmišljanjih o perspektivi kot simbolni formi. Pogo-ste dvoumnosti renesančnih prostorov z medsebojnimi simboličnimi razmerji še kako tvorijo pomen. Dejansko pa so v renesansi semantične prostorske denotacije statične, saj je pot od ospredja v ozadje (globinski vidik) skrbno določena s pers-pektivo kot izbrano točko pogleda. Renesančni prostor odgovarja naši najbolj ru-dimentarni fizični izkušnji: je izkustveni prostor; oder, scena za figure.

Modernizem je vzgojil povsem nov odnos do prostora in zavedajoč se, kako pomembna je za človeka v praktičnem delovanju in gibanju orientiranost in pre-glednost njegovega bivanjskega okolja, torej tridimenzionalnega sveta, lahko razu-memo miselno in psihološko razsežnost tega radikalnega premika v percepciji. Vse temeljne premike v modernizmu na ravni zaznavnega, duhovnega, psihološ-kega in konceptualnega lahko povezujemo prav s problematiko razumevanja fizič-nega in razpoloženskega prostora: prostora kot projekcije duha. Z izstopom iz svoje podrejene vloge v reprezentiranju opisnega prostora, se je sprostila mnogost oblikovnih možnosti in v temelju so se spremenili načini prikazovanja ne le pro-storskega sestava, ampak predmetov in figur, skratka vsega vidnega. Impresioni-stična prostorska urejenost nekako še pomeni nadaljevanje renesančnih načel, če-

prav so bili posamezni deli prostorko določeni z njihovo barvo, torej z barvno perspektivo, pri čemer hladne barve pomenijo umikanje, oddaljevanje, tople pa ravno obratno. Z opuščanjem klasične prostorske ureditve se je začel oblikovati nov, dinamičen, na videz ploskovit prostor, ki ni bil več gledališki, ampak na prvem mestu slikarski. Modernističen prostor se je razgrajeval in osredotočal na silnice, pogled ni bil več voden z idealne točke, ampak je bil razpršen med različnimi zornimi koti opazovanja, ki so zaobjeli prostorskost v svoji večplastnosti. Prostor ni več škatla za objekte v njej, ampak se ustvarja v aktivni identifikaciji; namesto, da ga opazujemo skozi okno slike, *vanj vstopimo*, kot pravi Kandinsky (v Lindsay & Vergo, 1994).

Kar se tiče same slikovne ploskovitosti, ki je po Greenbergu lastna le slikarstvu (se pravi dvodimenzionalnemu nosilcu) in torej edina verodostojna, se vračam v pred-impresionistični čas, k Manetu, ki se pri kritikih neuspešno bori za mesto prvega modernističnega slikarja s Cézannom. Manetovo obravnavanje prostora in sploh vsega, kar ga je naseljevalo, je tedaj predstavljalo pravi odklon, njegove slike so poimenovali za igralne karte, drzna pa ni bila samo njihova izvedbena neobičajnost, temveč tudi vsebinski izbor (vsakdanje življenjske situacije namesto velikih alegoričnih klasičnih tem) ter psihologizacija in neposrednost upodobljencev. Prostorske nepravilnosti, ki so napovedovale novo obravnavo ali zgolj nosile simbolne in psihične komponente, sicer zasledujemo že pri Courbetu (*Dajanje miloščine*) in Ingresu.

Prostor je simbolično analogen strukturi človeka. Likovno obvladovanje prostorskih sil, likovno spreminjanje materiala in re-kreacija resničnosti oz. njeno novo razbiranje in razčlenjevanje so temeljni problemi modernistične prakse. Kako napraviti vidno kompleksnost prostora in časa kot sile v nenehnem spreminjanju in delovanju? Modernizem ni razumel prostora kot stalnice, negibne in v sebi zaključene celote, ampak je videl prostor kot časovno komponento, »*prostor kot motiv časa*«, pravi Klee (v Pfennig, 1974). Prav neločljivo obravnavanje prostora in časa na modernistični sliki, je izničilo trenutek in vzpostavilo neko večno stanje - obstajanje; prostor je ostal fizična, a z likovnimi sredstvi psihično predelana kategorija.

Slikar skuša prodreti v vidno in njegove bistvene zakonitosti s sredstvi, ki to vidno utelešajo (ga napravijo vidnega), pa čeprav v svoji fantomski naravi, ki je lastna svetlobi, torej barvi.

Če si priredim Merleau-Pontyja, filozofa slikarstva, se slikar *s telesom potaplja v vidno: približuje se mu s pogledom in se tako odpira svetlu* (Merleau-Ponty, 1961). Zdi se, da mu stvari vračajo pogled in samo v tem izmeničnem zrenju se slikar lahko aktivno vživlja v obstajanje, v stvari na sebi, preko njih vase, preko sebe v njih, preko vidnega v nevidno. Pri razumevanju slikarjevega prodiranja v 'bistvenost' pojavljanja, ki je na semantični ravni ključna modernistična poteza (sicer z odklonom dadaizma in nadrealizma), se naslanjam na Merleau-Pontyjev (1961/1963/64: 237, 238) citat: »Ko vidim skozi gostoto vode tlak na dnu bazena, ga ne vidim kljub vodi, kljub odsevom, vidim ga ravno skozi vodo, skozi odseve, zaradi vode in odsevov. Ko bi ne bilo te izkrivljenosti, teh prog od sonca, ko bi videl brez tega mesa geometrijo tlaku, tedaj bi ga nehal videti takega, kakršen je, namreč: bolj

daljnega kot vsako identično mesto. Ne morem reči, da je voda sama, vodna sila, sirupasti in zrcalni element, v prostoru: sicer ni drugod, vendar ni v bazenu. V bazenu prebiva, v njem se materializira, ni pa vsebovana v njem, in če povzdignem oči k cipresovi pregraji, na kateri se poigrava mreža odsefov, ne morem oporekati, da voda obiskuje tudi njo ali da vsaj pošilja k njej svoje aktivno in živo bistvo«. Tako razumljeni 'iluzionizem' kaže na strukturalno stkanost sveta. Ne gre namreč za dobesedno posnemanje narave, temveč za vstop v svet povezav.

Za umetnostno spremembo na začetku prejšnjega stoletja je značilna redukcija na elementarne forme in znake, na enostavne barvne zvoke in odnose, organske proporce in elementarne ritme, na osvobajanje barve od oblike. Pomembna je usmerjenost k enostavnemu in prvotnemu, ki je spremenila odnos do vidne resničnosti in v likovnem svetu odprla vzporedno resničnost ter na novo osmislila sam slikarski proces. Osamosvojeni likovni znaki se razrešijo opisnosti in z naraščanjem njihovih izraznih možnosti se porajajo nove semantične vrednosti. V modernizmu avtonomija znakov ni nikoli absolutna, vedno jo namreč zavezuje likovna obveznost, torej odvisnost od celovite slikovne problematike. Bistven del analitičnega raziskovalnega postopka v slikarstvu se je odvijal v skladu z brisanjem iluzionističnih prvin in kasneje vseh asociativnih opor (visoki modernizem). Sistematična redukcija je pripeljala do abstraktnega slikarstva, torej do odsotnosti predstave in podobnosti. »Prvi korak v abstraktno področje je, da opustimo iluzijo prostora, obdržimo površino in jo istočasno uporabljamo kot idealno površino in kot prostor. Opazovalca silimo k nesebični rešitvi v sliki, kot če sami gremo na cesto, katero smo doslej opazovali samo z okna«, razlaga Kandinsky (v Pfennig, 1974: 30). Vendar je nujno vzpostaviti razliko med abstraktnim slikarstvom kot slogovno opredelitvijo, (ki jo zastopajo Kandinsky, Malevič, Mondrian in abstraktni ekspresionisti) ter procesom abstrakcije kot abstrahiranjem od predmeta, ki stoji nasproti procesu konkretizacije. Abstrahiranje je prisotno na različnih ravneh tako pri Picasu kot pri Mondrianu, pri Matissu kot pri Rothku. Slehera abstrakcija izvira iz realnega pojavnega sveta, ki ga s stopnjo stilizacije zreduciramo na bistveno. Tisto, kar imenujemo abstrakcija, ni drugega kot razvojna stopnja enotnega procesa, ki se v različnih oblikah pojavlja čez celoten modernizem. O konkretizaciji govorimo, če moramo z likovnim delom napraviti vidno, kar pred tem kot viden pojav v svetu ni obstajalo. Konkretizacija je ustvarjanje znakov, ki so neprevedljivi na poznane pojavne forme in ustvarjajo novo, doslej nepredstavljivo resničnost. Ključen del slikarskega razvoja, pogojenega z odnosom do videnega, se je odvijal v prepletu abstrakcije in konkretizacije. Abstrakcija je npr. v analitičnem kubizmu pripeljala do razgradnje prepoznavnosti na elementarne forme in tu se je proces preokrenil v konkretizacijo, saj so ti elementi pripeljali do novih znakov, s katerimi so se začeli graditi drugačni pomeni (najdoslednejši primer je postopno abstrahiranje Mondrianovega *Drevesa*, ki v končni fazi pripelje do mreže). Abstrakcija v smislu slogovne odločitve pomeni popolno opuščanje predmetov kot nosilcev vsebine v smeri likovnega dela, ki ni več abstrahirano od predmeta, ni redukcija iz realnega, niti nanj ne spominja. Abstrakcija tako radikalno odpira izkustvo psihičnega, notranjega življenja in domišljjskih poti, ki so razrešene zapovedi vnaprej danega objekta. Skrajna točka abstrakcije se vedno sprevrže v svoje nasprotje, v konkretizaci-

jo, v smislu občutenja in materializacije slike kot samonanašajočega se objekta. Abstrakcija in konkretizacija sta torej vzporedna procesa, kar odlično pojasnjuje Picasso (v Pfennig, 1974: 33), ko pravi, da abstraktne umetnosti ni in da moramo vedno z nečim začeti. Naknadno pa lahko odstranimo vse sledi resničnega in potem ni nobene nevarnosti več, ker je medtem ideja stvari za seboj zapustila neugasljiv znak. Tudi na zaznavni ravni, razlika med abstraktnim in konkretnim ni povsem jasna. Lahko si predstavljamo naturalistično sliko, ki predstavlja morje in abstraktno sliko s spreletavajočimi in izmenjujočimi se sivinami in modrinami, ki nas neustavljivo spominja na morje, vendar se le-to ne vzpostavi kot očitno prepoznavna oblika. Hočem reči, da je lahko občutenje morja, ki ga hipostazira abstraktna slika, bolj konkretno in bolj realno, bolj 'morsko' od naturalistične podobe morja.

Cézanne in vzporedna narava

Vračam se k Cézannovemu analitičnemu pogledu na slikarstvo in njegovi vlogi pri nadaljnjem preoblikovanju slikarske prakse. Cézanne dokazuje, da slikarstvo ni samo intencionalna in razumska dejavnost, kot npr. znanost, ampak v dobršni meri intuitivna praksa, kjer ključno vlogo igra dotik z materialom. Cézanne se je trudil razvijati kontroliran in metodičen proces (kar dokazuje njegova zapoved, da je treba vse oblike izpeljati iz geometrijskih teles, krogle, valja in stožca), obenem pa mu je bistveno občutnejše, pri čemer »so postopki samo preprosta sredstva za to, da damo občinstvu čutiti, kar občutimo sami...« (Cézanne, 1906) in izvorna senzacija, namreč tisto, kar spodbudi in narekuje slikarjevo dejavnost, tisto, ki je tako zunanji pojav kot njegova zaznava v čutih in duhu. Cézanne torej ne razmejuje čutov od intelekta. Prepredenost občutenja z opazovanim vodi v drugačno optično prezentacijo sveta; na novo, v terminih medija, odkriva njegovo vitalnost. Cézanne si izbere motiv in nato ustvarja svoje vizualno razumevanje le-tega, pri čemer ne sme izgubiti njegove živosti in intenzivnosti – tistega, zaradi česar ga je motiv pritegnil in zaradi česar se na sliki ohranja kot brezčasna podoba. Ali kot opisuje Merleau-Ponty: »*Trenutek na svetu*, ki ga je hotel naslikati Cézanne in ki je minil že zdavnaj, nam njegove slike dajejo še kar naprej, in njegova gora Saint-Victoire se dogaja kar naprej od začetka do konca sveta, drugače, ampak ne manj odločno kakor v trdem skalovju nad Aixom« (Merleau-Ponty, 1961).

Cézanne se je odvrnil od renesančnih likovnih rešitev in vzpostavil nov način organiziranja oz. strukturiranja slikovnega polja, kar je predstavljalo temelj za razvoj modernistične prakse. Njegovo vztrajanje pri svežini in neposrednosti barvne senzacije *plain-aira* je izhajalo iz impresionizma, ki je težil k beleženju čistih optičnih vtisov, pri čemer pa so se oblike razpuščale, kar ni ustrezalo Cézannovi zahtevi po rehabilitaciji trdnih oblik in intelektualni organizaciji slikovnega polja. Bistvo renesančnega likovnega snovanja leži v apriorno določenih in postavljenih zamejenih oblikah, ki z modelacijo pričarajo predmetnost in od osnovne oblike prehajajo proti notranjemu razčlenjevanju, ter seveda v globinskem vodilu linearne perspektive. Cézanne je delal ravno obratno; lahko rečemo, da je sliko gradil iz notranjosti navzven, od najmanjšega dela forme naprej. Podobo je interpretiral v barvnih madežih, ki so se v premišljenih (barvnih) odnosih sestavljali v homogeno

strukturo. Oblika torej ni bila zarisana vnaprej, ampak se je risba rojevala iz barve in od nje ni bila več natančno ločena; tako se je ohranjala prostorska odprtost. Prav tako Cézanne opazi, da intenzivnost barve narašča v ploskvi. Konsistenca fizičnega sveta, ki je bila konec šestdesetih še močno prisotna in poudarjena s pastozno uporabo oljnih barv, ki referirajo na dejanskost in objektivnost materialnega sveta, je polagoma razpadala, dokler ni mesto objekta izrinil barvni madež, najbolj očitno v zadnjih pogledih na Saint Victoire. Barvni madeži nimajo več opisne funkcije (niso osnovani na opazovanem fenomenu) niti niso popolnoma avtonomni, saj se prilagajajo celotni strukturi slike. Kljub svoji metaforični naravi barvne interpretacije sestavljajo specifično prostorsko locirani objekt, trden in otipljiv, vendar ne kot ga dejansko vidimo, ampak na novo formiran objekt, odprt v svoji notranji zgradbi. Cézannov prostor je fizično in duhovno stkan s tem, kar ga naseljuje – je metafora in vzporednica naravi. Zato se Cézanne vedno znova vrača k študiju po naravi; slikanje po naravi pa zanj ne pomeni kopiranje tistega, kar je objektivno, temveč uresničevanje svojih občutenj.

Cézannova subverzija renesančne logike poglobljanja in njenih iluzionističnih prvin privede do novega slikovnega prostora, ki ni več konkaven, ampak prej konkaven. »Črte, ki potekajo navpično na horizont, dajejo globino« (Cézanne, 1904). Prostor deluje zvrnjen in sili iz slike, saj je zbirna točka vseh oblik najbližje očesu in se ne oddaljuje, kot je bilo običajno. Dejansko pa se na podobi združijo različne smernice, ki zunanji prostor naredijo povsem 'pregleden', preko gradnje in tipanja prostora slike se odkrivajo njegove plasti, njegovi *geološki skladi*. Skozi barvno modulacijo se odstira globina in nakazujejo smeri planov.

Katere so torej tiste prvine Cézannovega slikarskega mišljenja, ki so ostale inherente modernistični slikarski praksi in določile njen razvoj? Pri Cézannu je način gledanja sistem mišljenja, kot ugotavlja že Gowing (1977/78). Popolnoma se odvrne od razumevanja slike kot klasičnega mimetičnega modela reprezentacije in jo obravnava kot *vzporedno naravo*. Pri tem je bistvena vizualna formulacija optičnih in čutno preoblikovanih senzacij – izoblikovati je namreč treba miselni model, nekakšen abstraktni sistem, ki ustvarja metaforično ustreznico opazovanega. V tem primeru je to že opisana Cézannova struktura, poenostavljeno rečeno organizacija barvnih madežev, ki so pravzaprav transformacija dihanja realnega prostora. Barvni madeži se sistematično sestavljajo po celotni površini slike in jih lahko razumemo kot predhodno artikulacijo kasneje pogosto srečanega all-over sistema. Greenberg je pri Cézannu videl žrtvovanje podobnosti (oz. točnosti upodabljanja) v namenu, da bi jasno prilagodil svojo risbo in kompozicijo pravokotni obliki platna. Cézannovo slikarstvo zaobjema substanco sveta preko občutenja (»krajina se v meni misli in jaz sem njena vest«, je govoril) in jo prevede ter posreduje v substanci medija. V tem leži srž slikarskega mišljenja.

Iz Cézannovih zametkov so vzniknili vsi veliki premiki v razvoju medija. V nadaljevanju se bom ustavila samo pri najbolj temeljnih korakih v miselno oblikovalskem procesu, pri čemer bom prisiljena obiti prenekaterega ustvarjalca in njegov doprinos, prenekatero individualno in neponovljivo poetiko zavoljo rudimentarne in bežne sheme.

Morfološke premene po Cézannu

V iztekanju leta 1909 sta Picasso in Braque v tesnem sodelovanju, sledeč Cézannovim naukom, razvila nov slog. Analitični kubizem je odprl nove možnosti predstavljanja, omogočil je zaznavanje predhodnega v novi dimenziji – v analitičnem razstavljanju na osnovne geometrične oblike in njihovem ponovnem sestavljanju, upoštevajoč njihove notranje silnice, preskakovanje, svetlostne vrednosti in plansko gradnjo. Leta 1910 sta Picasso in Braque začela govoriti o sliki kot o *tableau-object*, o skonstruiranem objektu z lastnim in neodvisnim življenjem, ki ne zrcali več zunanjega sveta, ampak ga re-kreira na povsem nov način. Izčrpane možnosti analitičnega pristopa so leta 1912 pripeljale do sintetičnega kubizma, kjer ne gre več za členjenje oblik, marveč za njihovo subjektivno in poljubno gradnjo v likovno podobo, ki je prej simbol kot reprezentacija dejanskega objekta. Juan Gris pravi, da mora vsaka oblika v sliki odgovarjati trem funkcijam: funkciji oblikovnega elementa, ki ga predstavlja; funkciji barve, ki jo vsebuje in funkciji odnosa do drugih oblik, ki z njo sestavljajo celoto slike. Kubizem pa je prinesel še eno pomembno novost, kolaž (Picasso) in papier collé (Braque), ki sta v sliko vpeljala materiale iz vsakdanjega življenja (blago, tiskan papir, les, žico...), torej slikarstu doslej tujo snov. 'Objektnost' kubistične naslikane podobe združene s predmetom na dvodimenzionalni površini načenja vprašanje paradoksne narave realnega. Kubistični kolaž pomeni kršitev ustaljenih oblik upodabljanja, saj izključuje osledje in torej nastaja iz neupoštevanja določenega zaporedja (Medved et al., 2004: 21) Iz kolaža se v dadaizmu razvije fotomontaža, v nadrealizmu sledi avtomatizem (z močnim vplivom na abstraktni ekspresionizem) in drugi aleatorični postopki, ki premaknejo našo pozornost od slike kot gotovega likovnega dela k procesu nastajanja – h genezi slike.

Sintetični kubizem je vozlišče vseh dosedanjih likovnih komponent, iz katerega potem žarčijo poti k odkrivanju nadaljnjih likovnih problemov. Za nekatere slikarje je bila kubistična odvrnitev od upodabljanja predmetnega sveta v razumljivem prostoru in svoboda kolažne tehnike samoumevna pot k popolni abstrakciji. Abstraktna umetnost, o kateri sem že spregovorila, pod tem imenom zajema povsem različne in konkurenčne umetniške smeri, kot so suprematizem, neoplasticizem, konstruktivizem, lirski abstrakcija, informel, abstraktni ekspresionizem, akcijsko slikarstvo, neokonstruktivizem, post-slikarska abstrakcija, minimalizem, analitično slikarstvo itd.

Izpostavila bom dve temeljni izhodišči abstraktnega slikarstva, in sicer konstruktivno, kjer je kompozicija strukturirana skladno s pravili in postopki matematičnega konstruiranja in izpeljana z geometrijskimi shemami ter ekspresivno, kjer je v ospredju gestualno dejanje in njegove bolj ali manj očitne znakovne sledi v slikovnem polju kot odrazi umetnikovih notranjih duhovnih in psiholoških stanj ter doživetij. V območju slednjega je po vojni v Ameriki na podlagi vplivov evropske umetnosti vzklikal zelo vpliven abstraktni ekspresionizem, ki ga zaznamuje nova premena v razumevanju slike. Po zgledu mehiških muralistov in Picassove *Guernice* vpelje velike formate, ki dominirajo nad gledalcem; slikovno polje postane igrišče primarnih energij, likovne rešitve se namreč osredotočajo na izpostavljanje posa-

mezni likovnih prvin in raziskovanje njihovih izraznih potencialov. Slika utelesi barvo, obliko, strukturo, svetlobo. Nadrealistični avtomatizem je usmeril pozornost na sam proces dela, kar je najbolj očitno npr. pri Pollocku. Praksa ima torej prednost pred samim umetniškim objektom, kar postane izrazito v primarnem slikarstvu. Problem nedokončane slike (odsotnost reprezentirane zaključenosti predpostavlja nedokončano umetniško delo) privede do serije slik in posamezno delo ostaja izsek nekega celovitejšega procesa raziskovanja. Verjetno je prav abstraktni ekspresionizem nazoren primer kako se je umetnikova etična in eksistencialna zavezanost slikarski praksi, ves investiran fizični in psihični napor, odrazil v slikovnem energetskega naboju, ki je s sublimacijo podobe daleč presegel zgolj 'estetski' vidik oz. samoreferencialnost, ki so jo tolikokrat povezovali z modernistično sliko.

Nadaljevanje (kot izhodišče lahko vidimo Newmana in Reinhardta) in obenem odklon od tega idealiziranega mišljenja je sledil v postslikarski abstrakciji in minimalizmu, ki je skrajna točka v redukciji likovnih sredstev. V glavnem gre za odsotnost ekspresivne poteze, vidne fature slike, torej slehernih sledov procesualnosti in osebne intervencije. Slika se vzpostavi kot slika in je *samo to, kar vidimo* (Stellin moto: *what you see, is what you see*) – dvodimenzionalni nosilec, pokrit z barvami. Abstraktni ekspresionizem in postslikarska abstrakcija povsem odgovarjata Greenbergovi ideologiji (in t.i. formalistični kritiki), ki zahteva 'čisto' umetnost, ki se izključno osredotoča na svoj medij, na metode in kompetence, lastne le njemu, kar omogoča samokritiko, temeljno za modernizem, in najbolj gotovo obvladovanje lastnega polja delovanja. Greenberg je bil strasten zagovornik abstrakcije, saj po njegovem ni služila ničemu, le sama sebi, obenem pa je ustrezno poudarjala dvodimenzionalno površino slike, čeprav je dopuščala optično iluzijo.

Skozi celotno zgodovino modernizma se ponavlja tipanje robov slikarstva in zamikanje njegovih mej. Kaj je poslednja možnost slike? Odgovor se je ponujal preko nasprotij – od iskanja uravnoteženosti v nekem zunanjem redu, namreč v elementarnih geometričnih formah, do bolj ali manj ekspresivnih individualnih tendenc, prodirajoč iz notranje atmosfere; od razkroja predstavnega sveta do čiste abstrakcije. Slikarjevo vprašanje pa ne klije zgolj v okvirih medija, v katerih se izoblikuje. Narekuje ga (družbeni) kontekst in svet s svojimi izsledki. Tako slikarja bolj kot osredotočen pogled določa periferni 'vid', ki ne odbira, temveč poljubno vsrkava in predeluje. Z njim se umetnik *odpira svetu*.

Proti koncu visokega modernizma ta medij preplavi nekakšna kriza vrednot, ki kulminira v konceptualni umetnosti kot skrajni reakciji na formalistično estetiko abstraktenega ekspresionizma. Konceptualisti so zanikali možnost soočenja s predmetnim zgolj preko fizično-zaznavne poti, zato so se prenehali ukvarjati z oblikami, materiali in drugimi likovnimi sredstvi; njihovo težišče se je, kot pravi Kothuth, preneslo »z vprašanj o morfologiji na vprašanja o funkciji umetnosti«. V tem so neposredni dediči Duchampa, ki je z ready-madom, kjer se najradikalneje spaja kulturno in profano, zreduciral umetnost na čisto idejo in načel filozofsko vprašanje o njeni naravi. Konceptualisti so se v želji po 'nepredmetnem' zaužitju umetnine, pravzaprav njene zgoščene miselne oblike, odvisne od svoje kontekstualne lege, močno oprli na lingvistiko, filozofijo in sociologijo ter poudarjali ključno vlogo jezika v vizualni izkušnji. Premik od likovno-vizualnega k 'besedi' oz. 'tekstu'

lahko pojmuje kot ključno prelomnico v razmišljanju in razumevanju vizualnih umetnosti. Postopoma, v času postmodernizma v umetnosti, se je sprememba odrazila tudi v slikarski praksi, kar nameravam pojasniti v kontekstu sodobnega slikarstva.

Ryman in *slikarstvo o slikarstvu*

V šestdesetih, času dominacije pop arta in vzporedno z minimalizmom in konceptualizmom, še enkrat vznikne čista slikarska misel v t.i. primarnem oz. analitičnem slikarstvu, ki je (povzemam po Šuvakoviču) formalistična, avtorefleksivna (na podlagi pojavnosti slike lahko rekonstruiramo sledove njenega nastanka in zaobjamemo mišljenje o njeni realizaciji) in proteorijska (realizacija slike vodi od same teorije, konceptov in propozicij slike h konkretni slikarski praksi) slikarska usmeritev. V primarnem slikarstvu slika ni končni produkt, bistven je slikarski proces kot sredstvo za izpraševanje in prikazovanje narave slikarstva kot sistema vednosti, znanj in postopkov. Primarno slikarstvo je *slikarstvo o slikarstvu*, saj se ukvarja z osnovnimi elementi slike in je vedno utemeljeno v zgodovini, kontekstu in mediju slikarstva (v tem smislu ga razumemo tudi kot nadaljevanje Greenbergove teorije). Gre za transformacijo analize v tehniko, produkcijo slike, ki od tu še naprej prodira v slikarsko znanje in zmožnosti. Med predstavnike primarnega slikarstva se običajno vključujejo Robert Ryman, Agnes Martin, Brice Marden, skupina *BMPT* (Buren, Mosset, Parmentie in Torroni) in skupina *Support-Surface* (Devade, Cane, Pincemin, Viallat, Bioules). Slednja se osredotoča na strukturalistično razčlenjevanje slike na podlago in površino, na okvir, platno, vlakno in pri tem predstavlja nekakšno didaktično vrnitev k zgodovini slikarskih postopkov. Teži k združevanju analize slikarske prakse in njene teorije. Na sliko se gleda kot na trenutek v procesu označevanja, trenutek, ki proizvaja in določa pomen slikarstva, pri čemer pa nikakor ne gre za končen in za vedno zasidran odnos. Bistvena je metamorfoza, ki se odvija na nosilcu kot rezultat vse investirane pozornosti do medija. Zanima jih problem »oživitve« slike, kot razlaga Louis Cane – slike, ki nagovarja iz sebe.

Za bližnji pogled v miselni tok primarnega slikarstva in v nasledstvo cézannovskega mišljenja se ustavljam pri Robertu Rymanu. Kar je izstopajoče v vseh intervjujih z Rymanom, je njegovo skoraj 'obratno', natančno tehnološko opisovanje svojega dela in izjemna kritičnost do lastne slikarske občutljivosti. Od samega začetka svoje ustvarjalne poti se Ryman predaja raziskovanju medija: proučuje nosilce (platno, papir, karton, les, pleksi, jeklo...) in njihove »vgrajene kode« oz. način reagiranja, ki vnaprej določa estetsko priložnost, slikarske snovi (olje, pigmente, veziva...) in njihovo obnašanje v danih situacijah, ustreznost barvnih nanosov in potez za različne velikosti formata, odnos med nosilcem in barvo, odnos slike in zidu ter vrsto bele barve in njene specifične načine nanašanja. Rymanovo slikarstvo je osnovano na odtenkih bele barve, za katero pravi, da je njegovo izrazno sredstvo in ki ga zanima predvsem zaradi svetlobe – »mehkobe, trdote, odseвов in gibanja« (Storr, 1993: 17). »To je nevtralna barva, ki omogoča zjasnitev nians v sliki. Vidni postanejo tisti vidiki slikarstva, ki pri uporabi drugih barv ne bi bili tako jasni«, pravi (Storr, 1993: 16). Torej proces, sleherna sled premika čopiča v belini. Kot barva je

nevtralen tudi praviloma kvadraten format slike (ali pa teži h kvadratnosti), ki je očitno najpopolnejši prostor, zato se mu ni treba ukvarjati s problemom kompozicije, kot bi se moral npr. pri pravokotniku ali krogu. Vse je osredotočeno na izpostavitve slike kot naslikane površine (ki deluje izjemno materialno, plastično) in ne na njeno objektivnost, v čemer se očitno razlikuje od npr. Judda, ki se je iz neugodja pred latentnim iluzionizmom slikarstva preusmeril na kiparstvo (instalacijo), v minimalizmu namreč iluzionizem velja za izjemno negativno kategorijo. Ryman se je seveda zavedal, da je slika že apriori objekt in je v skrajno raziskovanje medija vključil celo pritrjevanje slik (»brez pritrjevanja slika ni popolna, to je element celote, tako kot barva, velikost...«) (Ryman, 1982) Skrbno izbrani vijaki ter lepilni trakovi so postali del slikovnega znakovnega sistema in s tem vitalna prvina podobe. Ne glede na to, da je Ryman raziskoval medij znotraj samozadanih omejitev, ki jih v svojevrstnem redukcionizmu lahko povezujemo z minimalistami, se od njih bistveno razlikuje v načinu dela, ki povsem razodeva svojo naravo, namreč slikarjevo 'gradnjo'. Ryman raziskuje svetlobo, barvo, proporce, prostor, dotik materije na intuitiven način; sledi okvirno izoblikovani ideji tega, kar želi, vendar ničesar ni določenega vnaprej. »Ko se lotim dela, ponavadi odkrivam nekaj, česar nisem pričakoval. Tekom dela nenehoma spreminjam, dokler ne pridem do končnega rezultata, do slike, za katero mislim, da je končana...« (Ryman, 1982) »Ni vprašanje *kaj* slikati, ampak samo *kako* slikati. *Kako* slikarstva je vedno podoba«, razlaga (Storr, 1993: 18). V teh nekaj mislih odmeva koncept slikarskega mišljenja od Cézanna naprej.

Za slikarja je ključno misliti z medijem in odkrivati znotraj njega, kar vedno pušča trenutek nepričakovanega, nepredvidljivega in kar v svoji 'nedopolnjenosti' naprej priganja k iskanju. Ryman je tu odličen primer, o čemer priča dopolnjujoča se zbirka fotografij njegovih del na ateljejski steni, ki omogoča spremljanje razvoja njegovih slikarskih premikov. Za razliko od Cézanna, ki je odkrival možnosti medija, izhajajoč iz narave, torej še vedno iz mimetičnega izhodišča, Ryman odkriva naravo v samem materialu, slikarsko prakso raziskuje iz osrčja prakse. Pri obeh slikarjih se srečujemo z neposlikanimi prostori oz. fragmenti nosilca, ki so sestavni deli, saj pripadajo temeljnemu prostoru geneze slike in so povsem enakovredni z ostalimi oblikovanimi znaki. Prosejajoči 'prazni' prostori aktivirajo slikovno površino, tako da se znaki vzpostavijo kot znaki, belina podlage je namreč prostor njihove artikulacije.

Na primeru Rymanovega slikarstva pa lahko ponazorim še nekoliko paradoksen fenomen, in sicer da radikalna in občutena uporaba medija praviloma pripelje do presejanja uporabljenih sredstev in ustvarjanja meditativnih stanj. Ko Ryman govori o osmišljanju svojega slikarstva, vedno poudarja 'potrebo po reševanju estetskih problemov' (»...hotel sem se naučiti nekaj več o slikarstvu, hotel sem vedeti, kaj je možno, kaj lahko sam naredim.«) (Ryman, 1982), zanima ga odkrivanje novega načina gledanja (new way of seeing), obenem pa se zaveda, da pogled vedno ostaja odprt za interpretacijo. »Lahko poslušamo glasbo in mislimo na slap ali na kaj drugega. Odvisno od ljudi. Nikomur ne moremo zapovedovati, kako naj kaj gleda« (Ryman, 1982). Z osredotočenjem na ozko izbiro možnosti znotraj številnih variacij, s pozornostjo na vizualnem vidiku sleherne poteze, tona, nanosa, na sleherni 'drobni senzaciji', se Rymanovo slikarstvo obrača v neskončen duhovni raz-

pon. Ryman ne priznava, vendar nesporno občuti spokojnost, mir, tišino, kontemplativnost svojih slik. Vsa vložena senzibilnost in prisluškovanje snovi se ohranjata v podobi in mi ju nevede razbiramo, kljub njuni neopisljivosti. To je metafizični zvok slikarstva. Ustrezen se zdi Lacanov komentar o funkciji slike, ki ga s stališča slikarja v odnosu do gledalca povzame takole: »Ti hočeš gledati? Dobro, glej to. On (slikar) ponudi očem nekaj v pašo, in tistega, ki mu je slika pokazana, povabi, naj vanjo odloži svoj pogled, kot odložimo orožje. V tem je pomirjujoči, apolonični učinek slikarstva...« (Lacan, 1964/1980: 136) Zato je tudi samoreferencialnost podobne zgolj fraza za vzpostavljanje razlik, takrat ko v formalistični terminologiji govorimo o njenem ukvarjanju z lastnim nastankom; rezultat je hote ali nehotе vedno drugje. Kot v naravi, kjer se diamant rodi v naporu delujočih sil, njegova dejanska vrednost pa se vzpostavi po obdelavi, z brusom – v briljantu.

Postmoderno stanje in sodobni kontekst

Preden se osredotočim na slikarsko produkcijo zadnjega desetletja, se bom na kratko ustavila pri postmodernističnem preoblikovanju v produciranju in sprejemanju umetniškega dela, ki me zanima kot odklon od modernističnih slikarskih postulatov in je utelešenje tistih, v modernizmu nastavljenih, vendar ne izživetih tendenc, ki poudarjajo spetost umetnosti in življenja, brisanje ločnice med visoko in množično kulturo, dekanonizacijo vrednot in družbeno angažiranost. Z vodenjem *anything goes* in v navidezni popolni svobodi umetnikovih odločitev, ki pa jih je na slehernem nivoju nadzoroval instrumentalni um (torej interes kapitala), je umetnost postala dovzetna za prav vse – vzpostavi se kot mreža vizualno-verbalnih iger. Tradicionalni kriteriji obvladovanja *métierja*, izvedbe, unikatnosti, originalnosti, estetike in učinka ne igrajo več vloge. Umetniško delo se pojavlja kot sklop citatov, komentarjev, interpretacij in modifikacij že obstoječega. Umetnina torej ni več samozadostna v modernističnem smislu, zato mora vedno funkcionirati v odnosu do zunanosti. Opuščanje ontologije umetnosti pa pomeni prehajanje k umetnosti kot družbeni teoriji, kjer se realizira Kosuthov konceptualistični pristop. Znotraj polja vizualnega se v skladu s poststrukturalističnim mišljenjem začnejo krhati meje med posameznimi disciplinami (komercialno vs. nekomercialno, množično vs. enkratno, oblikovanje vs. umetnost), kar učinkuje dvosmerno: na eni strani stapljanje odpira množstvo kombinacij, nove intermedijske odnose ter sveže ustvarjalne rešitve, po drugi strani pa se pri tem izgublja *strokovno znanje*, ki izhaja iz obvladovanja in razumevanja prvin posameznega medija, kar predpostavlja 'pozabo' določenih medijskih zakonitosti in njihovih oblikotvornih potencialov. Slednje se prepričljivo manifestira v dogajanju znotraj slikarske prakse, ki pa je v postmoderini postala zapostavljena tudi zaradi aktualizacije drugih medijev (fotografija, performans, instalacija, internet art), ki so se zdeli ustreznejši duhu časa.

Modernizem se v odnosu do celotne umetnostne tradicije obnaša esejistično – z akumulacijo bistvenih dosežkov likovne govorice ustvari nov model, ki je polemičen v odnosu do preteklega, vendar enako učinkovit. Zato tolikšen napor pri študiju starih mojstrov (konec koncev se v Velázquezovih draperijah odstira abstraktno slikarstvo), zato Cézannovo vztrajanje, da želi narediti »Poussina po nara-

vi«, Rymanovo zahajanje v muzeje, kjer je teden za tednom preučeval drugega slikarja in Baconovo vstopanje v tradicijo, kot smo mu priča na dunajski razstavi *Francis Bacon und die Tradition der Kunst*.

Tudi na postmodernizmu lahko gledamo kot na esej v odnosu do preteklega, vendar na povsem drugačen način. V kontekstu izginjavajoče dihotomije med naravo in kulturo oz. kultiviranega in medijsko preoblikovanega okolja postmodernistična umetnost povzema že predelani svet, manipulira z obstoječimi kulturnimi modeli in kultiviranimi pomeni namesto re-kreiranja in likovnega preoblikovanja stvarnosti. Groy's pravi, da je narobe, če mislimo, da postmodernizmu zgolj citira preteklost, saj ne citira stare umetnosti same, temveč njene sodobne, profane, množične pojave, torej klasično umetnost, ki jo je predelala mesoreznica množičnih medijev in množične recepcije. Pozornost je torej preusmerjena na novovrstnost družbene, medijske in jezikovne obravnave umetniške forme (Groy's, 2002: 91)

V središču modernističnega podobotvornega procesa z izvzetjem abstraktne slike se pojavlja *deziluzionistična stilizacija kot tematizacija podobnosti* (Rotar, 1972), kjer likovne formulacije oz. znakovni sistemi razširjajo in problematizirajo nivo aluzivnega pomenjenja oz. podobnost med značilnimi lastnostmi predmeta upodobitve in njihovimi približki v strukturi podobe. Kot pravi Rotar, ta približnost podobnosti ni naključen pojav, ampak tisti faktor, ki omogoča razvidnost podobnosti kot distance med podobo in njenim predmetom (Rotar, 1972: 200). Tu se tudi udejanja skrivnost 'vzporedne' narave umetnosti, saj se tematizacija dogaja kot »izolacija določenih sektorjev upodabljanja«; likovni elementi se torej vzpostavijo najprej kot avtonomni in šele nato kot vizualne analogije. Če se modernistična slika ukvarja s problematiko upodabljanja, s preinterpretacijo naravnih fenomenov ter kombinacijo izbranih avtonomnih (od aluzivnosti skoraj neodvisnih) enot, se sodobna slika kot potomka Duchampovega kontekstualnega preobrata ne zanima več za razmerje med predmetom upodobitve in podobo, ampak za tematizacijo upodabljanja podob, pri čemer odpira problematiko pomenov že izoblikovanih vizualnih struktur, ki jih kombinira in uporablja v funkciji nove likovne in pomenske formulacije. Podoba-predmet upodobitve je rele aluzivnega pomenjenja med novo formulacijo in naravnim fenomenom (Rotar, 1972: 221). Zdaj slikar ni več soočen neposredno z naravo, temveč z drugo podobo, iz katere izhaja pri ustvarjanju nove podobe podobe. V tem kontekstu idejnega ambienta pa je mogoče izkoriščati vse tipe aluzivnosti, saj gre za sestavljanje *ikonemov*, pomenečih predstav, ki so edine enote prepoznavnosti. Bistvena je interakcija pomenov, semantična in vizualna razmerja v njihovi montaži pa so uspešna, če nosijo faktor presenečenja (v sodobnem slikarstvu se kot zadovoljliva kaže npr. že upodobitev televizijskega fragmenta v klasični oljni tehniki) in prepričljivo degradacijo pomena, torej njegovo ustrezno premestitev. Rešitve sodobnega upodabljanja so skladne s časom prerivanja informacij, žal pa se vzporedno z nezahtevnimi pričakovanji velikokrat v poljubnem manevriranju s pomeni izneverijo kompleksnosti kontekstualnih sklopov in se razrešijo v kaotičnih, brezpomenskih podobah.

Uspešen primer tematizacije podobe predstavljajo dela Sigmarja Polkeja, na katerih se luščijo novi pomeni iz parafraziranih in izposojenih podob, ki se preko platenja in sopostavljanja dograjujejo v nov vizualni kod. Polkejev prostor spomi-

nja na *flatbed* slikovno polje, po Steinbergu novi slikovni prostor (pojavlja se že pri Dubuffetu in Rauschenbergu), ki ne odgovarja več klasični človeški vertikalni postavitvi, kot vse doslej, marveč učinkuje kot delovna miza, na kateri se povezano ali naključno sestavljajo nametani predmeti in tvorijo nove informacije. Na slikah se prepleta imaginarij iz povsem različnih, nepričakovanih, celo nasprotujočih si virov, tako zgodovinskih kot sodobnih, ki jih združuje z različnimi tehnikami in materiali. Srečujejo se časopisne podobe, oglasi, globalni politični motivi, tekstilni vzorci, risanke in umetnostnozgodovinske ikone. Na ta način je izzvana tradicionalna hierarhija podob in soočeni smo z dejstvom, da danes ni sveta prav nobena podoba. Vse je namreč podvrženo instant reproduciranju in razmnoževanju po celem svetu. Ne glede na njegovo dekonstrukcijo modernističnega idealiziranja enotnega sloga z menjavo slogov in združevanjem različnih slogovnih usmeritev, Polke v doslednosti, pretehtanosti in prepričljivosti slikovnih rešitev ne predstavlja diskontinuitete. Kot slikar se nenehno predaja tehnološkemu in slogovnemu eksperimentiranju, preizkuša nenavadne materiale (med drugimi tudi toksične, kot je arzen), nosilce in kot del slike razkriva tudi njeno ogrodje, kar se vse vključuje v samo strukturo. V kompleksnem idejnem in likovnem platenju njegovih del se odstira sam proces gledanja – zaznavanja, opazovanja in refleksije, ki je v jedru slehernega dobrega podobotvornega dejanja. Polkejevo slikarstvo odstira svet kot mrežo bežečih informacij in pomenov, ki v svojem sestavljenem izkustvu ne omogočajo enosmernega pogleda.

V skladu s sodobno teorijo, ki poudarja kontekstualnost, identiteto in socialne konstrukte se je tudi slikarstvo v dobršni meri usmerilo v družbeno (angažirano ali aktualno) problematiko ter v univerzalen potrošniški svet, ki predstavlja temeljni ikonografski in formalni vir. Logika kapitalizma z načinom hiper potrošništva, ki se udejanja v hitri menjavi mode, slogov, tehnologije, ter diktat medijske podobe sta v *družbi spektakla* postali skupna religija. In tako je postala izrazita tudi navezanost slikarstva na znake in motive komercialne kulture, na grafično oblikovanje (npr. sorodnosti oz. enakosti med slikovnim in plakatnim načinom reprezentacije), oglaševanje, internet kulturo, na zabavno industrijo na sploh. Slikarstvo je zaobjelo polje kolektivne vizualne kulture, ki ga v svojih okvirih neprestano povzema ali predeluje. V apropiacijskih 80. so se odvrteli relativno vsi neomodernistični slogi in izčrpalo se je slogovno preigravanje novodobnih vsebin; 90. leta so se nadejala novih rešitev, vendar v globalnem in širšem družbenem kontekstu pomenijo kontinuiteto spremembe, ki jo je v umetnosti radikaliziral pop art. Kot ugotavlja Asemissen, je ključni element pop arta ponavljanje (Asemissen, 1981: 97, 98) Pop artisti prevzemajo sloge in klišeje, ponavljajo *image* potrošniške družbe do same meje zamenljivosti – prikazovanje se pretvarja v prikazano in obratno. Kar je z reklamo ali drugimi reprodukcijskimi metodami postalo *image*, se še enkrat predoči na sliki, v funkciji ogledala potrošniške družbe. Tisto, kar je tipično, se še enkrat tipizira in ta proces ostaja v središču sodobnega *arta*, kjer je najbolj želeno prav tisto, kar je najbolj na razpolago. Warhol pa ni samo začetnik fetišizacije in trženja v umetnosti, ampak tudi mehanizacije slikane podobe. Njegov velik, večkrat spregledan, prispevek v razumevanju statusa podobe je prav v razgradnji ekspresije, torej učinkovitosti podobe, ko je le-ta multiplicirana. Grozljivost prometne

nesreče se v njenem reproduciranem ponavljanju porazgubi, razosebi in udomači; kot podobno postanemo imuni na prizore vojnih katastrof po večkratnem predvajanju.

Vendar učinkov 'klasičnega' pop arta ne gre primerjati z današnjim neo (ali post) popom, kljub navidez sorodnemu diskurzu o pomenu – o razmerju med izvirno (?) podobo in njeno drugotno ali desetero pojavnostjo. Pop artisti so bili fascinirani nad množično kulturo, nad močjo medijske podobe, ki spreminja celoten sistem vizualnih komunikacij, in so jo kot vulgarno in nevredno estetske kontemplacije izkoristili v umetniškem kontekstu. Danes je raziskovanje tovrstnega sistema vizualnih komunikacij v povsem drugačem okolju, saj je umetnost neločljivo vpeta in poenotena s pojavnimi oblikami množične kulture. V duhu tržnega mota 'potrošnik je proizvod' ('The customer is the product') je tudi avtor (t.i. umetnik) izenačen s svojim delom, tako je vrednost in cirkulacija posameznega dela odvisna od prezentacije, promocije, skratka trženja umetniške persone, od umetnika – celebritete.

Slikarstvo je danes bistveno spremenjeno; še vedno ga določajo optične in tehnične zakonitosti ter nosilec (ta je lahko stena ali celo tla), ki pa že dolgo niso več omejene na ročno izvedbo ter na klasične materiale. Dejansko je slikarstvo preoblikovano z intervencijami drugih medijev, najbolj očitno je njegova podoba spremenjena z uporabo fotografije, kinematografskih in elektronskih medijev, pri čemer si slikarji zastavljajo problematiko slikovne reprezentacije realnosti. V ospredju je izkoriščanje vsakdanjih vizualnih tehnik, gibljive televizijske slike, računalniške animacije, zanimanje za fotografske primanjkljaje ter fenomenologijo sodobne tehnologije, kar se potem z bolj ali manj očitnimi slikarskimi intervencijami manifestira v končni podobi. Novi sintaktični registri, ki se vključujejo v sliko, pa so vedno že prevedeni sistemi. Fotografska podoba ali televizijska slika sta že preneseni iz realnosti v drugo dimenzijo, njun povzetek v sliki je prenos simulakra in zgolj ponovitev že opravljenega procesa. Tako se pojavlja pixel kot nov slikovni element, ki pa ima povsem drugačen učinek kot npr. pointilistična tehnika na impresionistični sliki, kjer nastopa kot izumljeni znakovni sistem, kot nov kod za neposreden proces transformacije realnega.

Slika je del najširšega kulturnega podobotvornega procesa in kot taka interpret drugih medijev, sredstvo za dekonstrukcijo drugih, večinoma mehanskih, podob. Težišče je preneseno na vlogo in status podobe in ne toliko na izvedbo, na podobo samo; v središču je informacija, ki se aktivira le v kontekstu podatkovne baze. T.i. dekonstrukcija slikarske prakse in njenih nekdanjih namenov vodi do preinterpretacije že reprezentiranega oz. do njegovega drugačnega razumevanja. S sintaktičnega in semantičnega vidika pa gre v glavnem za mimetičen prenos nekega medija v drug medij, za ponavljanje, ki se v svoji naravi vedno izčrpuje (Asemissen, 1981: 98), kot nakazuje Warhol. Zato so sodobne slikarske vsebine nemalokrat prepričljiveje manifestirane v drugih medijih, ki jim slikarstvo zaradi njihove časovne ustreznosti ne more uspešno konkurirati. V želji po vsebinskem vklapljanju slikarstvo odstopa od etike lastne prakse, kar se odraža v izgubi moči in izvirnosti znotraj medija, ki se ne glede na interdisciplinarne težnje, še vedno vzpostavlja kot samostojen.

Najnovejša tehnologija je presegla oko in njegovo izkustvo, saj omogoča uvid v pojave in skrivnosti sveta, ki jih s prostim očesom ni mogoče zaznati. Zato je precej resnice v izjavi sodobnega umetnika Xie Nanxinga, ki pravi, da smo pripravljeni verjeti tehničnim reprodukcijam resničnosti in da se zdi, da rajši vidimo svet skozi objektiv kot z očmi. Kljub bližini smo na razdalji in to daje občutek varnosti in nadzora. Tehnologija kot dejanski podaljšek našega živčevja je klasično sliko potisnila v podrejeno vlogo in jo označilo kot preminulo, skoraj arhaično, kar dokazujejo nekaj časa prav trendovske razstave, ki slikarstvo vedno sopostavljajo v odnosu do novih medijev. Globalizacija medijev je povzročila nevrozo do vsega subjektivnega in nekakšno alphavillsko (Godard: *Alphaville: une étrange aventure de Lemmy Caution*) ksenofobijo do čutnega. Danes slikarstvo kot nekdanji izrazito subjektivno prakso, obvladuje uniformiranost; vendar je bolj kot slogovna uniformiranost prisotna uniformiranost občutenja, ki ga prinašajo slikarske vsebine – vtis odtujene androidne podobe z odsotnostjo vseh sledi. Sodobne mizanscene so, kot že rečeno, del vsakdanjega izkustva: aktualna politična ikonografija, hladni modernistični(!) ambienti, odtujene boljše figure, domišljijski svet računalniških igrice in *idoru* (virtualnih celebritet), poskusi nadrealistične rahabilitacije, vegetabilne, organske in geometrične abstraktne oblike, navdihnjene z rešitvami grafičnega oblikovanja... in še veliko je poskusov raznovrstne vizualne animacije. Kaj pravzaprav prinašajo nove slikarske vsebine poleg tega, da želijo funkcionirati v realnem času in prostoru, poleg tega, da podvajajo, kar vidimo drugje? Morda skušajo s slikarsko snovjo in človeškim dotikom zmehčati posthumani tehnološki svet oddaljene bližine?

V nekaterih primerih sodobnega slikarstva se likovna sredstva namerno degradirajo do svoje izpraznjenosti in se odrečejo svoji evokaciji v prid učinka neprijetnega ali sladkobnega, kot se npr. dogaja z barvami Katharine Grosse, ko jih v svojih stenskih slikarijah odreši ujetosti v klasični format in sleherne duhovne artikulacije. Pri likovni analizi številnih slikarjev danes, ki vztrajajo pri 'klasičnih' sredstvih in procesualnih pristopih, se namreč pojavlja problem, kako razlikovati med namerano kršitvijo soodvisnosti likovnih sredstev in popolnim nerazumevanjem njihovega izraznega dometa.

Epilog

Ideologijo modernistične slike, ki je težila k absolutnemu in univerzalnemu na podlagi lastnih zamejitev, je izpodrinila ideologija svobode, neobveznosti sredstev in aktualnih vsebin. Modernistični 'formalizem' je praktično kleveta na podlagi predpostavke, da je brez (aktualne) vsebine, razumevanje modernistične slike pa se, če razberemo Charlesa Escheja, direktorja Rooseum centra za sodobno umetnost v Malmöju, vrača k tistemu iz začetka prejšnjega stoletja: »Sveda tehnika, poteza čopiča, kompozicija, perspektiva itd., vse to prispeva k aktualiziranju 'videnja tega sveta', ampak pri tem gre bolj za naključja v podobi kot za njen vzrok. Prvič sem se ovedel, kako destruktiven je lahko ta diskurz na Picassovi razstavi, ko mi je bilo 18 let. Na delih je šlo za spačene, raztegnjene, mučene podobe žensk, toda vodiči, napisi in vsa spremljajoča oprema tega ni niti omenila. Namesto tega je bilo

govora o obliki, o kubizmu, o avantgardi, o predvojnem Parizu in tako dalje. Kot 18-leten sem se seveda počutil nepismenega, neizobraženega in nerazumevajočega. Bil pa sem klasična muzejska žrtev, ki se zaradi prisil avtoritete ni mogla izraziti... Zdaj, ko sem sam direktor muzeja, se ta izkušnja vrača in me straši, najbolj učinkovito prav ob slikarskih razstavah...» (Esche, 2002) Ob tem se spomnim anekdotičnih očitkov Matisu, češ da slika grozne ženske. V odgovor je dejal, da bi se gotovo tudi sam ustrašil takšne ženske na ulici, vendar ne dela žensk, temveč slike.

Kritiki poudarjajo nepomembnost formalnih vprašanj v odnosu do vizualne izkušnje življenja, pri čemer paradokso vzpostavljajo dihotomijo med formo in vsebino, ki je bila že presežena. Toda ali gre v ambientalnih poslikavah Artura Herre, Lundebyja in Michaela Lina ter v slikah in ambientalnih postavitvah trenutno najbolj zvezdniskega 'tržnega umetnika' Takashija Murakamija več kot za 'vaje v formi' in prikupen dekor?

V sodobnem slikarstvu manjka intenzivnejši in kompleksnejši razmislek o vsebini in razmerju do vsakodnevno generiranih podob, razmislek o najprimernejših sredstvih (tako mehanskih kot klasičnih) za njihov vsebinski izraz, kot tudi zavest o neodvisnem pomenu posameznih likovnih sredstev. Umetniško delo se težko vzpostavi brez pozornosti na značilnosti medija, v katerem je podano. Kot pravi Thierry de Duve, etika umetnika leži vedno v spoštovanju (upoštevanju) svojega medija. Spregleduje se torej tisto, do česar je pripeljal cézannovski pogled, namreč da sam postopek pripelje do specifičnih vsebin, podob in učinkov, heterogenih in lastnih samo njegovi naravi. Sporočilo se poraja v mišljenju z medijem. »Bistvo in bivanje, imaginarno in realno, vidno in nevidno: slikarstvo zamotava vse naše kategorije in razgrinja svoj sanjski univerzum telesnih bistev, učinkovitih podobnosti, nemih pomenov«, opisuje filozofsko nprav slikarjevega pogleda Merleau-Ponty (1961/1963/64: 228).

Razmišljati o sodobni sliki v teh kategorijah je tuje, saj se zaznava uokvirja v obstoječem in sprememba odvija v modifikaciji že reflektiranih pomenov, branje pa je osmišljeno le s podanim (predhodnim) razumskim vpogledom. Za slikarstvo se torej zdi, da izgublja zanimanje za odkrivanje proto-materije, nekakšne prvotne snovi in proto-stanj, kot to imenuje Anish Kapoor, ki zase pravi, da ga ne zanima komentiranje, izražanje in samo-izražanje, temveč odkrivanje prav teh temeljev in iskanje drobnih možnosti, ki se odpirajo *v procesu počasne in intenzivne angažiranosti* (Kapoor, 1995). Kajti majhna razlika je velik premik v slikarjevem svetu. In v gledalčevi občutljivosti. Slikarstvu umanjka imaginativni pogoj, *imaginativna postavka materije na njeni najnižji in obenem najvišji ravni* (Kapoor, 1995). Vendar je to, kar se predstavlja kot dominanten tok sodobnega slikarstva, zgolj institucionalni izbor. V slikarstvu obstajajo nepredvidljive možnosti in predvidevamo lahko, da v tihih poskusih ostaja del, ki je neosvetljen.

LITERATURA

- Asemissen, Herman Ulrich (1981): Filozofija slike. V Milan Zinaić in Nenad Mišćević (priređila), Plastički znak: zbornik tekstova iz teorije vizualnih umjetnosti, 83-98. Reka: Izdavački centar Rijeka.
- Bell, Julian (1999): What is Painting?: Representation and Modern Art. London: Thames and Hudson.
- Brejč, Tomaž (izbr.) (1984): Slikarji o slikarstvu: od Cézanna do Picassa. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Cézanne: Finished – Unfinished (2000). Dunaj: Kunstforum.
- Danto, A.C. (1997): After the End of Art. Princeton (New Jersey): PUP.
- Elkins, James (1999): What Painting Is. London, New York: Routledge.
- Elkins, James (2003): In popolnoma pozabim kdo sem. Likovne besede (63, 64): 81-93.
- Groys, Boris (2002): Teorija sodobne umetnosti: eseji. Ljubljana: Koda.
- Greenberg, Clement (1967): Complaints of an Art Critic. V C. Harrison in F. Orton (ur.), Modernism, Criticism, Realism. Alternative Contexts of Art. London.
- Kapoor, Anish (1995): »Ne delam, zaradi objektiviranja, ampak zaradi prepoznavanja« - Intervju z Anishom Kapoorjem (pogovarjal se je Alen Ožbolt). M'ARS (1-2): 52-56.
- Lacan, Jacques (1980): Štirje temeljni koncepti psihoanalize. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Lindsay, K. C. in Vergo, P. (ur. in prevajalca) (1994): Kandinsky: Complete Writings on Art. New York: Da Capo Press.
- Medved, Andrej, Fer, Briony, Nancy, Jean-Luc (2004): Abstraktno slikarstvo od Mušiča do Rimleja. Piran: Obalne galerije.
- Merleau-Ponty, Maurice (1963/64): Oko in duh. Perspektive (32): 221-245.
- Painting on the Move (2002). Basel: Kunstmuseum, Museum für Gegenwartskunst, Kunsthalle.
- Pfennig, Reinhardt (1974): Gegenwart der Bildenden Kunst. Erziehung zum Bildnerischen Denken. Oldenburg: Verlag Isensee.
- Rotar, Braco (1972): Likovna govorica. Ljubljana in Maribor: DZS in Obzorja.
- Ryman, Robert (1982): Intervjuji z Robertom Rymanom. Likovne sveske (7): 98-122.
- Storr, Robert (1993): Robert Ryman. London: Tate Gallery Publications.
- Šuvaković, Miško (1999): Pojmovnik moderne i postmoderne likovne umetnosti i teorije posle 1950 godine. Beograd, Novi Sad: Srpska akademija nauka i umetnosti, Prometej.
- Urgent Painting (2002). Pariz: Musée d'art moderne de la ville de Paris.
- Wollheim, Richard (1987): Painting as an Art. London: Thames and Hudson.



Uroš PINTERIČ

Workshop on Small States

Reykjavik, 17.-18. september 2004

V zadnjem stoletju se je število malih držav skokovito povečalo, kar je povzročilo nova razmerja moči. Male države so sicer stisnjene med svetovne velesile, tiste pa, ki premorejo zadostne resurse, pa lahko tudi postanejo pomemben jeziček na tehtnici pri sprejemanju odločitev, ki naj bi oblikovale nadaljnji razvoj mednarodne skupnosti.

Eden izmed tovrstnih jezičkov na svetovni tehtnici, stisnjenih med pritiske močnejših, je tudi Islandija. Prav zavest o tovrstnem položaju je sprožila oblikovanje samostojnega študijskega centra za male države v okviru Inštituta za mednarodne odnose na islandski univerzi. Center za študije malih držav je 17. in 18. septembra 2004 organiziral konferenco o malih državah in njihovi vlogi v sodobni mednarodni skupnosti. Slovenija je bila v svoji majhnosti razmeroma dobro zastopana (2 udeleženca), še posebej ob dejstvu, da na konferenci ni bilo predstavnikov baltških in množice drugih držav, ki se uvrščajo v kategorijo malih držav.

Zbrane je nagovoril tudi islandski predsednik vlade Halldor Asgrimsson, ki je to priložnost hitro izrabil za propagando islandske zunanjepolitične strategije. Hkrati pa so bistveni izvlečki njegovega nagovora prav tako pomembni za vse države, ki se ali pa jih drugi uvrščajo med male. Bistvo povedanega je mogoče skriti na potrebo po izjemni volji, samospoštovanju in samodokazovanju, da kot mala država lahko uspeš v svetu "velikih", pri čemer je ravno Islandija velik zgled vsem ostalim in temu ugledu se v prihodnosti tudi slučajno ne namerava odpovedati. Na konkretni ravni je te izjave mogoče razumeti tudi kot odločen "ne" poskusom Evropske unije, da bi spremenila ribolovni režim v svoj prid in v škodo islandskega gospodarstva.

V nadaljevanju je konferenca potekala v šestih zaporednih panelih, ki so obravnavali različne vidike pomena majhnosti držav v sodobnem svetu.

V prvem panelu so se predstavniki Danske, Švedske in Norveške spraševali o demokratičnosti lastnih političnih sistemov, krizi socialne države v razmerah pritiskov po liberalizaciji gospodarstva ter pomena razmerij moči in bolj ali manj (ne)uspešnih poskusov uvajanja neposredne participacije državljanov. V vseh treh primerih so bili zaključki na splošno precej podobni, hkrati pa je bila poudarjena spremenjena vloga političnih strank in neučinkovitost poskusov neposredne politične participacije, še posebej na nacionalni ravni. Kot posebna oblika politične participacije je bila izpostavljena tudi vloga t.i. aktivnega državljana, ki svojo politično participacijo izraža predvsem skozi zahteve po učinkoviti in kakovostni upravi in v manjšem obsegu v političnih strankah ali neposrednih političnih aktivnostih.

Drugi panel je v uvodnem delu povzel prvi panel in s teoretičnega vidika predstavil posledice procesa evropeizacije za male države in demokracijo. Poudarili so, da je nujno treba upoštevati spremenjena razmerja neenakosti iz vertikalnih (delo - kapital) v horizontalna (mladi - stari, moški - ženske,...) in posledično nastale

nove marginalne skupine. Hkrati s tem so tudi izpostavili vprašanje pomena nacionalne države, še posebej, jasno, male države, v času nastajanja naddržavnih povezav, ki poskušajo prerasti okvir mednarodnih institucij v *sui generis* politične tvorbe, med katere sodi tudi Evropska unija. Dr. Petra Roter je v okviru tega panela predstavila sistem urejanja položaja tradicionalnih (narodnostnih) manjšin v Sloveniji, hkrati pa je poudarila tudi nekatere možnosti zlorabe (nacionalnih) manjšin v politične namene, kar, ob pojavu množice novodobnih manjšin, lahko postane precej pomemben vzvod za politične pritiske na državo, pri čemer bodo še posebno na udaru male države. Predstavljen je bil tudi primer Kosova kot primer neuspešnega reševanja položaja manjšine zaradi kockanja mednarodne skupnosti s političnimi interesi na tem ozemlju, posebej pa je bila poudarjena izrazita neaktivnost Evropske unije.

V tretjem panelu so bili predstavljeni nekateri ekonomski vidiki delovanja malih držav. Na primeru Luksemburga je bil predstavljen pomen fleksibilnosti malih držav pri iskanju niš za ekonomsko rast. Hkrati pa je bilo v tem kontekstu tudi slišati opozorilo, da ni dovolj poiskati le te niše in potem ostati pri preskušeni formuli, ki zlahka privabi posnemovalce, ki to uspešno formulo slej ko prej oslabijo. Zaradi tega so tudi ekonomsko uspešne male države, kar Luksemburg nedvomno je, primorane iskati vedno nove poti in ohranjati stalni razvoj ekonomskega sektorja, če želijo ohraniti prednost pred ostalimi. Predstavljen je bil tudi problem javnih financ in javnega sektorja v malih državah. Presenetljivo pa je bilo dejstvo, da so bili končni zaključki v nasprotju s pričakovanimi, saj se je izkazalo, da majhnost države (po prebivalstvu) ne pomeni nujno večjega bremena za vzdrževanje javnega sektorja ob enaki stopnji kakovosti storitev.

Tudi četrti panel je jasno pokazal, da je bila konferenca o vlogi malih držav mišljena predvsem kot konferenca o vlogi malih držav v okviru Evropske unije, saj so vsi trije razpravljali poskušali osvetliti različne vidike in strategije delovanja malih držav v tem okviru. Poseben poudarek v tem delu so predstavljale ugotovitve v zvezi z odločevalskimi procesi Evropske unije in vključevanjem malih držav vanje ter s tem povezanim oblikovanjem bolj ali manj trdnih koalicij. Na tej podlagi lahko pričakujemo, da bodo koalicije malih držav pogosto povezane z njihovimi nacionalnimi interesi ter sposobnostjo artikulacije le teh, kar bo pogosto vodilo do ad-hock koalicij, ki bodo vključevale države na drugih podlagah, kot pa le na njihovi velikosti. Tovrstna nenačelnost in pragmatičnost pa je pogosto tudi posledica še vedno močno zasidranih nacionalnih identitet, čeprav v okviru Evropske unije (in tudi globalno) obstajajo določeni mehanizmi, ki poskušajo počasi nadomestiti nacionalne in lokalne identitete z nadnacionalnimi, kar bi omogočilo lažje povezovanje Evropske unije v federativno ureditev z močno osnovo v prebivalstvu (manko tovrstne skupne identitete je nedvomno eden izmed razlogov za razpad bivše Jugoslavije). Na pomen razmerij identitet in njihove vloge bistveno bolj pragmatičnih dejavnosti je v svojem prispevku opozoril avtor tega poročila.

Drugi dan sta sledila še panela o islandski zunanji politiki po koncu hladne vojne ter o vlogi jezika v malih državah (na primeru nordijskih držav). Analiza islandske zunanje politike se je osredotočala predvsem na spreminjajoč se medsebojni odnos med Islandijo in ZDA, pri čemer je bila glavna tema povezana z ameriško

vojaško prisotnostjo na Islandiji, katera nima lastnih obrambnih struktur, in z iskanjem novega varnostnega konteksta, ki se zdi nujno potrebno, saj so ZDA po koncu hladne vojne izgubile interes za nadzor tega območja. Drugi referat v tem delu pa je podrobno predstavil delovanje Islandije na področju človekovih pravic, ki je v zadnjih letih močno naraslo in je bistveno močnejše. Pri tem so iz vrst poslušalstva prišla tudi opozorila o ukleščenosti Islandije med lastne ambicije, navezanost na ZDA in hkratnem spogledovanju s polnopravnim članstvom v Evropski uniji ter morebitnih problemih, izhajajočih iz takšne situacije. V zvezi s tem je bil predstavljen tudi dosednji proces in način približevanja Islandije Evropski uniji, ki kaže predvsem na razpetost med lastne ekonomske interese (ribolovna politika), katerim se Islandija ne želi odpovedati, evroskepticizmom in željo po hkratnem črpanju ugodnosti, ki jih članstvo v Evropski uniji ponuja. Pri tem so bili zanimivi tudi nekateri podatki o medsebojni povezanosti med islandsko ekonomsko (ribiško) in politično elito, kar močno otežuje približevanje Evropski uniji.

Zadnji panel je deloma praktični prikaz pomena identitete in njene povezanosti z ohranjanjem jezika, izpostavljeni so bili nekateri problemi pomanjkanja ustreznih domačih besed za tuje izraze, ki se pojavljajo z vsesplošnim razvojem, hkrati pa je teoretična razprava pokazala na nekatere vidike pomena marginalizacije jezika kot sredstva za večanje homogenosti družbe, ki pa naj bi zavirala kreativni razvoj v prihodnosti.

Idejo celotne konference je moč razbrati že v začetnem nagovoru, češ da je majhnost (v idejnem smislu) države odvisna pač od tega, koliko se le ta pusti pomanjšati. Nikakor pa pri tem ne gre spregledati omejenosti resursov in njih vloge, čeprav lahko tudi s svojimi prednostmi na drugih področjih igra pomembno in aktivno vlogo na mednarodnem prizorišču. Res pa je, da so male države pogosto v dilemi, kakšno naj bo njihovo stališče, in prav zato nujno potrebujejo podporo sebi podobnih. Izmenjava izkušenj na vseh področjih in oblikovanje koalicij je nedvomno v korist vseh malih držav v procesu ohranjanja lastne samobitnosti v pogojih evropeizacije in globalizacije.



Tomaž KRPIČ

Eviatar Zerubavel

Time Maps: Collective Memory and the Social Shape of the Past

The University of Chicago Press, Chicago in London 2003, str. 184, \$25.00 (ISBN 0-226-98152-5)

Priznam, da sem vse od leta 1997, ko sem se prvič seznanil z delom Eviatarja Zerubavela, po tistem čakal na njegovo nedavno objavljeno knjigo. Nedvomno predstavlja knjiga *Time Maps: Collective Memory and the Social Shape of the Past* dolgo pričakovano delo, s katerim je Zerubavel med seboj povezal dve razsežnosti svojega opusa. Večina njegovih knjig in člankov, ki jih je napisal v poznih sedemdesetih in v osemdesetih letih, je bila posvečena dilemam o medsebojni povezanosti družbene strukture in dimenzij časa (*Patterns of Time in Hospital Life*, *Hidden Rhythms in The Seven Day Circle*). Tej temi je ostal zvest tudi v začetku devetdesetih, ko je svoje raziskovalno zanimanje počasi razširil na novo področje, in sicer kognitivno sociologijo (*The Fine Line*, *Terra Cognita in Cognitive Mindscape*), čeprav začuda v tem času pri njem ne najdemo kakšnega podrobnega in obsežnega poskusa povezovanja obeh področij. S svojo zadnjo knjigo se je tako Zerubavel oddolžil vsem tistim, ki smo potrpežljivo čakali, da bi se to tudi zgodilo.

Socializacija časa je kompleksen družben proces, v katerem neka družbena skupnost pripiše fizičnemu času določen pomen, strukturo in vzorce. V resnici sam fizičen čas za posameznika in družbo nima kakšnega globljega pomena. Kar v resnici šteje, je družbeno preoblikovanje fizičnega časa. Še posebej tistega njegovega dela, ki ga imenu-

jemo 'preteklost'. Za ljudi preteklost ni nikdar neposredno dostopna, vendar ne zgolj zaradi tega, ker se je večino preteklosti tako ali tako že zgodilo, še preden smo se rodili, ampak predvsem zato, ker moramo biti opremljeni z neko družbeno kognitivno shemo, saj nam šele slednja omogoča percepcijo in razumevanje časa. Preteklost je kot taka prepoznavna in spoznavna le v primeru, ko si posameznik uspe ustvariti nek družbeni spomin na preteklost, ki jo posameznik v procesu prisvajanja preoblikuje oziroma se je spominja na specifičen način. Po pravici povedano Zerubavel v knjigi sicer je občutljiv za koncept posameznikovega spomina, vendar je po drugi strani res tudi to, da mu kakšne posebne pozornosti v nadaljevanju razprave ne posveča, saj se v celoti osredotoči na družbeno dimenzijo spomina. Zerubavel pravi, da je posameznik kot član neke spominske skupnosti, neprestano predmet spominske tranzitivnosti oziroma modifikacije družbenega spomina, s čimer hoče izpostaviti tudi pomen, ki ga ima proces socializacije v času posameznikovega življenja na konstruiranje njegove spominske tradicije. Vendar pa ravno zaradi tega, ker je čas v strogem pomenu besede podvržen družbeni konstrukciji, člani kognitivne skupnosti le redko dosežejo konsenz glede posameznih dogodkov, ki so se zgodili v preteklosti. Pa četudi ga, konsenz običajno ne traja prav dolgo. Spominska sinhronizacija, s tem pojmom ima Zerubavel v mislih hotelje posameznikov, da bi jim v neki kognitivni skupnosti uspelo doseči koherentnost glede pogledov na preteklost, je za vsako skupnost zelo pomembna. Zato nas ne sme presenetiti, da bitke okrog tega, kaj sodi v avtentično preteklost in kaj moramo razumeti kot po-

tvarjanje zgodovinske resnice, neprestano besnijo. In to dobesedno tu, med nami in okrog nas, kar pomeni, da smo tudi sami udeleženci časovne vojne.

Skozi celotno knjigo Zerubavel lepo prikaže, kako ljudje v različnih družbah in kulturah vidijo čas oziroma ga družbeno konstruirajo. V vsakdanjem življenju posamezniki uporabljajo različne kognitivne mehanizme, s katerimi si poskušajo zagotoviti kontinuiranost v preteklosti oziroma konsistentnost v njenem razumevanju. Včasih se posamezniki pri konstruiranju preteklosti referirajo na nek geografski prostor, kjer sta se nekoč odvijala dva podobna, a ne ravno identična fenomena. Zerubavel uporabo takšnega mehanizma ilustrira z zgodovinsko povezanostjo med Francozi in Nemci, kjer je nekoč v zgodovini glavno vlogo oziroma prostorsko referenco odigral znameniti vagon v Compiègnu. Spet drugič posamezniki uporabljajo različne predmete, preko katerih lahko vzbudijo svoje spomine, kot so na primer različne relikvije, spominki, fotografije ali doma narejeni video posnetki. Kar mi je še posebej všeč, saj na tem mestu Zerubavel govori ravno o vlogi, ki jo ima pri konstruiranju spomina in zgodovine kulturni predmet. Zerubavel na nek način, čeprav na žalost ne neposredno, spregovori tudi o človeškem telesu, in to takrat, ko govori o relikvijah. Naslednji popularni kognitivni mehanizem, s katerim je mogoče vplivati na konstruiranje preteklega časa, s tem pa tudi na samo razumevanje preteklosti, je imitacija oziroma kopiranje. Gre za ikonoklastično reproduciranje utelešanja nekaterega davnih dogodkov. Takšen primer je lahko obsedenost modernih diktatorjev, ki se po navdih za spomenike svoji lastni veličini vračajo k zgodovinskim

osebnostim, še najraje h kakšnim kraljem ali pa velikim vojskovodjem. Potem je tu še kognitivni mehanizem, ki bi ga lahko imenovali 'identičnost v času', kjer posamezniki doživljajo periodično mentalno spojitve sedanosti in preteklosti. Lep primer takšne uporabe je koledar. Zgodovinske in diskurzivne analogije prav tako pripomorejo, da posameznik lažje obnovi mentalno stanje zgodovinske kontinuitete. V prvem primeru gre za prepričanje, da nekateri simboli lahko nastopajo kot transhistorični simboli, v drugem primeru pa gre za uporabo istih označevalcev, dasiravno v različnih okoliščinah, ki pa naj bi kljub temu vodili k istemu pomenu. Seveda si ljudje ne želijo le enotnosti v zgodovini. Prav jim pride tudi zgodovinska diskontinuiteta, kar poskušajo doseči predvsem z uporabo naslednjih štirih kognitivnih strategij: delitve in naglaševanja preteklosti, asimilacije in diferenciacije ter nenazadnje delitve preteklosti na obdobje zgodovine in prazgodovine. V prvem primeru lahko govorimo kar o zgodovinski periodizaciji. Drugi kognitivni mehanizem se nanaša na združevanje in ločevanje časovnih intervalov. Delitev na prazgodovino in zgodovino pa nima prav nobene druge vrednosti, kakor le te, da loči med družbeno relevantnim in irrelevantnim zgodovinskim obdobjem, pomembnim za neko spominsko oziroma kognitivno skupnost.

Nedvomno je zadnja Zerubavelova knjiga odlična študija družbene narave časa, prikazane skozi nenehno socializacijo preteklosti. Pod površjem Zerubavelovega dela tiči predpostavka, ne vedno prikrita, ki je v njegovem delu vendarle neprestano prisotna. Zerubavelovo preteklo delo je globoko prežeto z idejo družbene konstrukcije realnosti,

kar lahko rečemo tudi za njegovo zadnjo knjigo. Seveda pa nas to še zdaleč ne bi smelo presenetiti, saj fizični čas dejansko je najbolj razširjena značilnost fizičnega prostora, ki je ni mogoče neposredno dojemati. Čas lahko prepoznamo le kot pojavitev zaporednih sprememb, ki se pojavijo v fizični realnosti. Če posameznik ni opremljen z družbenim mehanizmom za prepoznavanje časa, to je z ustreznim zemljevidom časa, pa naj si bo to kognitivni horizont družbenih oziroma kulturnih pomenov, kulturna shema ali kaj podobnega, potem je preprosto slep za časovne spremembe v fizičnem prostoru. Nič čudnega torej ni, da je čas kot predmet proučevanja skrajno hvaležna tema za vsakogar, ki se ima za kognitivnega sociologa. Lahko rečemo, da je pravzaprav (fizični) čas tisti, ki omogoča Zerubavelu, da v svojem delu uporabi paradigmo družbene konstrukcije realnosti. Prav tretje poglavje, v katerem Zerubavel govori o izvoru in nasledstvu, se mi zdi lep primer njegove epistemološke neobčutljivosti za realnost. Med branjem tega poglavja se mi je tako pogosto zazdelo, da znanstvena razlaga evolucije človeka Zerubavelu predstavlja zgolj eno od družbenih konstrukcij. Čeprav ta moja 'zlobna' opazka še zdaleč ne more izničiti širine in odličnosti Zerubavelovega dela, pa me navaja na to, da bi Zerubavela lahko, med drugim, zlahka uvrstili v tretjo generacijo fenomenologov v sociološki teoriji.

Franc TRČEK

Leonardo Benevolo

Mesto v zgodovini Evrope

Založba /*cf, Ljubljana 2004, str. 304, 3.900,00 SIT (ISBN 961-6271-63-6)

V zbirko *Delajmo Evropo*, katere namen je pojasniti zgodovinski nastanek in razvoj Evrope v vsej njeni pestrosti in protislovnosti, je uvrščena tudi tematika razvoja evropskih mest, ki jo je prispeval Leonardo Benevolo. Že v izhodišču svoje monografije se avtor zaveda težavnosti tematike, ki naj bi jo predstavil na kar se da strokoven, a tudi širšemu krogu laičnih bralcev na razumljiv način, kar je tudi poslanstvo omenjene zbirke.

V čem je problem? Neizpodbitno dejstvo je, da se je tako rojevanje kot tudi razvoj Evrope odvijal in se še vedno odvija predvsem v urbanih okoljih - t.j. evropskih mestih. Evropska mesta so tista prizorišča, v katerih se odvijajo premisleki o lastnem razvoju in seveda razvoju širših teritorialnih enot, hkrati pa se ti razmisleki poskušajo udejanjati v vsakdanjih praksah. Bogastvo in pestrost praks, izhajajočih iz bogastva kulturne dediščine in različnosti konkretnih situacij, po mnenju avtorja, onemogoča pisanje kulturne zgodovine evropskih mest in kar je še obvladljivo in mogoče, je delo o fizični podobi mest.

Pred nami je torej monografija, ki nam poskuša prikazati zgodovino evropskih urbanih organizmov v zadnjem tisočletju. Vendar je tudi to početje zahtevno, ker fizične podobe mest izhajajo iz pestrosti praks povezovanj zemljepisnih in zgodovinskih dejavnikov, ki jih je težko kategorizirati. Kljub tej pestrosti pa nam Benevolo v razlagi

nastanka, razvoja in sprememb v tipičnih urbanih tkivih skozi sedem poglavij poskuša podati bistvene spremembe v fizičnih podobah evropskih mest od 10. stoletja naprej.

V prvem poglavju avtor najprej poda idejo mesta v klasični kulturi ter oriše urbane spremembe v poznem rimskem cesarstvu. Čeprav je Aristotelov ideal mesta in mestne države nekje omejeval velikost na deset tisoč ljudi kot zgornjo mejo za delovanje demokratičnih institucij, so se v času rimskega cesarstva razvila številna relativno velika mesta. Po padcu Zahodnega cesarstva so ta mesta prišla v krizo in se praviloma skrčila na precej manjši obseg oziroma so veliki deli urbanega tkiva iz časa rimskega cesarstva ostali nenaseljeni. V zgodnjem srednjem veku pa se začnejo razvijati nova trgovska mesta. Avtor v drugem poglavju podrobno predstavi tri primere (Benetke, Piso in Genovo), za katere je bila značilna politična svoboda meščanov in prostorska inventivnost, ki se je kazala tudi v prepletu in razporejenosti javnih in zasebnih stavb, kljub zgoščenosti srednjeveških mest. Podobno so nastajala tudi severnoevropska mesta kot središča tekstilne industrije in trgovanja. V svoji urbani podobi pa so seveda izhajala iz fizično-geografskih danosti, kar se nenazadnje kaže že v imenih mest (npr.: Brugge pomeni most, Leuven grič na goličavi, Bruselj pa naselje na močvirju). Spremembe v fizično-geografskem prostoru so pogosto določale tudi usode mest. Tako je zaradi prekrivanja Zwyna z muljem in naraščanjem velikosti ladij postal Brugge že v 14. stoletju nedostopen za velike ladje, kar je vodilo v razvoj Antwerpna kot velikega mednarodnega trgovskega središča.

V 15. in 16. stoletju pa ob delni stag-

naciji v razvoju sledi čas izpolnjevanja evropskih mest, ki ga avtor obdela v tretjem poglavju. Na fizično podobo mest v tem času začne vplivati tudi razvoj novih umetniških kultur, ki pripelje v razmislek o razvoju mest geometrično teorijo o perspektivi ob sklicevanju na dediščino antike. Sredi 15. stoletja izide pomembno Albertinijevo teoretsko delo *Da re aedificatoria*, ki kanonizira tovrstno razmišljanje. V tem času se razvijejo tudi majhna knežja mesta (Pienza, Urbino, Ferrara). Pienza npr. kot želja Pija II., da iz svojega rojstnega kraja Corsignano naredi mesto. Razširitiev Ferrare pa že sledi teoretskim razmislekom in sodi med prve načrte, ki so bili najprej projektirani in šele potem izvedeni.

Sočasno pa se je začela odvijati tudi kolonizacija Novega sveta. Ravno v novih kolonijah pa so se lažje uresničevale teorije o idealnih mestih. Te uresničitve avtor predstavi v kratkem četrtem poglavju. Lep tovrsten primer je stara inkovska prestolnica Cuzco, kjer so na osnovi Cortesovih navodil o enotnem vzorcu izvedli »reurbanizacijo«. Skupna značilnost razvoja ameriških kolonialnih mest je bil izhodiščni dvodimenzionalni načrt, na osnovi katerega so dodeljevali zemljo. Ta načrt ni bil dokončan in se je lahko kot osnovna mreža raztegoval v vse smeri. Osnovi načrt pa se običajno sploh ni prilagajal oblikam terena.

V poznem srednjem veku se pravilo perspektive tudi vedno bolj poskuša uveljavljati v evropskih mestih, npr. pri urbani preobrazbi Rima, širitvi Lizbone in Antwerpna. Skupna odlika tovrstnih pristopov je bilo predvsem uvajanje večjega števila novih, ravnih in daljših cest, ki so jih zavestno uporabljali za izboljšanje mestnih prizorišč. Najbolj ambiciozni načrt tega časa so izpeljali v Pa-

lermu, kjer so ob glavni dvokilometer-ski osi izvedli še njeno vizualno podaljšanje vse do vznožja griča Monreal. Podobno obsežna je bila koncentrična širitev Amsterdama.

Postopoma je prišlo do opuščanja načela perspektive in do razvoja industrijskih mest 18. stoletja, ki jim avtor nameni osmo poglavje. Razvoj je prinesel tudi nove zakonske ureditve, ki so utrdile lastništvo in zasebno iniciativo ter določile pravila vmešavanja državne oblasti. Gre za čas razvoja urejenih katastrof in nepremičninskih trgov. Hkrati pa po obdobju revolucij konec 18. in prve polovice 19. stoletja postane urejanje mesta eno glavnih problemov novih režimov.

Šolski primer reševanja problematike velikih industrijskih mest tega časa predstavlja haussmanizacija Pariza. Čeprav je bila temeljna naloga projekta, v katerem je imel glavno vlogo prefekt Hausmann, razvoj infrastrukture za delovanje mesta, ki je že preseglo milijon prebivalcev, je imela izvedba načrta širše posledice, ki učinkujejo še danes. Benevol jih poskuša sistematizirati v štiri kategorije: ločitev zasebnega in javnega prostora; ta delitev pripelje do uničenja starega mestnega jedra; higienizacija razmer v mestu in stopanje v ospredje prometne in urbane opreme na račun arhitekture.

V zadnjem sedmem poglavju pa avtor zelo skopo poda sodobne urbane trende v Evropi in nam ne pove nič pretirano novega. Kljub pestrosti praks, ki izhajajo iz fizično-geografskih in predvsem iz zgodovinskih okoliščin, je monografija Leonarda Benevole nezahtevno kratkočasno branje, ki nam pokaže razvoj evropskega urbanega tkiva v obdobju od 10. do 19. stoletja. Ker je sama zbirka Delajmo Evropo namenjena širo-

kemu krogu bralcev, se to jasno kaže tudi v sami monografiji, ki je za strokovnjake in tudi nekoliko podkovane laike s področja urbanizma in urejanja prostora nasploh premalo zahtevno branje. Ključni problem dela pa izhaja iz dejstva, da avtor v večini svojih analiz izhaja iz razvoja italijanskih mest. Tako ostajajo ostali primeri neitalijanskih mest, ki jih navaja, prej le navržena dejstva kot pa elementi za poglobljeno analizo, kar vsekakor tudi osiromaši končni domet monografije.

Matjaž URŠIČ

Julie Campoli, Elizabeth Humstone,
Alex Maclean

Above and Beyond: Visualizing Change in Small Towns and Rural Areas

Planners Press, American Planning Association, Chicago 2004, str. 203, \$54.95 (ISBN: 1-884829-50-3)

Procesi razpršene suburbanizacije, ki so se v ekonomsko razvitih državah, še posebej pa v Združenih državah Amerike in Zahodni Evropi, intenzivirali v obdobju po drugi svetovni vojni, so večja mesta obdali z »debelimi« obročmi naselij z nizko gostoto poselitve in v številnih primerih sprožili selitev prebivalcev ter ekonomskih dejavnosti iz mestnega središča na obrobje. To funkcijsko in prebivalstveno praznjenje mestnega središča ni vplivalo le na degradacijo prostorov v mestnem središču, temveč je imelo tudi škodljive učinke na naravna območja v regiji. V knjigi Julie Campoli, Elizabeth Humstone in Alex MacLean *Above and Beyond: Visualizing Change in Small Towns and Rural Areas* je na primeru zvezne države Ver-

mont, ki naj bi predstavljala eno izmed naravno bolje ohranjenih območij v ZDA, prikazano, kako se pokrajina zaradi vpliva suburbanizacije spreminja skozi daljše časovno obdobje.

Preučevanje učinkov razpršene gradnje, ki se ga je lotila tričlanska skupina ameriških raziskovalcev, v bistvu ne predstavlja nikakršne posebnosti ali novosti na področju analize prostorskih sprememb, edinstven pa je njihov pristop k problematiki, ki temelji na vizualnem prikazu procesov razpršene suburbanizacije. Z manipulacijo oz. montažo računalniško obdelanih fotografskih posnetkov, narejenih iz zraka, avtorjem uspe doseči presenetljive vizualne učinke, s katerimi prikažejo spreminjanje pokrajine na območjih mest, kot so Vergennes, Fair Haven, Essex, Newbury, Burlington, St. Albans, Manchester itd., v zadnjih 30 letih. Simulacije na slikah prikazujejo pojave in prostorske spremembe, ki jih sicer ljudje s prostim očesom ne zaznavajo, skozi daljše časovno obdobje pa vseeno zelo pomembno vplivajo na samo kakovost bivanja. Skupina avtorjev v delu, ki obsega devet poglavij, nazorno predstavi, kako posamezniki v majhnih korakih postopno spreminjajo pokrajino. Navidez drobne spremembe v prostoru se postopoma akumulirajo in spreminjajo način življenja prebivalcev, kar se čez vrsto let odraža v velikih prostorskih spremembah, ki imajo lahko bodisi katastrofalne bodisi pozitivne učinke na družbenoekonomski razvoj neke države.

V prvem poglavju, z naslovom »Branje vzorcev«, avtorji pojasnjujejo osnovne razlike med tradicionalnimi in sodobnimi stili prostorskega načrtovanja. Med tradicionalne stile uvrščajo poselitvene vzorce, ki jih lahko najdemo v obdobju pred drugo svetovno vojno. Zan-

je je značilna strnjena struktura mest in vasi obdajajočih z velikimi zaplatami neobdelane zemlje. Izredno hitro naraščanje števila avtomobilov po drugi svetovni vojni je sprožilo proces širitve mest oziroma urbanizacijo podeželja in pomeni prelomnico v dotedanjih načinih poselitve. Prav revolucionarna vloga avtomobilskega prevoza, ki je omogočilo bivanje na bolj oddaljenih, težje dostopnih lokacijah, je pravzaprav najbolj vplivalo na izgled pokrajine, tako da avtorji knjige razločujejo predvsem med tradicionalnim – »predavtomobilnim« obdobjem in sodobnimi »avtomobilnimi« poselitvenimi vzorci.

Drugo poglavje, z naslovom »Inkrementalistične spremembe«, je bolj podroben vizualen prikaz procesa akumulacije majhnih sprememb, ki na daljši časovni rok povzročijo velike prostorske spremembe. Kratkovidnosti prostorskega načrtovanja na državni ravni se avtorji zoperstavljajo s poudarjanjem potrebe po oblikovanju prostorskega načrtovanja, ki ne bo temeljilo na kratkoročnih ekonomskih koristih posameznikov, temveč naj bi imelo dolgoročne pozitivne učinke za celotno skupnost. Tretje poglavje – »Obrobje in središče« – na primeru selitve prebivalstva, trgovine in investicij iz mestnega središča na obrobje, prikaže posledice poudarjanja kratkoročnih koristi pred potrebami razvoja celotne mestne regije. Na osnovi bogatega vizualnega gradiva avtorji pokažejo, da nova multifunkcionalna središča na obrobjih mest ne vplivajo le na dagrazacijo mestnega središča, temveč tudi na manjša mesta in naselja v bližini metropoliziranega območja.

V poglavjih »Fragmentacija« in »Ločenost« sta v ospredje postavljena vpliv razpršene suburbanizacije na naravno

okolje in življenje v skupnosti. Prikazano je, kako se sorazmerno s povečevanjem razpršenosti gradnje povečujejo pritiski na naravno okolje, pri čemer prihaja do izginjanja pestrosti živalskih in rastlinskih vrst. Pod vprašaj so postavljene težnje oziroma aspiracija vedno večjega števila ljudi po prebivanju v bližini narave, hkrati pa imeti dober dostop do servisov, ki jih zagotavljajo urbana območja. Z gradnjo novih (avto)cestnih omrežij so občutljiva naravna območja bolj kot kdajkoli prej dosegljiva množicam in so zato tudi neprimerno bolj ogrožena. Povečevanje razpršene gradnje na suburbanih območjih implicira tudi specifičen način življenja, ki se veže na individualizem in zagotavljanje zasebnosti. Avtorji ob tem opozarjajo pred hitrim naraščanjem t.i. »zaprtih območij«, na katerih je opazna homogena (etnično, slojevsko) prebivalstvena in funkcionalna struktura. Pri tem izginja tradicionalni mestni vzorec, v katerem se na manjših območjih prepletajo stanovanja, trgovine, pisarne, proizvodnja in druge aktivnosti. Še podrobneje je struktura novih sosesk analizirana v poglavju »Javni prostor, javna sfera«, v katerem je na različnih primerih prikazano, kako težnje prebivalcev po vedno večji zasebnosti in nadzoru omejujejo razvoj urbanosti in preprečujejo bolj pester življenjski utrip na ulicah.

Poglavji »Merilo« in »Avtomobili« zaokrožita prikaz prostorskih sprememb v ameriški državi Vermont. Trend razpršene suburbanizacije se povezuje s trendom naraščanja števila uporabnikov individualnih prevoznih sredstev (avtomobilov) in razvojem novih prometnih infrastruktur (avtocest), ki širijo vpliv mest globoko v osrčje države. Avtorji knjige ugotavljajo, da

postajajo oblike zazidave, ki omogočajo višjo gostoto prebivalstva (vrstna hiša, dvojček, blok), vse bolj redke, naraščajo pa »apetiti« po vedno večjih parcelah. Posledica razpršene suburbanizacije je razvejano, dražje in prostorsko potratnejše infrastrukturno omrežje, kot bi bilo lahko ob bolj strnjeni zazidavi. Knjiga se zaključí s pregledom nekaterih možnosti, ki bi jih lahko lokalne skupnosti, prostorski načrtovalci, posamezniki, neprofitne organizacije, javni uslužbenci in investitorji upoštevali ob posegih v prostor. Ob tem je navedenih tudi nekaj primerov območij, kjer je akterjem deloma uspelo zamejiti razpršeno gradnjo in oblikovati bolj trajnostno usmerjene poselitvene vzorce.

Mešanje različnih tematik, metodologij in teoretskih konceptov je ena izmed ključnih prednosti Campoli, Humstone in MacLeanove knjige. Julie Campoli je predstojnica arhitekturnega biroja Terra Firma Urban Design, ki nudi pomoč lokalnim skupnostim pri spodbujanju kompaktne gradnje. Elizabeth Humstone je prostorska načrtovalka, ki se ukvarja z državno in nacionalno politiko razvoja manjših mest in revitalizacijo mestnih središč. Med drugim je tudi izvršna direktorica Foruma o razpršeni gradnji v Vermontu. Alex MacLean je specialist za ilustrativno fotografijo iz zraka in že več kot 25 let preučuje ameriške kulturne pokrajine. Je avtor večjega števila knjig o posnetkih iz zraka in je svoja dela večkrat razstavljal v ZDA, Kanadi in Evropi. Končni produkt raziskovalne ekipe, ki ji je uspelo povezovali tri različne pristope k obravnavani problematiki, je izredno zanimivo delo, ki razkriva paradoksalno logiko človeškega delovanja v prostoru. Razcepljenost med željami po vrnitvi k naravi na eni strani in željami po vedno

večjem udobju, zasebnosti in potrošnji na drugi strani, ki pa povzročajo kolateralno škodo, kar se odraža v uničevanju naravnih virov, degradaciji mestnih središč in zmanjševanju splošne kakovosti bivanja.

Kljub nekaterim pomanjkljivostim, ki se kažejo predvsem v spodbujanju gradnje po principih novega urbanizma in pretiranem zagovarjanju oziroma »romantiziranju« življenja v tesno povezanih skupnostih, je delo nadvse poučno in vredno pozornosti. Še posebej velja pohvaliti izredno nazoren vizualni prikaz procesov razpršene suburbanizacije po različnih časovnih obdobjih. S tega vidika knjiga predstavlja pomembno orodje, ki lahko služi za prikazovanje škodljivih prostorskih sprememb v vsej svoji brutalnosti in spodbuja razvoj kritične presoje v javnosti.

Irena BAČLIJA

Marjan Brezovšek (ur.), Miro Haček (ur.)

UPRAVNA KULTURA

Fakulteta za družbene vede, Ljubljana, 2004, str. 285 (ISBN 961-235-163-5)

Upravna kultura je koncept, ki ga je težko – če ne celo nemogoče – meriti ali natančno opredeliti. Vpet je v vse pore javne uprave in celo presega njene meje. Upravna kultura je podvržena zunanjim okoliščinam, kot sta politično in družbeno okolje, notranjim okoliščinam, na primer delovno mesto in sistem organizacije, ter zunanjim vplivom. Reforma upravne kulture v slovenski upravni prostor prinaša predvsem precejšnje spremembe na področju delovanja organizacij, sodelovanja z upo-

rabniki ter splošno reformo »upravne miselnosti«.

V predgovoru nas urednika knjige Upravna kultura, Marjan Brezovšek in Miro Haček, seznanita s pojmom upravne kulture ter njeno prepletenostjo z družbeno, politično in organizacijsko kulturo. Upravna kultura izhaja iz pravnih (zakonitost in zaščita pravic državljanov), političnih (odgovornost, odzivnost, legitimnost in pravičnost) in ekonomskih (učinkovitost in uspešnost) vrednot. Poudarita, da upravna kultura ni logično sosleden pojav reformi javne uprave. Reformo namreč štejemo za uspešno, ko jo sprejmejo tisti, ki z njo vsakodnevno delujejo in jo s tem tudi sooblikujejo. Tako je potrebno za uspešno implementacijo reforme javne uprave, in s tem tudi upravne kulture, vpeljati in uresničevati tudi zastavljeno strategijo, kot na primer nov način upravljanja, nov način izobraževanja, nov način izbora upravnih delavcev in nenazadnje tudi nov način odnosa do dela. Posebej še izpostavi eno izmed osnovnih načel javne uprave, to je njena relativna neodvisnost od političnih institucij in nediskriminacijski odnos do uporabnikov – državljanov.

Knjiga je sestavljena iz enajstih prispevkov osmih avtorjev. Vsak avtor pa ima pač svoj pristop do pojava in uporabnosti upravne kulture. Tako v knjigi najdemo teoretični, organizacijski, politični, etični, razvojni in nenazadnje tudi praktični pristop, ki poskušajo vsak s svojega stališča opredeliti upravno kulturo.

V uvodu se Marjan Brezovšek osredotoči na različne pristope k proučevanju upravne kulture in vrednot v javni upravi. Raziskuje splošni okvir za razumevanje upravne kulture, saj lahko s pomočjo le-te pojasnimo, kako nek

upravni sistem deluje in kako ga je mogoče izboljšati. Razumevanje upravne kulture ima namreč visoko uporabno vrednost. Avtor prispevka poudarja, da upravna kultura ni nekakšna »rezidualna« kategorija, ki bi jo uporabili le takrat, ko odpovejo druge razlage, pač pa je to koncept, ki ga ni več moč zanemarjati ali kar ignorirati. Upravna kultura nastopa v najrazličnejših oblikah, kot je na primer podjetniška, legalistična ali pa participativna v nasprotju z avtoritaro obliko. Prav koncept zanesljive uprave in visoke upravne kulture zagotavlja legalnost, politični nadzor in odgovornost, strokovnost in učinkovitost ter uspešnost. Avtor prispevka prav tako natančno prouči deontološki, teleološki in spiritualistični pristop k obravnavi javne uprave. Deontološki pristop poskuša poiskati in ugotoviti osnovne vrline posameznika ter spoznati njegove dolžnosti in obveznosti ne glede na okoliščine. Teleološki pristop se bolj posveča ugotavljanju vzročnih odnosov med sredstvi in zaželenimi cilji in je zasnovan na analiziranju uspešnosti odločitev pri zagotavljanju zahtevanih ciljev. Spiritualistični pristop pa poudarja velik vpliv, ki ga daje občutek, kaj je prav in kaj narobe ter usmerja ljudi k skrbi za druge in k delovanju za skupno dobro. Prav različni pristopi k obravnavi upravne kulture nam razkrijejo, da je upravna kultura pojem, ki se kljub globalizaciji, ohranja kot specifična prvina posameznih nacionalnih identitet. Prav zato je pomembno, da vsaka reforma javne uprave temelji na lokalni tradiciji.

Sanja Kren in Milan Rman v svojih prispevkih obravnavata načela organiziranja in organizacijsko kulturo. Sanja Kren se osredotoča na organiziranje in delovanje uprave preko pravnih aktov in norm, saj upravljati pomeni tudi

sprejemati pravila. Dosledno in korektno uporabljanje pravnih norm namreč zagotavlja nemoteno in uspešno funkcioniranje javne uprave. Ker je uprava »v službi« vseh državljanov, lahko le dosledno upoštevanje zakonov in tudi korektno odločanje v okviru diskrecije zagotavlja osnovna načela upravne kulture. V iskanju izvora demokratičnega sistema in pravne države se avtorica vrača k normativni enoti države – državljanu, ki mu v demokraciji pripadata tako oblast kot tudi uprava.

Prispevek Milana Rmana je usmerjen k prenovi oziroma (pre)oblikovanju upravne kulture. Naslanja se predvsem na metodologijo, uporabljeno v gospodarstvu, in kako lahko le-ta služi kot primer, kako uspešno modernizirati državno upravo skozi koncept organizacijske kulture. Slovenska javna uprava se vse bolj seznanja s pojmi standardov kakovosti, orodja samoocenjevanja in modela poslovne odličnosti. Rdeča nit prispevka je vprašanje, v katero smer vodi slovensko javno upravo razvijanje pojmov kakovosti in ali bo prenašanje podjetniškega duha (še posebej s področja človeškega kapitala) iz gospodarstva v upravo botrovalo vzpostavitvi pomembnega strateškega partnerstva med zasebnim in javnim sektorjem.

Drugi del knjige, ki govori o javnih uslužbencih in upravni kulturi, je sestavljen iz treh prispevkov, avtorjev Štefke Korade Purg, Mira Hačka in Gozdana Miglič. Štefka Korade Purg obravnava predvsem spremembe v položaju in vlogi javnih uslužbencev v okviru novega sistema javnih uslužbencev v Sloveniji. Ta sistem uvaja določena načela in pravila, po katerih bo v prihodnje potrebno ravnati pri izvajanju nalog in pri pripravi organizacijskih in kadrovskih podlag za delo uprave. Spremembe ure-

ditve bodo zahtevale bolj sistemski in v razvoj usmerjen pristop, saj bo kadrovanje usmerjeno k predhodnemu načrtovanju in prilagajanju strukture delovnih mest glede na razpoložljiva sredstva. Obenem pa je uvedba novega sistema podlaga za ločitev politike in stroke. Ravno pojem politizacije javnih uslužbencev razvija Miro Haček v prispevku, kjer se ukvarja s precepom, v katerem se pogosto znajdejo javni uslužbenci, ko se morajo odločiti med politično dovzetnostjo na eni ter strokovnostjo in profesionalno odgovornostjo na drugi strani. Ravno ločevanje med pristojnostmi in nalogami političnih funkcionarjev ter javnih uslužbencev zagotavlja politično nevtralnost javnih uslužbencev. Avtor razvije misel, da pri urejanju odnosa med političnimi funkcionarji in javnimi uslužbenci ne gre za prevlado enih nad drugimi, temveč za iskanje ugodnih modelov sprejemanja »političnih« odločitev. Obe skupini sta pomembni in nenadomestljivi in v proces odločanja prinašata določene prednosti, a tudi pomanjkljivosti.

Znotraj okvira zagotavljanja čim večje profesionalnosti in neodvisnosti javnih uslužbencev (še posebej to velja za vodilne javne uslužbenke) Gozdana Miglič obravnava izhodišča za oblikovanje strategije izobraževanja javnih uslužbencev. Izhodišča za oblikovanje strategije izobraževanja v slovenski upravi daje zakon o javnih uslužbencih, ki vzpostavlja povezave med delovno uspešnostjo, uporabo novega znanja in mehanizmi nagrajevanja ter opredeljuje odgovornosti do izobraževanja in nosilce za njegovo načrtovanje, organiziranje in izvajanje na posameznih organizacijskih ravneh. Investicije v izobraževanje morajo biti sprejete kot nujnost, organizacije pa se morajo zavedati, da je obre-

stovanje teh investicij dolgoročno. »Po leg tega o učinkovitem izobraževanju javnih uslužbencev ne moremo govoriti, če ob vseh sistemskih predpostavkah, ki jih lahko spodbudimo s formalno zasnovo, ne obstoji (uprava) kultura nenehne ga izobraževanja posameznikov in organizacije. Takšna kultura temelji na vlogi izobraževanja kot dolgoročne investicije, odraža pa se v normativnih opredelitvah izobraževanja in predvsem v spodbujevalnih mehanizmih za pridobivanje znanja in njegovo uporabo.« (str. 172)

Menedžerski, politični in etični vidiki upravne kulture so obravnavani v tretjem delu, kjer so avtorji Polona Kovač, Darko Anželj in Bojan Dobovšek vsak s stališča svojega delovnega področja pristopili k upravni kulturi v slovenski upravi v praksi. Polona Kovač se v svojem prispevku osredotoči na novi javni menedžment (skupek načel, ukrepov in metod prevzetih iz zasebnega v javni sektor) ter analizira vpeljevanje tega novega načina upravljanja javnega sektorja v Sloveniji. Uvajanje menedžerskih metod iz privatnega sektorja v javni sektor, je posledica naraščajočih potreb po zmanjšanju deleža javne porabe v bruto domačem produktu ter večji naravnosti k uporabnikom – državljanom. Ravno modernizacija javnega sektorja zahteva tudi spremembo v »klasični miselnosti« upravnih konglomeratov in uvajanje novih prvin upravne kulture, ki odražajo določene prvine zasebnega sektorja. Natančneje se je novih možnosti odpiranja javne uprave lotil Darko Anželj, ki v svojem prispevku obravnava spremembe, ki jih prinaša odprta javna uprava. Z odprtostjo, kar pomeni dostop državljanov do vseh informacij javnega značaja, možnost soodločanja o določenih vprašanjih iz pristojnosti javne uprave, sodelovanje v

postopkih priprave predpisov itd., se hkratno in skladno s tem spreminjajo tudi pravila delovanja in kultura dela v javni upravi. Odprtost javne uprave se neločljivo povezuje s človeškim, razumevajočim in neoblastniškim odnosom javnih uslužbencev do strank. Ravno v povezavi z odnosom do strank je potrebno obravnavati tudi korupcijo v upravi. Tega problema v slovenski pa upravi se v svojem prispevku dotaknil Bojan Dobovšek. Avtor opozarja na nevarnost, ki jo korupcija pomeni za globalno varnost, predvsem pa za posameznika. Na podlagi teorij kategorizira korupcijo ter jo razmeji na mikro, mezo in makro nivoju. Za podrobnejšo analizo stanja korupcije v Sloveniji analizira tudi tri merjenja korupcije. Pristopi k reševanju problema korupcije morajo biti plod dela institucij znotraj sistema ter kot rezultat sodelovanja celotne družbe, tako vladnih kot nevladnih organizacij. Odpravljanje korupcije namreč temelji na zaupanju v institucije in splošnem medsebojnem zaupanju. Vsekakor pa je po-

jav korupcije diametralno nasproten uvajanju modernih pristopov k izboljšanju javne uprave in s tem tudi upravne kulture.

Slovenija ni izjema pri zaostajanju v razvoju nove politične kulture, saj je ta lastnost bolj ali manj enaka za vse države na prehodu. Pomembno je, da razpad oziroma razkroj političnih vrednot prejšnjega režima ne vodi nujno v nastanek novih, še posebej pa ne politično nedemokratskih vrednot in stališč. Če lahko zaključimo, da se je vsebinski del reforme javne uprave že končal, lahko zagotovo tudi trdimo, da se reforma upravne kulture šele začena. Prav zaradi širokega spektra, ki ga pokriva pojem upravne kulture je težko v celoti obravnavati to problematiko zgolj v eni publikaciji. Knjiga Upravna kultura sistematično, ravno s spektrom soavtorjev, ki so aktivni na različnih področjih javne uprave, pristopi k osvetljevanju upravne kulture z različnih perspektiv. V tem kontekstu pričujoča knjiga predstavlja temeljno delo o novem pogledu na upravno kulturo v Sloveniji.



UDC: 316.7:73/76:81'22

Aleš ERJAVEC: ART, VISUAL CULTURE, AND VISUAL STUDIES

Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. XLII, No. 2-3, pg.

With its proliferation a theoretic interest emerged in globalized visual culture. Although visual culture can be encountered in various cultures and historical epochs, it only in recent decades became the predominant form of culture. Theory of visual culture arises from Roland Barthes's semiology, on the one hand, and from British cultural studies, on the other. During the eighties and especially in the beginning of the nineties at the junctures of philosophy, history of ideas, visual theory, and art history appeared numerous publications devoted to ocularcentrism, the seen, the look, and the gaze. It was art history which offered one of the theoretical starting points for the analysis of visual culture wherein the former was not only a tool for such an analysis but also vice versa: the analysis of visual culture transformed art history which thus started to interpret images mainly as signs, thereby enabling us to read them as texts. The still unresolved question that is frequently a cause of distress not only among art historians but also among all who admit to the existence of art, is the question of the relation and the relationship between visual culture as a specific form of "culture", and art, which was especially in modernism constituted also in opposition to culture. The revue *October* proposed a reconsideration of the historical foundations of art history, so as to allow the latter to include also visual culture. At least for now such initiatives have not met with success.

Key words: visual culture, cultural studies, visuality, visual theory, art, semiology, ocularcentrism.

539

UDC: 39(497.4):791.4

Naško KRIŽNAR: VISUAL CULTURE IN VISUAL ANTHROPOLOGY

Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. LXII, No. 2-3, pg.

In his essay the author points to some characteristics of the relationship between visual studies and visual anthropology, their joint interests and differences. Visual studies are the interdisciplinary subdiscipline on the margin of history of art, semiotics, communication theory, anthropology and philosophy. Their potential subject of research is visual culture, which includes mainly film, photography, advertising, video, internet and less so painting, sculpture and architecture. A specific product of visual anthropology is ethnographic film, which raised questions con-

cerning the nature of visual media in the field of visual anthropology, and thereby brought on a more careful establishing of its boundaries in anthropology. Ethnographic film, or rather the film in anthropology, became the first object of visual research in visual anthropology, one of many visual phenomena. Efforts of many researchers, mostly American, paid off in 1969 when the notion of anthropology of visual communication was discovered, integrating the three concepts: anthropology, communication and pictorial visual mode. The article describes the position of visual anthropology in Slovenia as well. The visual research of home video archives is shown in detail as an example of dealing with visual texts. Studying the home photographers' visual system opens a new chapter in the research of culture: the study of video recording as a complex of body techniques, visual communication and aesthetics.

Key words: visual anthropology, ethnographic film, visual research, ethnology, visual manuscripts

Peter STANKOVIČ: Images of Emancipation? Representations of Femininity and Masculinity in Slovene »Partisan« Film

Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. XLII, No. 2-3, pg.

Slovene »partisan« film is a term, which denotes films about guerilla war fought by the communist-led »partisans« against the German and Italian occupying forces in Slovenia during WWII. These films have been already looked at from many theoretical angles, but in the context of recent interest in various forms of representations, and therefore constructions of gender identities, it should be interesting to scrutinize them also from this perspective: how do these films represent femininity and masculinity? Analyzing all the feature films in this genre, author of the article argues that on both levels of interest, that is on the level of lead action and on the level of the very terms of construction of gender identities, the regime of representation is rather ambiguous. On the one hand, heroes are usually male, but women also tend to participate in the action, sometimes even making the crucial moves, the ones which enable the partisan side to win at the end, and on the other hand, while both male and female characters are predominantly constructed in terms of traditional signifiers of masculinity or femininity, the image of strong and dominating male hero has deteriorated significantly in the films made after the late 1960s, and the pattern of representation of women as basically "mothers" also does not mean that they are portrayed as entirely passive or dependant creatures.

Key words: film studies, representation, Slovene "partisan" film, masculinity, femininity, identities, constructivism.

UDC: 316.7(497.4):77:7.017

Boštjan ŠAVER: VISUAL REPRESENTATION OF SLOVENIAN ALPINE CULTURE: FROM DEPICTIONS OF ALPINE LANDSCAPES TO THE GENRE OF BERGFILM
Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. XLII, No. 2-3, pg.

The basic ambition of the article is theoretical reconstruction of visual codes that are connected with Slovenian Alpine culture. The analysis of historical development of visual media – from painting, photography, film to popular culture – in context of depicting the mountain landscape reflects the attachment of culture, society and individuals to everyday environment. Visual representations in this case reveal, that mountains are important feature in shaping process of Slovenian collective memory and imagination of community. From this point of view the article also emphasizes that traditional, religious view of mountains is in contemporary society substituted by modern practices from sport to national identification and mythologization of cultural landscape. The analysis of visual representation in Slovenian Alpine culture hence reveals also similar process of modernisation, which was interpreted by many classic sociologists in context of modernization of life world.

Key words: Slovenian alpine culture, visual representation, painting, photography, film, popular culture, sport, cultural landscape

541

UDC: 316.7(4):316.77:7.017

Ksenija ŠABEC: SYMBOLIC VISUALIZATION AND TWO IDENTITIES OF EUROPE
Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. XLII, No. 2-3, pg.

The article problematizes the idea of the united European cultural space after 1989, symbolically represented in apparent coincidence of East-European historical contents with market models of West-European economical logic. On the basis of selective assortment and interpretation of visual practices (film, advertisements and cultural symbols) as political and cultural ideas of representation the authoress advocates the thesis about the continuative perception of »the otherness« between West and East Europeans. The presence of the so-called symbolical (metaphorical) iron curtain between Western and Eastern Europe is illustrated by the case study of Germany and its split of identity after the fall of the Berlin wall. Critical approach to the concept of intercultural communication is according to the authoress prerequisite for the construction of the united Europe as an open, diversified and vital entity.

Key words: symbols, visual culture, Europe, identity, intercultural communication.

Maruša PUŠNIK: PHOTOGRAPHY AND THE MUSEUM AS AN ARCHIVE OF COLLECTIVE MEMORY: THE LOVE OF HISTORY

Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. XLII, No. 2-3, pg.

The article is an attempt of critical analysis of the construction of collective memory through museum photographic representations, whereby Bourdieu's theoretical work serves as the starting-point of the analysis. Collective memory is dealt with as a result of representations of the past that circulate in society, while museum is treated as a medium and as a site of memory that offers selective images of the past and thereby shapes memories. In order to disclose the functions and roles that museum photography performs in interpreting the past, the authoress analyses two concrete museum exhibitions that represent the same historical event (the 1920 plebiscite in Carinthia), but from different perspectives; the museum in Libelje in Slovenia and the one in Völkermarkt/Velikovec in Austria. The authoress ascertains that photography in both museums is crucially involved in the struggles for the dominant position in the interpretation of this part of the past, because each of these museum exhibitions visually legitimises specific definition of the past events and also of the still valid national differences. The past is in the museums politicised through visual representations and the history is used for the reproduction of the two contesting state-building discourses – the Slovenian and the Austrian one.

Key words: national history museum, visual images, photography, communication, history, collective memory, national differences, national habitus, Pierre Bourdieu

Ksenija BERK: THE WORLD WAR I RECRUITMENT POSTERS AND THE MIGRATION OF THE POINTED FINGER

Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. XLII, No. 2-3, pg.

The following article strives to a conceptual interpretation of the visual function of political poster as an important recruitment tool on the verge of the World War I. Through various examples it attempts to show us how the gazing image with a pointed finger migrated for various purposes of propaganda. At the beginning of the World War II the mentioned image becomes the most recognizable recruitment poster in the USA under the name of Uncle Sam and shortly afterwards one of the most successful commercial images with the status of pop-icon. That is a moment when primordial voice of the image once from the side of authorities transfers to civil society as a critique of governing politics.

Key words: political propaganda, poster, war, visual discourse.

UDC: 070:77(497.4)

Ilija TOMANIĆ TRIVUNDŽA: VISUAL SYMBOLISM OR TEXTUAL COMMENTARY: DEVIATING FROM AND CONTESTING THE PRACTICE OF PHOTOGRAPHIC REALISM

Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. XLII, No. 2-3, pg.

The role of press photography in daily press is based on simultaneous acceptance of the role of photojournalist as neutral observer of the events and photography as the proof of depicted. However, the uses of photojournalistic image-text often departs from this ideal (and ideology) of neutral, informative presentation of events into their interpretation, which can be achieved either through the nature of image or through the use of text. Such images bear strong dominantly encoded message that can frame or mislead the perception of readers about the nature of the event and represent the violation of professional as well as legal norms of separating informative and interpretative messages in the press. Through textual analysis of image-text use in Slovene daily paper *Delo*, the author presents the frequency and methods of deviations from and contesting of practice of photographic realism as well as offers a preliminary comparison of *Delo*'s use of press photography in 1994 and in 2004.

Key words: press photography, photojournalism, visual symbolism, caption, photographic realism.

543

UDC: 77.04:176:070:316.346.32-053.6

Karmen ERJAVEC: SEXUAL DIFFERENTIATION OF PHOTO-ROMANCE STORIES IN YOUTH MAGAZINES

Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. XLII, No. 2-3, pg.

The author explores how youth's magazines reproduce traditional sexual messages. In exemplary semiological analysis of a photo-romance, published in youth's magazine *Bravo*, she found that it offers traditional socialization messages regarding masculinity and femininity. A 'true' photo-romance represents a feminine character in a visually and verbally non-harmonized fashion. Verbal signs connote this character as self-confident, while body language offers quite opposite impression.

Key words: gender, media, youth's magazines, photo-romance

Damjana KROŠELJ: ULTRASOUND AS A MEDIUM: VISUALIZATION OF LIFE BEFORE BIRTH

Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. LXII, No. 2-3, pg.

The pregnant body, formerly metaphor for hidden and the invisible – is with the help of visualizing technologies – turned into a space and opportunity for public inspection. The sonogram like television renders the fetus visible and therefore present and more »our child«. It is image of an idealized infant, rather than that of a fetus or embryo with its distinctive appearance, uncertain future and undefined personhood. The fetus we understand today was first conceived not in womb but in visualizing technologies. In the society of visibility and spectacle seeing is believing. Ultrasound is (also) medium.

Key words: ultrasound, fetus, medium, visualization, technology.

Jerca LEGAN: THE FEMALE BODY AS ADVERTISING OBJECT

Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. XLII, No. 2-3, pg.

Woman body as an advertising object is an anthropological discussion in which concrete examples of advertising, focused on women's magazines. From various range of advertising objects I decided to speak about the most frequent one, which is used in different advertising contexts, in different advertisements (from fashion to cars). Human body becomes an important object in advertising campaigns, which we adore, canonize, eroticise, feminize ... Most examples are within the context of fashion, with a fashion photography as one of the already standardized media technologies. So the conclusions of this essay are not just the topics for further discussion but also the arguments about the fact that advertising is everyday more involved and connected with other sources in creating the structure of everyday life and how impacts visualisation and aesthetisation of contemporary media with the prediction of it's changes in the future media culture.

Key words: advertising, (women's) magazines, representation of woman body, fashion photography, anthropology of media

UDC : 7 :378.3

Tanja MASTNAK: ACADEMIC EDUCATION OF ARTISTS AND THEIR REPRESENTATION IN THE 19th CENTURY**Teorija in praksa, Ljubljana 2005, Vol. XLII, No. 2-3, pg.**

The passage to modernism in the field of visual arts is marked by numerous events in society like the change of status of the artist, change in educational system, new system of exhibition politics, different role of the art customer, the development of art criticism and art market in private galleries. All these processes influenced the development of the art styles and formation of different attitude towards artistic practice. The article presents systems of education and representation, which were in use from renaissance, and the role of marginalized groups like foreigners, women, non-academics, by changing of the established system.

Discriminatory principles of French academic educational system and representations of artists caused many schisms and enabled development of new forms of education and representation. At the same time we can follow numerous endeavours of French academy to adapt to new circumstances and enable the most just system of education and representation.

Slovene artists Ivana Kobilca, Jurij Šubic and Jožef Petkovšek were temporally living in Paris during those changes and were trying, like so many others, to get some education and to succeed in the centre of art.

Key words: art academies, Salon, Slovenian artists, Paris, München, the 19th Century

545

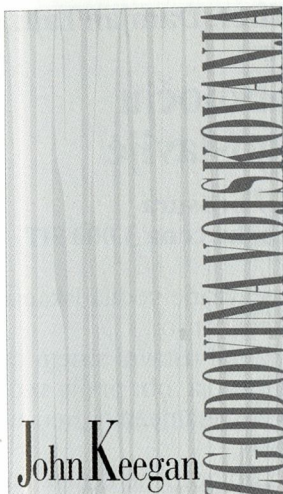
UDC: 75:7.01

**Nadja GNAMUŠ: CONTINUITY AND DISCONTINUITY IN PAINTING.
THOUGHTS FROM CÉZANNE TO MODERN PAINTING**

In the essay the author examines ontology of painterly thought and its discontinuity, which was brought about by postmodernism. She attempts to provide insight into the basic aspects of painterly thought and the most important shifts in mental and pictorial process starting with modernism, which initiated the autonomy of painting. As a corollary, modernism is very much concerned with the morphology of pictorial field. The author follows painterly thought from Cézanne's analytical approach, which indicated all the following paradigm changes, through primary or analytical painting with Ryman, to Polke, whose work is marked by new interdisciplinary media and technological resources as well as by the deconstruction of the modernist unique style, yet, in complex and meditated pictorial formulations, he

does not present discontinuity. In the last part of the essay I attempt to analyse changes and attitudes as have occurred in contemporary postmodern time. What are the major painterly transformations in the context of postmodernist, according to Danto posthistorical art, which is no longer evaluated from visual but rather from conceptual point of view? From the point of view of painting as an autonomous praxis I meditate on painting's internationality, its media transformations and its problems.

Key words: modernism, postmodernism, morphology, medium, transformation.



John Keegan

Zgodovina vojskovanja

2005 / št. strani 350/ brošura

cena 5.800 SIT, klubska cena 4.600 SIT

Knjiga prinaša celovit pogled na vse merodajne prvine vojskovanja: psihološko, sociološko, arheološko, tehnološko, genetsko, logistično ter taktično in strateško. Mnogi ocenjujejo to knjigo kot »najboljšo študijo vojskovanja, kar jih je kdaj bilo napisanih« (Michael Howard).

Avtor seveda ni kronist, temveč analitik stanja človeškega duha (*human condition*) in njegove potrebe po vojni, ki angažira največji intelektualni in tehnološki potencial. Je med

najbolj znanimi, zagotovo pa najbolj izvirnimi in branimi strokovnjaki za vojaške veščine in kulturo vojskovanja. Tematiko obravnava na eni strani v časovnem zaporedju, na drugi pa kot prikaz civilizacijskega razvoja. Zanima ga vloga vojne kot zgodovinske stalnice ter prav tako razumevanje njene vloge v različnih civilizacijah: zahodni, islamski, judovski, kitajski, japonski, mongolski ter azteški in inkovski. Knjiga je hkrati sinteza zahodne filozofske in vojaške tradicije ter primerjalna analiza kulturnih doktrin in praks omenjenih civilizacij.

»Tema Keeganove knjige je evolutivni razvoj vojne. Začne s prikazom ti. »primitivne vojne«, ki pozna zmernost in samoomejevanje ter načine, kako sebi in svojim sovražnikom prihrani najhujše, kar je mogoče povzročiti. Konča s prikazom moderne vojne, ki v dvajsetem stoletju postane tako skrajna in neizprosna do vseh kategorij prebivalstva. Tema knjige je tudi vojna kot kultura, ki najbolj določa naravo vojskovanja: od azijsko-orientalske kulture, za katero je značilno zavlačevanje, izmikanje in posrednost, do zahodne, ki je uvedla spopad iz oči v oči do smrti. S to kulturo so začeli antični Grki, jo prevzeli Rimljani, kasneje tevtonska plemena in končno vse zahodne države. Pomembno si je zapomniti naslednje: Keegan pravi, da si je v letih po Clausewitzu Zahod s svojim načinom vojskovanja podredil skoraj ves svet in druge kulture. Toda zahodni način vojskovanja je svojo pravo naravo – uničujočo in neusmiljeno – pokazal prav v vojnah, ki so jih Zahodnjaki vojskovali med seboj. Prva in druga svetovna vojna ter kasnejša iznajdba jedrskega orožja so verjetno dokončno ovrgle maksimo, da vojna je ali naj bi bila nadaljevanje politike z drugimi sredstvi. Po uporabi vsega jedrskega orožja politika ne bi bila več možna, ker ne bi bilo več ljudi. To pomeni, da je danes treba zavrniti stališče, da sta politika in vojna nerazdružno povezani.«

(dr. I. Simoniti)



**Danica Fink-Hafner, Damjan Lajh,
Alenka Krašovec**

Politika na območju nekdanje Jugoslavije

**2005 / št. strani 214/ brošura
cena 3.500 SIT, klubska cena 3.000 SIT**

Pri nastajanju dela so avtorje vodila iskanja odgovorov na vprašanja kot so:

Kdo je v resnici izbral ustavni sistem in določil pravila tekmovanja ob prvih večstrankarskih volitvah v posameznih preučevanih enotah in zakaj?

Ali so te okoliščine imele kratkoročne ali celo dolgoročne učinke na procese demorativizacije?

V čem je bilo bistvo ponekod zelo živahnega institucionalnega inženirstva v prvem desetletju po prvih večstrankarskih volitvah?

Raziskovalni cilj, ki so si ga zastavili avtorji, je razkriti vzročno povezavo med institucijami in njihovimi empiričnimi učinki. Pomembno raziskovalno pozornost so usmerili na relativno avtonomno učinkovanje izbranih političnih ustanov ter na politično manipulacijo s spreminjanjem institucionalnih pravil na preučevanem območju v obdobju od prvih večstrankarskih volitev (leta 1990) naprej.

V empirični analizi se se avtorji osredotočili na socialno-ekonomske značilnosti, učinke ustavnega in volilnega inženirstva ter na razvoj strankarskih aren v državah, ki so nastale iz nekdanjih jugoslovanskih republik.

Preučevanje prehodov v demokracijo na območju nekdanje Jugoslavije z zornega kota procesov, igralcev in ocenjevanja dosežene kvalitete demokracije avtorji dopolnjujejo s podrobno analizo ustavnih izbir, izbir volilnega sistema in njihovih učinkov ter tako oblikujejo celostno sliko o tem, kako so potekali prehodi v demokracijo v preučevanih enotah, kako in zakaj se razlikujejo in kako lahko pojasnimo trenutno stanje in ključne aktualne probleme demokracije v njih.

Avtorji ugotavljajo, da so različne teritorialno politične enote na območju nekdanje socialistične Jugoslavije kljub formalno istemu izhodiščnemu političnemu sistemu v okviru Socialistične federativne republike Jugoslavije izkusile bistveno različne prehode v demokracijo in pri tem dosegle bistveno različne rezultate. Sinteza vseh raziskovalnih ugotovitev kaže, da so bile institucionalne izbire v preučevanih enotah precej rezultat preferenc in razmerja političnih moči v tranzicijskem obdobju. Ključna je bila pri tem primarna izbira – določitev institucionalnih pravil za prve večstrankarske volitve in prvo ustavo v novem političnem sistemu. Vse nadaljnje okoliščine institucionalnega inženirstva so bile bolj ali manj determinirane z rezultatom primarne izbire.



Benedetto Conforti Mednarodno pravo

2005 / št. strani 464/ brošura
cena 5.800 SIT, klubska cena 5.000 SIT

Prvič imamo v slovenskem jeziku celovit učbenik mednarodnega prava.

Confortijev učbenik je najbolj razširjen v Italiji, doživel je šest izdaj in številne ponatise. Prva izdaja je iz leta 1974 in ta iz leta 2002. Kot akademski učitelj v Italiji in svetu ter sodnik mednarodnega sodišča je učbenik oblikoval, dopolnjeval in izboljševal tri desetletja. Napisan je v duhu italijanske tradicije, operte na rimsko pravo, ki je od Albe-

rica Gentilija (1552-1608) naprej vsako stoletje dala imena, mimo katerih ne more nobena zgodovina mednarodnega prava.

Za nas je ta učbenik zanimiv tudi zato, ker vsebuje vse bistvene mednarodnopravne vidike geopolitičnih sprememb zadnjih desetletij v Evropi in svetu: vprašanja razpada, odcepitve, priključitve, združitve in priznanja držav; delitve aktive in pasive med novonastalimi državami; vprašanja diskontinuitete in sukcesije v pogodbah v primeru spremembe oblasti na nekem ozemlju in vzrokov za veljavnost in neveljavnosti mednarodnih sporazumov; načela *uti possidetis*, *tabula rasa*, *rebus sic stantibus*, *pacta sunt servanda* in *consuetudo est servanda*. Avtor obravnava pravo morja, polarnih območij, zračnega in vesoljskega prostora. Zaradi rasti nasilja v mednarodni skupnosti so pomembna poglavja o eroziji ti. izključne pristojnosti države v zvezi s človekovimi pravicami, o pregonu in kaznovanju za mednarodne zločine, o mučenjih in terorizmu. Glede razsodniške in posredniške vloge mednarodnega prava posebno pozornost posveča tudi sodnim in diplomatskim sredstvom za mirno reševanje mednarodnih sporov.

Upravljanje mednarodne skupnosti zahteva preseganje klasične interdisciplinarnosti, kar pomeni, da bodo morali odločevalci za reševanje problemov povezati argumentativno moč vseh teoretičnih in praktičnih disciplin in oblikovati politike za reševanje problemov človeštva in sveta, ki so predvsem posledica dejavnosti človeka. Brišejo ali tudi rahljajo se meje med notranjim in zunanjim pravom, med nacionalnim in nadnacionalnim ter mednacionalnim pravom; na mednarodnem prizorišču je vedno več tistih, ki vplivajo na mednarodne odnose, bodisi da so bodisi da niso subjekti po mednarodnem pravu.

(iz uvoda dr. Iztoka Simonitija)



Primož Šterbenc

Šiiti: zgodovina in doktrina

2005 / št. strani 220/ brošura

cena 4.500 SIT, klubska cena 4.000 SIT

»Delo je izjemno temeljita študija šiitske veje islama. Avtor suvereno obravnava zgodovinske, religiološke in politološke vidike razvoja šiizma od njegovega nastanka v času boja za Mohamedovo nasledstvo do današnjih dni, ko je od (ne)poznavanja obravnavane tematike (v skrajnem) odvisno globalno mednarodnopolitično dogajanje.

Brez oklevanja lahko zapišem, da cela vrsta vprašanj, ki jih razgrne mag. Šterbenc, v slovenskem jeziku – vključno s prevodi – nima primere. Izpostavim naj (1.) poglobljeno genezo osnovne islamske shizme na sunite in šiite, (2.) razgiban prikaz diverzifikacije šiitske veje islama in (3.) analizo oblik kočljivega sobivanja sunitov in šiitov v različnih političnih tvorbah. Vseskozi izjemno dinamični odnosi med sunizmom/suniti in šiizmom/šiiti, ter med (pod)ločinami le-teh so se simultano prevajali v versko-filozofske formulacije, ki jih pisec natančno razloži. Medtem ko islamski svet v običajnih predstavah Zahoda še vedno nastopa kot bolj ali manj enovita in inertna celota, je v tem prikazu tako v marsičem primerljiv z versko-ideološko raznolikostjo Zahoda.

V poglavjih, ki zadevajo polpreteklo zgodovino, uspe avtor (4.) predstaviti ključne družbene determinante in dejavnike sodobnih političnih procesov obravnavanega prostora. Upravičeno so poudarjeni nekateri tisti verski dejavniki (npr. mučeniški etos), ki jih politika glavnih akterjev na mednarodnem političnem prizorišču premalo ali neustrezno upošteva, čeprav so od njih močno odvisni mir v obravnavani regiji, mednarodni odnosi in perspektive modernizacije šiizma in islama nasploh. (5.) Avtor razpravlja o morebitnih mednarodnopolitičnih posledicah (morebitne) politične prevlade šiitov v postbasističnem Iraku, pri čemer kot najverjetnejšo možnost izpostavi stopnjevanje napetosti s sunitiskim arabskim svetom.«

(iz recenzije dr. Marjana Smrketa)

Knjiga bo izšla septembra 2005.

ČLANKI

Besedilo. Teorija in praksa (TIP) sprejema v presojo za objavo originalna znanstvena in strokovna besedila, ki še niso bila objavljena drugje niti niso drugje v recenzentskem postopku. Besedila (vključujoč reference in opombe) naj bodo enostransko izpisana v treh izvodih na papirju formata A4 z 1,5 vrstičnim razmikom. Vse strani besedila morajo biti zaporedno oštevilčene. Izpisu je treba priložiti besedilo na 3,5-palčni disketi, na kateri naj bo poleg imena in priimka avtorja označen tudi računalniški program v katerem je besedilo pripravljeno (na primer Microsoft Word 97).

Besedila pošljite na naslov: Teorija in praksa, Fakulteta za družbene vede, Kardejeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija. E-pošta: teorija.praksa@uni-lj.si.

V kolikor je besedilo poslano po elektronski pošti na naslov uredništva, izpis treh kopij ni potreben.

Zaradi dvostranskega anonimnega recenzentskega postopka naj prva stran besedila vsebuje le naslov besedila brez imen avtorjev. Imena avtorjev naj bodo izpisana na posebni naslovni strani pod naslovom prispevka, skupaj s strokovnim nazivom in trenutno zaposlitvijo, s polnim naslovom, telefonsko številko, elektronsko pošto ter na povzetku. Besedilo mora spremljati izjava avtorja, da besedilo še ni bilo objavljeno oz. ni v pripravi za tisk. Uredništvo zavrnjenih besedil ne vrača.

Dolžina besedil. Znanstveni in strokovni članki naj praviloma ne presegajo 8000 besed; pogledi, glose, komentarji in publicistični zapisi naj obsegajo do 3000 besed; recenzije do 1500 besed.

Naslovi. Naslovi morajo biti jasni in povedni. Glavni naslov ne sme presegati dolžine 100 znakov. Besedila daljša od 1500 besed morajo vsebovati podnaslove.

Povzetki. Izvirni znanstveni članki morajo biti opremljeni s povzetkom in smiselnimi ključnimi besedami (oboje v slovenskem in angleškem jeziku) v obsegu do 100 besed. Povzetki naj vsebujejo natančno opredelitev teme besedila, metodo argumentacije ter zaključke.

Tabele in slike morajo biti izdelane kot priloge (ne vključene v besedilo) z jasnimi naslovi. Vsaka tabela in slika mora biti izpisana na posebnem listu papirja. V besedilu naj bo okvirno označeno mesto kamor sodijo.

Opombe morajo biti v besedilu jasno označene z zaporednimi številkami od začetka do konca, nadpisane na ustreznem mestu v besedilu in po enakem vrstnem redu razvrščene pod besedilom. Število in dolžina opomb naj bo omejena.

Opomba o avtorju in zahvala vključuje informacije o organizacijski povezanosti avtorja (avtorjev), ki so relevantne za obravnavano problematiko, ter o finančnih in drugih pomočeh pri pripravi besedila.

RECENZENTSKI POSTOPEK

Uredništvo uporablja za vse članke obojestransko anonimni recenzentski postopek. Članke recenzirata dva recenzenta. Uredništvo lahko brez zunanjega recenziranja zavrne objavo neustreznega članka.

NAVAJANJE

Reference v besedilu: Osnovna oblika reference v besedilu je (Novak, 1994). Za navajanje strani uporabljajte (Novak, 1994: 27-8). Če je več avtorjev besedila, uporabljajte v tekstu obliko (Novak et al., 1994:27), v seznamu literature pa navedite vse avtorje. Če ne uporabljate prve izdaje knjige, napišite tudi letnico prve izdaje (Novak, 1953/1994: 7). Več referenc hkrati ločite s podpičjem (Novak, 1994: 7; Kosec, 1998: 3-4; Kosec, 1998a: 58). Če navajate več del istega avtorja, objavljena v istem letu, dela med sabo ločite s črkami a, b, c, itd. (Novak, 1994a: 27-9) (Novak, 1994b: 1).

Seznam referenc: v seznam referenc vključite vse uporabljene vire. Seznam referenc mora biti urejen po abecednem redu priimkov avtorjev ter v primeru istega avtorja po časovnem zaporedju izdaje.

Knjige: Avtorjev Priimek, Ime (letnica izdaje knjige): Naslov knjige: Morebitni podnaslov. Kraj: Založba.

Na primer: Geertz, Clifford (1980): *Negara: The Theatre State in Nineteenth-Century Bali*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Zborniki: Avtorjev Priimek, Ime (letnica izdaje zbornika): Naslov prispevka v zborniku. V Ime Priimek urednika (ur.), Naslov zbornika, strani prispevka. Kraj: Založba.

Na primer: Palan, Ronen (1999): *Global Governance and Social Closure or Who is to Governed in an Era of Global Governance?* V Martin Hewson in Timothy J. Sinclair (ur.), *Approaches to Global Governance Theory*, 55-72. Albany: State University of New York Press.

Članki: Avtorjev Priimek, Ime (letnica izida članka): Naslov članka. Ime revije Letnik(številka): strani.

Na primer: Bachrach, Peter in Morton S. Baratz (1963): *Decisions and Nondecisions: An Analytical Framework*. *American Political Science Review* 57(3): 632-42.

Svetovni splet (WWW): Avtorjev Priimek, Ime (letnica): Naslov. Dostopno preko Internet naslov, datum dostopa.

Na primer: Deleuze, Gilles (1978): *Spinoza*. Dostopno preko <http://www.imaginet.fr/deleuze/TXT/240178.html>, 10. 1. 2001.

RECENZIJE KNJIG

TIP sprejema v objavo recenzije domačih in tujih znanstvenih del, ki niso starejša od dveh let. Recenzije naj ne presegajo 1500 besed. Na prvi strani zgoraj naj bo v prvi vrstici napisano ime avtorja recenzirane knjige, v drugi z odebeljeno pisavo naslov in morebitni podnaslov knjige, v tretji vrstici pa je treba navesti sledeče podatke: naziv izdajatelja, kraj izdaje, leto izdaje dela in število strani. Recenzija se podpiše na koncu besedila.

č 73

186 613/2005



920053574, 2/3

COB

OD VIZUALNE KULTURE DO KULTUR VIZUALNEGA

Hanno HARDT, Aleš ERJAVEC, Naško KRIŽNAR,
Peter STANKOVIČ, Boštjan ŠAVER, Ksenija ŠABEC,
Maruša PUŠNIK, Ksenija BERK, Ilija TOMANIĆ TRIVUNDŽA,
Karmen ERJAVEC, Damjana KROŠELJ, Jerca LEGAN,
Tanja MASTNAK, Nadja GNAMUŠ

