



Kako je leto 1984 postalo leto 1984?

Potrošništvo in družba svobode, ki jo obljublja.

Avtorica:

Jana Ušen

Mentorica:

mag. Tatjana Rozman

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2020

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici, mag. Tatjani Rozman, za vso strokovno vodstvo in podporo.

Zahvaljujem se tudi Mihu Andriču za razlage nekaterih filozofskih pojmov in idej, ki jih nisem razumela.

Zahvala gre tudi lektorici Valentini Toman Čremožnik.

Seveda pa se zahvaljujem tudi vsem prijateljem, predvsem Niki Gradišek, ki so mi pomagali pri analiziranju različnih aspektov potrošniške družbe, v katero smo bili rojeni. Tudi Mateju Mlakarju gre zahvala za prevod povzetka.

POVZETEK

Tipični potrošnik lahko po ogledu filma 1984 mirno zaspi. Totalitarna družba, ki jo film slika, se namreč zdi daleč od njegovega vsakdana. Živi namreč v družbi, ki nudi široko in domnevno svobodno možnosti izbire, v družbi z malo ali skoraj nič nadzora.

In vendar, porast populizma in skrajnih ideologij v zadnjih letih zbuja dvom o svobodnosti potrošniške družbe. V pričujoči raziskovalni nalogi sem se zato posvetila analizi filma 1984, ki je nastal v času vzpona potrošništva kot njegova manifestacija. V njem izpostavljene tipične lastnosti totalitarizma, popoln nadzor nad življenjem in neobstoječa svoboda izbire sem analizirala na podlagi Foucaultovega pojmovanja moderne oblasti in Lacanove psihoanalize.

Izkazalo se je, da sta potrošniška in totalitarna oblast različici moderne oblasti in si tako v svojem bistvu zelo podobni. Oblika subjektivitete potrošnika in človeka totalitarne družbe sta se ravno tako izkazali za zelo podobni. Izbira enega tako ni nič kaj drugačna od drugega in je nesvobodna. Z raziskovalno nalogo sem tako pokazala, da si totalitarizem, kot ga razume potrošništvo, in potrošništvo nista diametralni nasprotji, če ju preučujemo v okvirih tistih elementov obeh družb, ki se zdijo največje manifestacije svobode oziroma nesvobode.

ABSTRACT

The typical consumer may fall asleep after watching the film "1984". The totalitarian society that the film depicts seems far removed from their daily routine. Namely, he lives in a society with seemingly limitless freedom of choice and lack of control.

Yet, the rise of populism and extreme ideologies in recent years has cast doubt on the freedom of consumer society. In this research paper, I have therefore devoted myself to the analysis of the film "1984", which emerged during the rise of consumerism as its manifestation. I have analysed the typical features of totalitarianism, complete control over life, and the non-existent freedom of choice, all exposed in the film, based on Foucault's understanding of modern authority, and Lacan's psychoanalysis.

As it turns out, consumer and totalitarian authority are two variants of modern government, and are, in essence, very similar. The form of subjectivity of the consumer and the person of a totalitarian society also proved to be very similar. One's choice is thus no different from the other's and is unfree. Through my research paper, I have shown that totalitarianism, as understood by consumerism, and consumerism itself are not diametric opposites when viewed within the framework of those elements of both societies that seem to be the greatest manifestations of freedom or oppression.

VSEBINA

ZAHVALA.....	2
POVZETEK	3
ABSTRACT	4
1 UVOD	6
1.2 Hipoteza.....	9
2.2 Namen	9
2.3 Predpostavke	10
Liberalizem, neoliberalizem, potrošništvo.....	10
Analiza filma kot metoda preučevanja resničnosti ideologije	11
Izbira filozofske literature	12
2.4 Metodologija	12
2 MEHANIZMI NADZORA.....	13
2.1 Moderna oblast	13
2.2 Razprava o moderni oblasti kot se pojavlja v filmu 1984 in v potrošništvu	16
PASTORALNOST MODERNE OBLASTI	16
PANOPTICIZEM MODERNE OBLASTI	18
3 IDEOLOGIJA SVOBODE IZIBRATI	23
3.1 Lacanovska psihoanaliza in totalitarnost zapovedi izbiranja.....	24
LACAN IN NASTANEK SUBJEKTA	24
SPREMEMBA VELIKEGA DRUGEGA IN NASTANEK PATOLOŠKEGA NARCISA	26
3.2 Razprava o svobodi izbirati	29
3.2.1 VELIKI DRUGI V POTROŠNIŠTVU IN TOTALITARNIH SISTEMIH	29
3.2.2 SVOBODA IZBIRE V POTROŠNIŠTVU IN SVETU 1984.....	32
4 ZAKLJUČEK IN UGOTOVITVE.....	38
5 VIRI IN LITERATURA	40

1 UVOD

Potrošniška družba legitimira svoj obstoj z domnevno osvoboditvijo subjekta, njegovo emancipacijo od vseh vrst opresij in odvisnosti. Uveljavila se je namreč ob boku ekonomskega liberalizma, ekonomskega sistema, ki že v sami besedi nosi besedo »liberte«, svoboda. Potrošniški subjekt je tako reklamiran kot najbolj svoboden subjekt v zgodovini človeštva. Kot takšnega ga ne predstavljajo le reklamni, množični mediji, influencerji itd., temveč tudi sam šolski sistem, ki predstavlja razvoj zgodovine povsem pozitivistično. Človek naj bi iz generacije v generacijo napredoval, dokler ni dosegel trenutne stopnje obstoja. Šele trenutna, potrošniška družba je namreč omogočila subjektu (navidezno) svobodno izbiro med različnimi formami uživanja. Vsakdo si lahko izbere svoj hobi, svojo kariero, svojo spolno prakso itd. Še več, v potrošništvu si lahko vsakdo izbere tudi svojo identiteto. Ne le eno, temveč kar več hkrati. Doma je lahko človek okoljevarstvenik, športnik, knjižni molj, v službi je vodja ali uslužbenec, na spletu je lahko spet nekaj povsem drugega. Človek je lahko karkoli si poželi. Obenem pa potrošniška družba ne kaznuje ali zatira upornikov, pravzaprav jih celo spodbuja, jih ustvarja. Samo pomislimo na vse zvezdnike (Billie Eilish, Eminem, Justin Bieber), ki so si zgradili kariero (odvisno od potrošnje njihovih sledilcev) zaradi identitete upornika, ki so jo predstavljali svetu. Njihova upornost daje uporništvu legitimnost, ki ga spreminja v pravi kult potrošništva.

Totalitarizem, sistem znan po najhujših kršitvah človekove svobode, se tako zdi tipičnemu potrošniku oddaljen. Potrošništvo se zdi varovalo pred njim.

Leta 1984 je na filmske odre prišel film 1984, adaptacija knjižne uspešnice Geoga Orwella 1984, ki je izšla leta 1949. Tako film kot knjiga sta bila zastavljeni kot kritiki totalitarnega sistema, ki je tako v času nastajanja knjige kot filma obstajal na drugi strani železne zaves. Med različicama, vendarle, obstaja ključna razlika. Čeravno je Orwell ob slikanju družbe velikega brata v mislih imel Sovjetsko zvezo, je njegova knjiga simbol vsakršnega totalitarnega sistema. Tri leta pred izidom romana je Orwell prijatelju Noelu Willmettu pojasnil, da bi se v takšen sistem lahko razvili tudi ZDA in VB. Film, ki je nastal ob začetku vzpona neoliberalizma (malo po izvolitvi Margaret Thacher in Ronalda Reagana), pa svet 1984 ne slika več kot simbol možne totalitarne usode vsake družbe, temveč kot izključno sovjetski. Film je posnet kot posmeh temu svetu, tujemu in nerazumljivemu. Hkrati pa kot hvalnica neoliberalizma in potrošništva, ki je bil na drugi strani železne zaves marsikomu garancija svobode in izobilja. Filma zato nikakor ni gledati kot resničnega opisa stanja na vzhodni strani železne zaves. Gre bolj za propagando neoliberalne družbe in potrošništva kot njenega podaljška. Propagando, ki povečuje zahodno družbo skozi negacijo vzhodne. V filmu poudarjeni momenti totalitarnosti zahodne družbe niso izpostavljeni, ker bi bili bistvo totalitarnih režimov, temveč zaradi navideznega kontrasta med njimi in propagirano potrošniško družbo. Svet 1984 je tako slika totalitarnega režima, kot si ga je zahod želel predstavljati v 80-ih letih 20. stoletja.

A kakor vsaka predstava o predmetu spoznavanja, je tudi predstava ene družbe o drugi bolj njeno zrcalo kakor zrcalo objekta spoznavanja. Kakor bi rekel Kant, je namreč »stvar na sebi meja našega vedenja«¹.

Glavne značilnosti totalitarnih sistemov, ki jih izpostavlja film, so podobne tistim, ki jih navajajo slovenski srednješolski učbeniki za zgodovino. Delimo jih lahko v dva smiselna sklopa:

1. Za totalitarne režime je značilen popoln nadzor nad zasebnim in javnim življenjem ljudi, ki se vzpostavlja skozi nadzor nad represivnim aparatom in mediji. Nadzor vodi enostrankarski sistem z vodjo na čelo. Zanj je značilen kult osebnosti.
2. V totalitarnih sistemih obstaja uradna ideologija, ki se ji morajo v zasebnem in javnem življenju podrežati vsi. Zanje je zato značilen kolektivizem.²

Prvi element totalitarizma, ki ga izpostavlja film sledeč na zahodu splošno sprejetim karakteristikam, je instanca oblasti Velikega Brata, čigar pogled spremlja prebivalce Oceanije na vsakem koraku. Ta instanca absolutne oblasti ima v rokah nadzor nad posameznikovim vsakdanom skozi tako represivne kot ideološke aparate oblasti (to je sicer Althusserjeva delitev oblastnih mehanizmov, s katero se Foucault ne strinja). V filmu spremljamo javne eksekucije, javna priznanja krivde, miselno policijo, hkrati pa gonjo za spreminjanjem preteklosti. Pomemben element discipliniranja prebivalcev Oceanije je tudi jutranja telovadba, skrbno odmerjeni obroki in univerzalna siva oblačila.

Oblast Velikega Brata ni le posledica discipliniranja teles, temveč tudi ideologije. Ideološka legitimacija Velikega Brata izvira iz njegovega kulta osebnosti ter iz neprestanih poročil o napredku Oceanije, ki jih prek ekrana poslušajo njeni prebivalci. Čeprav so si ta pogosto kontradiktorna, vanje verjamejo vsi. Kar pravi vlada, je namreč nujno resnica. Ljudje ne smejo uporabljati svojega razuma, slepo morajo verjeti v zapovedi Velikega Brata. Najbolj simboličen prikaz takšne slepe vere je znamenita enačba $2 + 2 = 5$. Kdor obvladuje sedanost, ta obvladuje prihodnost. Tisti pa, ki obvladuje preteklost, obvladuje sedanost, je geslo oblasti.

Zaradi omejujoči oblasti je prebivalcem Oceanije popolnoma odrečena možnost individualizma. Gledalca filma pretresejo ponavljajoče scene zborovanj enako oblečenih ljudi, ki z gnevom v en glas vreščijo ob posnetkih domnevnih sovražnikov imperija. Svobodna izbira v svetu 1984 ne obstaja. Vsi ljudje so oblečeni enako, jedo enako hrano, živijo v enakih bivališčih. Obenem si ne morejo izbirati, si »oblikovati« lastne osebnosti. Vsak upor proti strogo določenim normam je zatrt. Pa ne z ubojem, temveč z nečim veliko hujšim. Ljudje, ki se upirajo, so namreč obsojeni na Ministrstvo za Ljubezem, kjer zlomijo njihovo avtentičnosti na najbolj krute načine.

Sodobni model ekonomskega liberalizma, znotraj katerega se je razvilo potrošništvo, je na videz diametralno nasprotje opisanega sistema. Prav definicija neoliberalnega ekonomskega sistema je svoboda trga in z njo svoboda potrošnika, da troši, kakor si želi.

¹ Maria Fürst in Nikolaus Halmer, *Filozofija*, prev. Doris Debenjak in drugi (Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010), 97.

² Aleš Gabrič in Mateja Režek, *Zgodovina 4* (Ljubljana: DZS, 2018), 39.

Nikjer torej ni miselne policije, ni javnih eksekucij ali jutranjih telovadb. Vlada potrošniška izbira, ki omogoča razvoj individuumov, avtentičnih subjektov.

Ko se iztečejo zadnje minute filma, se lahko tako potrošnik brez skrbi nasloni na svoj sedež in uživa v svobodni družbi, v katero je bil, srečnež, rojen. Film namreč pričara občutek varnosti pred totalitarnim sistemom. Z grajenjem kontrasta med potrošništvom in družbo 1984 namreč ustvari občutek, da je totalitarizem daleč, predaleč, da bi nas skrbela njegova prevlada.

Leta 1984 je bil ta občutek varnosti pred totalitarnimi režimi vseprisoten. Simptomatičen je tako odziv Appla na izid filma 1984. Tega leta je namreč neoliberalni gigant trgu predstavil svoj nov računalnik Macintosh z geslom:

»On January 24th, Apple Computer will introduce Macintosh. And you'll see why 1984 won't be like 1984.«³

Nakup kot definirajoče dejanje sodobnega, potrošniškega človeka, je prikazan kot garancija za izogib totalitarizmu izza železne zaves. Slogan reklame je špica sicer ilustrativne reklame, ki prikazuje družbo Oceanije na enem izmed znamenitih zborovanj. Množica poenotenih ljudi strmi v ekran, iz katerega jih ogovarja Veliki Brat. Iz usodnega transa ljudi reši v oranžne hlače oblečena lepotica, ki razbije podobo njihovega vodje. Zakaj reklama na gledalca naredi učinek? Kakor 1984 povečuje in propagira svoj izdelek v kontrastu z vzhodno družbo, katere del si noben zahodnjak ne želi biti (kakor pujsi v Animal farm legitimirajo svojo oblast s ponavljajočo se mantro: »Saj nočete, da se g. Jones vrne?«), in tudi ne bo, če kupi Macintosh.

Navkljub tej pomirjajoči zagotovitvi kapitalističnega velikana pa se zdi, da nekaj na pripovedi o dokončni svobodi sodobne družbe ne »štima«. Kako je namreč možno, da širom sveta spremljamo vzpon populističnih, če ne že prav fašističnih političnih strank? Kako je možno, da je lahko Kitajska navkljub enostrankarskemu sistemu in očitni oblasti partije hkrati tudi potrošniška država, kjer ima taisti Apple, ki je propagiral nakup Macintosha, enega svojih največjih trgov? Zdi se, da potrošništvo morda le ni takšna garancija za svobodnost družbe, kot se skuša predstaviti. Morda slogan reklame za Macintosh le ni govoril resnice. Morda je leto 1984, vendarle, postalo leto 1984.

³ »Apple 1984 Super Bowl Commercial Introducing Macintosh Computer,« YouTube video, 0:57, objavil Robert Cole, 25. 6. 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=2zfqw8nhUwA>.

1.2 Hipoteza

Elementi totalitarne družbe, ki jih film 1984 predstavlja kot tipično nesvobodne, niso diametralno nasprotje elementov potrošniške družbe.

2.2 Namen

V raziskovalni nalogi analiziram ključne aspekte potrošništva, ki vzbujajo občutek svobode, saj se kažejo kot diametralno nasprotje značilnosti totalitarnih sistemov. Primarni namen te analize je preveriti, ali so ti elementi potrošniške družbe dejansko osvobajajoči za potrošnike. Analiziram torej propagirane elemente svobode v potrošniški družbi in preverjam, ali so resnično svobodni.

Sekundarni namen raziskovalne naloge je primerjava »razkrinkanih« elementov potrošništva z njihovimi, sledeč splošni potrošniški percepciji, ki se zrcali v filmu 1984, diametralnimi nasprotji, karakteristikami totalitarnega sistema. S tem preverjam, ali je potrošniška družba res diametralno nasprotje totalitarnih sistemov.

Z ugotovitvami raziskovalne naloge skušam v bralcu vzbuditi dvom o svobodnosti sistema, v katerem živi.

2.3 Predpostavke

Liberalizem, neoliberalizem, potrošništvo

Bralcu bi se lahko med branjem naloge zdelo, da predpostavljam povezavo med liberalizmom, neoliberalizmom in potrošništvom.

Liberalizem je politično-ekonomska teorija, ki ji je v 19. in začetku 20. st. sledil zahodni ekonomski sistem, kapitalizem. Izhaja iz razsvetljenskih idealov o svobodi in individualnosti, zato narekuje, da se zakoni države ne smejo vpletati v »naravne« zakone trga, temveč morajo varovati njegovo svobodo. Bistveno je tako zagotavljanje razpolaganja individualnega gospodarskega subjekta s privatno lastnino in državno-pravno zagotovljena varnost tega razpolaganja.⁴ Neoliberalizem je radikalizacija liberalizma, ki se pojavi konec 70-ih let 20. st. z reformami Margaret Thatcher in Ronalda Reagana. Po obdobju večjega nadzora nad trgom, ki je sledil veliki depresiji iz leta 1929 in drugi svetovni vojni, je ekonomska kriza po letu 1973 sprožila ponovno popularizacijo ideje svobodnega trga in odprla pot ponovnemu vzponu liberalizma v obliki neoliberalizma. Do ponovne popularizacije liberalizma je prišlo zaradi kontrarevolucije kapitalistov, ki so krizo izkoristili za dokaz nesposobnosti državnega vodenja gospodarstva. Navkljub razlikam med liberalizmom in neoliberalizmom je bistvo obeh politično-ekonomskih teorij enako. Kapitalizem, ki jima sledi, je kapitalizem, ki mu država zagotavlja svobodni trg in mu tako omogoča neskončno akumulacijo kapitala, kot izpostavlja Wallerstein.

Kapitalist lahko na svobodnem trgu profitira, če so njegovi vložki v proizvodnjo manjši kot iztržki od njene prodaje. Da bi to dosegel sta ključna dva elementa. Najprej mora proizvodnja sama kupljeni surovini dodati čim večjo dodano vrednost. Posledično morajo biti uporabljeni stroji ali delavci čim bolj produktivni. Hkrati mora obstajati povpraševanje po proizvedenih izdelkih. Večje kot je povpraševanje po proizvodih, več proizvodov lahko kapitalist proizvede in tako profitira od njihove proizvodnje ali pa omejenemu številu proizvodov naraste cena. Večje kot je torej povpraševanje, več dobička lahko iztrži. Iz tega lahko sklepamo, da je povpraševanje gonilo »proizvodnje« kapitala in s tem gonilo liberalnega kapitalizma.

Pomen potrošništva za liberalni kapitalizem bom analizirala na podlagi historičnega materializma. Gre za teoretsko perspektivo, ki človeško zgodovino razlaga skozi dialektični materializem. Ta poudarja pomen materialnega sveta (ekonomskega sistema) na izoblikovanje misli (načina razmišljanja) v določeni družbi. Historični materializem trdi, da vsako družbo sestavljajo ravni ali instance. Baza družbe je ekonomska. Gre za ekonomska razmerja, torej za razmerja moči producentov, ki so posledica delitve dela. Lahko bi rekli, da je sinonim za ekonomska razmerja ekonomski sistem določene družbe. Pomembno je, da to, kar se dogaja v ekonomski bazi v zadnji instanci določa tisto, kar se dogaja v nadstropjih, ki deluje nazaj na

⁴ Herbert Marcuse, »Boj proti liberalizmu v totalitarnem pojmovanju države,« prevedel Branko Šibal, v *Kritična teorija družbe*, uredil Jože Vilfan (Ljubljana: Mladinska knjiga, 1981), 87.

bazo.⁵ Nadzidava je tako oblikovana po meri ekonomske baze in hkrati legitimira, ohranja, reproducira njen obstoj. Gre za več instanc, ki jih lahko delimo v dve glavni skupini, med represivne in ideološke. Represivni aparati legitimirajo obstoj ekonomske baze z uporabo sile, torej s prepovedmi, kazenskim pravom in podobno. Ideološki aparati družbe pa so kultura, religija in podobno. Pomemben del nadzidave je ideologija. »Gre za tisti pogled na svet, ki je družbeno nujen in podprt z družbeno avtoriteto na način, da se ponuja kot polje konsenza, splošnega soglasja, in kar določa načine, kako vidimo družbeno realnost. Ideologija nas zares zajame šele takrat, ko nekaj dojemamo kot objektivno realnost, ki je neodvisna od izjav in od ideoloških izkrivljanj, ko ji torej uspe uokviriti sam način, kako vidimo nekaj kot realnost in danost. Najbolj ideološka je takrat, ko realnost predstavi kot nekaj povsem neideološkega.«⁶

Če je ekonomska baza sodobne družbe liberalni kapitalizem, je potrošništvo njena ideologija. Dojemanje potrošnje kot objektivne realnosti je namreč nujno za funkcioniranje ekonomskega sistema, ki temelji na, kot sem že izpostavila, povpraševanju in trdem delu delavcev. Potrošniki delajo, da bi lahko trošili. S svojim delom in potrošnjo ustvarjajo dobiček kapitalistom in s tem ohranjajo in omogočajo rast kapitalističnega ekonomskega sistema.

Analiza filma kot metoda preučevanja resničnosti ideologije

Ker ideologija ustvarja družbeno realnost, njeni proizvodi niso nujno zvesti posnetki realnosti, temveč njene fabrikacije. Ideološko pojmovanje svobode, ki ga poznamo v potrošniški družbi zato ni nujno resnično. Pri preučevanju potrošniške ideologije je smiselno preučevati produkte kulturne industrije. Gre za filme, televizijske igre, oddaje, bloge, glasbo in podobno. Skoznje »pride« namreč potrošniška ideologija do potrošnika. V njem produkti kulturne industrije namreč ustvarjajo »srečno zavest« o sistemu danih družbenih vrednot. Z drugimi besedami potrošnika prepričajo, da je na primer trošenje povsem naravno in samoumevno.

Ker v raziskovalni nalogi preučujem smiselnost enega izmed mnogih potrošniških ideoloških prepričanj, in sicer, da je svoboda potrošniške družbe diametralno nasprotje nesvobode totalitarnih režimov, si pri njegovem analiziranju pomagam z analizo filma 1984 in reklamo za Applov računalnik Macintosh. Gre za film in reklamo, ki sta nastala v 80-ih letih 20. st., ko se je liberalizem v obliki neoliberalizma ponovno »prebudil«. Sledeč potrebam nastajajočega ekonomskega sistema, baze družbe, sta nastala kot njegova ideološka legitimacija. Preučevanje poudarjenih momentov totalitarizma, ki ju slikata, mi omogoča vpogled in analizo tistega, kar ideologija razume kot svobodno oziroma nesvobodno.

⁵ Zlatko Kovačič, »Ideološki aparat države,« *Društvo za razvoj humanistike, Zofijini ljubimci*, 13. 12. 2003, dostopno na: http://zofijini.net/online_althusser/

⁶ Kvarkadabra, »Mladen Dolar: Kaj je ideologija?« *Kvarkadabra*, 23. 4. 2016, dostopno na: <https://kvarkadabra.net/2016/04/mladen-dolar-motnja-thd/>

Izbira filozofske literature

Kakor sem si pri analizi potrošniškega razumevanja svobode skrbno izbrala film, ki je bil posnet v času razcveta neoliberalizma, svobodo potrošnika analiziram skozi oči filozofov, znanih po dekonstrukciji jaza. Gre za filozofe 20. stoletja, katerih filozofija je tesno pogojeno z družbeno situacijo, v kateri so ustvarjali. Potrošniška družba, katere razcvet so bili priča, jih je napotila v smer drugačnega razumevanja subjektivnosti, oblasti in vednosti. V raziskovalni nalogi zato ne bo govora o antičnih filozofih, filozofih razsvetljenstva ali nemških idealistih, temveč bodo glavni viri raziskave filozofi kritične teorije, teoretske psihoanalize in strukturalizma.

2.4 Metodologija

V raziskovalni nalogi analiziram tiste aspekte potrošniške svobode, ki se zdijo sledeč potrošniški ideologiji diametralna nasprotje totalitarizmov. Te aspekte sem določila na podlagi filma 1984, ki je kot produkt kulturne industrije pokazatelj vsebine potrošniške ideologije. Pomembna metoda, ki sem jo uporabila v raziskovalni nalogi je zato **filozofska analiza filma**.

Izbrana področja potrošniške kulture sem **empirično opisala**, nato pa analizirala na podlagi filozofskih tekstov, med katerimi velja izpostaviti Žižkovo razpravo *Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti* in Dolarjevo monografijo o Foucaultu, *Kralju odsekati glavo*. Pri tem sem seveda tudi **filozofsko analizirala besedila**, saj sem skozi njihovo branje in aplikacijo na preučevane aspekte življenja ugotavljala tako njihovo aplikabilnost kot smiselnost v preučevani situaciji.

Raziskovalno naloga je razdeljena v dva sklopa, ki raziskujeta dva pomembna elementa potrošništva. Vsak sklop je sestavljen iz teoretične osnove ter razprave, v kateri primerjam totalitarni sistem 1984 s potrošništvom. Za takšno nekonvencionalno obliko raziskovalne naloge sem se odločila, ker je vsebina tako bolj nazorna.

2 MEHANIZMI NADZORA

Prvi in morda najpomembnejši razlog, zakaj tipični potrošnik po koncu ogleda filma 1984 ne čuti strahu za svojo svobodo, je preprosto dejstvo, da v njegovi sobi ni velikega ekrana, iz katerega bi nanj zlovešče zrl Veliki Brat. Poleg tega potrošniška družba ne pozna javnih eksekucij, javnih priznavanj krivde in tudi ne miselne policije. Ni Ministrstva za Ljubezen, ni sobe 101. Nekako se celo zdi, da je potrošniška družba povsem brez nadzora in tako sledeča dinamiki zdravega razuma tipičnega potrošnika, svobodna.

2.1 Moderna oblast

Nadzor in oblast sta pojma, ki hodita v filozofski teoriji z roko v roki. Da bi lahko analizirala nadzor v potrošniški družbi primerjalno z nadzorom v družbi sveta 1984, moram zato najprej predstaviti, kaj je moderna oblast.

Oblast kot taka je bila jedro mnogih filozofskih razprav praktično od Platona pa vse do danes. Njene definicije so zato različne in večkrat si nasprotujoče. V srednjem veku je tako oblast pripadala Bogu, za časa absolutizma po Hobbesu vladarju, z razsvetljenstvom se rodi ideja, da mora oblast izhajati iz ljudstva. Z rojstvom demokracije in postopnim propadom fevdalizma se zdi, da oblast dejansko postane domena vseh ljudi. Pa vendar ostaja izkoriščanje, ki vodi filozofe, kot je bil na primer Marx, v razumevanje oblasti kot domene vladajočega razreda, ki bije razredni boj z vladanim razredom. Kakor je razumevanje oblasti pogojeval propad fevdalizma in rojstvo kapitalizma, so nanj vplivale tudi izkušnje 20. stoletja. Takrat se je z dvema svetovnjima vojnoma, pojavom totalitarnih režimov navkljub optimističnim razsvetljskim idejam in navsezadnje s pojavom potrošništva razumevanje oblasti obrnilo na glavo.

Eden osrednjih mislecev, ki se je ukvarjal s pojavom nove vrste oblasti, je bil Michel Foucault. Ta je bil mnenja, da je potrebno misliti oblast kot »oblast brez kralja«. Sledeč njegovi opredelitvi oblasti namreč ta ne more biti v posesti nekoga (niti vladarja niti razreda niti skupine), ne da se je lokalizirati. Oblast je le neka strategija, mreža razmerij. Ne deli preprosto vladajočih od vladanih, temveč preči oboje.⁷

V svojem delu *Nadzorovanje in kaznovanje*, ki je izšlo leta 1975, tik po ekonomski krizi leta 1973 in malo pred vzponom neoliberalizma, je Foucault analiziral moderno oblast, katere vse lastnosti zaobjema pojem biopolitika.⁸ V nadaljevanju bom naštela nekaj njenih osrednjih značilnosti.

Moderna oblast je pastoralna. Ime ne spominja naključno na krščansko oblast, saj je njegova teza, da ima »moderna oblast utajeno religiozno krščansko podpodje«. Kot ta namreč »hoče voditi in usmerjati ljudi skozi njihovo življenje ... Hoče biti odgovorna za eksistenco ljudi v vseh

⁷ Mladen Dolar, *Kralju odsekati glavo* (Ljubljana: Krtina, 2009), 26.

⁸ *Ibid.*, 94.

podrobnostih, in sicer zato, da bi jih prisilila k nekemu določenemu načinu vedenja, zagotovila njihov blagor.«⁹ Pri tem je njena skrb »individualizirana, pastir mora vedeti, kaj se dogaja v duši sleherne ovčice,« skrbi torej omnes et singulatom, za vse in vsakogar posebej, v istem mahu kolektivno in individualno.¹⁰ Od krščanske pastoralne oblasti se moderna razlikuje predvsem v eni, ključni novosti. »Ne gre več za skrb za zveličanje ljudi na drugem svetu, temveč prej za zagotavljanje odrešenja na tem svetu ... zdravje, dobrobit, varnost, zavarovanje pred nesrečami.«

Raison d' Etat, Foucaultov izraz za »umnost vladanja«, za državne razloge in smotre, ki je inherentna logiki vladanja države, tako ne izvira iz legalnosti, tradicije ali suverenosti (ni utemeljena na naravnem ali božjem zakonu, kot je to veljalo do 19. stol.) in si za cilj ne postavlja reprodukcije suverenosti vladarja. Moderna vladna racionalnost ne izvira iz »pravičnega in dobrega razloga«, zaznamuje jo »arbitrarnost, odstopanje od pravil in zakonov v imenu višjih ciljev krepitve in ohranjanja države«.¹¹ Za moderno oblast je torej značilno, da »predstavlja oblast nad upravljanjem življenja, oblast kot **podaljšanje pravice do življenja**«. ¹² V cilju vladanja in legitimacije za svoj obstoj se moderna oblast tako bistveno razlikuje od oblasti »klasičnega suverena«. Legitimacija njegove oblasti je namreč izhajala iz zakona (naravni zakon ali božji zakon).¹³ Suveren je imel pravico do jemanja in ne pospeševanja kot moderna oblast. Fevdalni gospod je tako imel na primer upravno, sodno in vojaško oblast nad svojimi podložniki. Imel je pravico upravljati in zakonsko zahtevati določeno vedenje od podložnika ter ga kaznovati v primeru digresij. Njegova oblast je bila »**negativna in represivna** (pobiranje davkov, obramba pred zunanji sovražniki, kaznovanje kršitev zakona)«. ¹⁴

Oblastni mehanizem moderne oblasti je panoptikon. Gre za vladnost, skupek sestojč iz ustanov, postopkov, analiz in premislekov, računov in taktik, ki omogočajo izvajanje te zelo posebne, dasi zelo zapletene oblasti.¹⁵ Modelu panoptikona ustreza model zapora, ki se je v moderni obliki prvič pojavil v 19. stol., po njem pa se je zgledoval takratni šolski sistem, tovarne, vojašnice, internati. Temeljni princip njegovega delovanja je nadzor. Njegovo obliko je najlažje opisati ob izvorni ideji panoptikona, ki jo je razvil Bentham. Gre za obliko zapora, kjer kaznjenci sedijo v celicah, ki so razporejene v krogu, v katerega centru je opazovalec, nadzornik. Ta neprestano obrača pogled na različne dele ovalnega zapora, zato zaporniki nikoli ne vedo, kdaj jih gleda. Strah, da bi bili videni, je torej tisti, ki jim preprečuje pobeg, jih prisili v poslušnost in samodiscipliniranje. Za moderno oblast je tako značilno, da gleda. S tem je dimatrealno nasprotje oblasti suverena, ki je organizirana kot gledališče: »kralj se razkazuje, se uprizarja«. ¹⁶

Moderna oblast normira. Ta za razliko od zakona ne prepoveduje in kaznuje, temveč nadzoruje in normalizira. Norma je za razliko od zakona imanentizirana, »kar je bilo zunanje,

⁹ Mladen Dolar, *Kralju odsekati glavo* (Ljubljana: Krtina, 2009), 26.

¹⁰ Ibid., 73.

¹¹ Ibid., str. 75.

¹² Ibid., str. 95.

¹³ Ibid., str. 74.

¹⁴ Ibid., 78.

¹⁵ Ibid., 77.

¹⁶ Ibid., 29.

je vpotegnjeno v notranjost, saj polje suverenosti, zakona, prepovedi itn. začne delovati kot norma, brž ko izgubi svoj zunanji status.«¹⁷ Norma deluje skozi discipliniranje, s čimer sili objekte normiranja k »homogenosti, hkrati pa individualizira, ko omogoča merjenje odmikov, /.../, ugotavljanje posebnosti, s tem, da jih prilagaja drug drugemu.«¹⁸ Cilj norme je torej skozi disciplino poenotiti objekte vladanja, ki se najbolj skladajo z osnovno zapovedjo moderne oblasti, življenjem. Tovrstni oblastni mehanizem je diametralno nasprotje oblastnemu mehanizmu suverena, ki je temeljil na zakonu. Zakon zaobjema pravosodje in tako hodi z roko v roki s pojmom kršitve in kazni.¹⁹

Za predmoderne oblasti so zato bolj kot tehnike normaliziranja, prilagajanja, opazovanja objektov vladanja, značilne eksekucije in izgoni tistih, ki se zakona niso upoštevali.²⁰

¹⁷ Mladen Dolar, *Kralju odsekati glavo* (Ljubljana: Krtina, 2009), 26.

¹⁸ Ibid., 85.

¹⁹ Ibid., 85.

²⁰ Ibid., 29.

2.2 Razprava o moderni oblasti kot se pojavlja v filmu 1984 in v potrošništvu

Foucault je bil, kakor vsak filozof, kritičen član družbe svojega časa. To pomeni, da je oblast, ki jo je analiziral in razčlenjeval, oblast zahodne družbe od 16. pa vse do 20. st. Vprašanje, ki se poraja, je, ali pojem moderne oblasti zaobjema tako totalitarne kot tudi potrošniške režime. Ali so torej oboji le različne manifestacije ene in iste oblike oblasti in so si zato v svoji formi izrazito podobni. Kot sem že izpostavila v uvodu, potrošniška ideologija zatrjuje, da totalitarni režimi, kot je ta iz filma 1984, niso niti podobni potrošniškim. Da sta si ti dve ureditvi diametralno nasprotje. Tipično nesvobodni elementi totalitarizma bi morali biti tako tipično svobodni elementi potrošništva.

Če moderna oblast obsega tako totalitarno kot potrošniško oblast, se potrošniška ideologija pri zatrjevanju, da sta si ta dva režima diametralno nasprotna, moti. V nadaljevanju bom zato empirično analizirala tiste elemente moderne oblasti, ki jih izpostavlja Foucault kot ključne, primerjalno med filmom 1984, ki je najboljša predstava potrošništva o totalitarnih režimih, in svetom, v katerem živim.

PASTORALNOST MODERNE OBLASTI

Kot sem že izpostavila, je prvi pomemben element moderne oblasti njena pastoralnost. Edina legitimnost za obstoj moderne oblasti je zagotavljanje in skrb za življenje. Njen primarni cilj je skrb za odrešenje vladanih na tostranstvu.

Najprej bom analizirala pastoralni aspekt družbe 1984. Na prvi pogled se namreč zdi, da si družba, kjer so ljudje neprestano rahlo podhranjeni, manjka jim užitka, zdravja in življenjske energije, ki so je polni potrošniki, ne more za glavni cilj svojega vladanja postavljati krepitev življenja in življenjske moči njenih podložnikov. To je le površinska opazka.

Dejstvo, da hrane v državi primanjkuje ali da je njenim prebivalcem dozirana v racionaliziranih količinah, ne pomeni, da cilj vladanja ni obvladanje življenja. Če bi oblasti partije ne bilo mar za ljudi, bi se ne ukvarjali z njihovo telovadbo, ne priskrbeli bi jim vsakodnevno hrane, ne dala bi jim obleke. Neprestani nadzor nad življenjem uslužbencev, kontrola njihovega prostega časa so vsi usmerjeni v zagotavljanje odrešenja, kot ga razume partija. Da je vodstvo partije do svojih članov resnično kot pastir do svojih ovac, je jasno tudi skozi njen odnos do plebejcev, do vseh prebivalcev Oceanije, ki niso člani partije. Raja Oceanije, ki je oblast ne dojema kot objekte vladanja, namreč ni deležna neprestanega nadzora, deljenja hrane in dnevne rekreacije. Oblast je v odnosu do njih podobna »klasičnemu suverenu«. Z njihovo dobrobitjo se ne ukvarja, kakor se »suveren« ne ukvarja z dobrobitjo podložnikov.

Dodaten razlog, zakaj je oblast sveta 1984 pastoralna, je dejstvo, da njena suverenost ne izhaja iz nobenih naravnih zakonov ali tradicije. Če bi, bi ne obstajala potreba po neprestanem spreminjanju zgodovine, ki skuša prebivalstvo Oceanije prepričati v neprestano ekonomsko rast. Kaj pa je sposobnost oblasti zagotavljati ekonomsko rast drugega kot dokaz, da je oblast sposobna izpolnjevati svojo edino dolžnost, to je izboljševanje življenja? Legitimnost oblasti

Velikega Brata je, kakor legitimnost biopolitične, pastoralne oblasti, odvisna od sposobnosti krepitve in zaščite življenja.

Pastoralnost potrošniške oblasti je celo očitnejša od pastoralnosti totalitarne. Četudi moderne oblasti ne moremo natančno lokalizirati, lahko brez dvoma trdimo, da je skrb za potrošnika v sodobni družbi vseprisotna. Začne se že z vzgojo, ki od meščanskega pojmovanja družine naprej posveča velik pomen skrbi za varnost in pravilen razvoj otroka. Permisivna vzgoja, ki danes posega celo v avtoriteto učitelja, je skrb za otrokovo dobrobit razširila tudi v šolske klopi. Simptomatska je skrb za zdravje in varnost uslužbencev, ki zadnje čase pridobiva na pomenu predvsem v znameniti Silicijevi dolini, kjer imajo uslužbenci na delovnem mestu možnost rekreacije, spanja, na voljo imajo tudi vrtce. Konec koncev pa je tudi samo bistvo potrošništva, in sicer trošenje, tesno povezano s skrbjo za potrošnikovo dobrobit. Izdelki, ki jih ponuja trg se namreč vedno propagirajo kot možne izboljšave človekovega življenja.

»Vitalni interesi« kot skrb za življenje ljudi označuje Foucault, botrujejo tudi politiki zahodnih držav. Da bi ohranile varnost svojih državljanov mnoge stranke vodijo kampanje izključevanja. V imenu varnosti državljanov zavračajo pomoč ali celo škodujejo manjšinam, kot so isto spolno usmerjeni ali migranti. Simptomatski je eden izmed temeljnih ciljev trenutne Evropske komisije, in sicer spodbujanje evropskega načina življenja. »Evropa, ki varuje, se mora zavzemati tudi za pravice in temeljne vrednote EU,«²¹ piše na njeni uradni spletni strani. Varovanje vrednot je hkrati vključujoče in izključujoče, saj navkljub na videz častnemu boju za človekove pravice hkrati prinaša zavračanje neevropskih kultur. Kot pravi Foucault:

»Vojne se ne vodijo več v imenu suverena, ki ga je treba braniti, vodijo se v imenu eksistence vseh; cele populacije se postavi nasproti drugim, da se vzajemno pobijajo v imenu nujnosti, da bi živele. Masakri so postali vitalni.«²²

Dodaten razlog, zakaj lahko upravičeno trdimo, da je sodobna oblast pastoralna, je legitimacija njene oblasti. Naj gre za politične stranke, ali multinacionalne družbe, sodobni potrošnik priznava oblast tistim »navideznim« centrom oblasti, ki mu zagotavljajo največjo življenjsko moč. Pomen ekonomskega stanja države ob koncu mandata je ovekovečil James Carville z znamenitim stavkom: »The economy, stupid.« Clintonov kampanjski strateg je frazo, ki bi šla v slovenskem prevodu nekako takole: »Ekonomija, neumnež,« uporabil kot eno izmed osrednjih sporočil, na katerega so se morali v času volilne kampanje osredotočati njegovi uslužbenci. Kampanja, ki je Clintonu leta 1992 prinesla zmago, je namreč spodkopala vladavino Georga W. H. Busha s poudarjanjem recesije, v katero bi naj pahnili ZDA. Splošno velja, da legitimnost strank na oblasti pade, če jim v času mandata ne uspe ohraniti ali celo izboljšati ekonomske situacije v državi. Enako velja za firme, ki zalagajo potrošnike z izdelki. Če jim ne uspe krepiti njihovega življenja, ne trošimo več njihovega materiala in njihova oblast je izničena. To bi ne bilo mogoče, če bi izvirala iz transcendentnih zakonov.

²¹ »Spodbujanje našega evropskega načina življenja,« Evropska komisija, dostopno na: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-life_sl

²² Michel Foucault, *Volja do znanja*, citirano v Peter Klepec, *Dobičkonosne strasti. Kapitalizem in perverzija 1* (Ljubljana: 2008), 69.

Zdi se, da je oblika oblasti tako v totalitarni družbi 1984 kot v potrošniški družbi pastoralna. S tega zornega kota sta si potrošništvo in totalitarni režim tako podobna in ne diametralno nasprotna, kot bi si mislil potrošnik.

PANOPTICIZEM MODERNE OBLASTI

Drugi pomemben element moderne oblasti je panopticism. Za ta nadzorni mehanizem moderne oblasti je značilen nadzor v obliki pogleda, ki vzpostavlja in uveljavlja normo z discipliniranjem.

Oblast Velikega Drugega v filmu 1984 je brez dvoma oblast, ki te gleda, torej panoptična oblast. Simboličen je ekran s podobo Velikega Drugega, ki neprestano spremlja življenje vsakega uslužbenca. Ob njegovem pogledu se nam zdi, da vidi vse, prav do najskrivnejših kotičkov naših duš. Vendarle, kakor je značilno za panoptične zapore, partija dejansko ne nadzoruje vseh svojih članov neprestano. Kamere sicer so nameščene vsepovsod, a njihov pogled ni usmerjen v vsako domovanje. Nevednost opazovanega je tisto, kar ga prisili k poslušnosti in samodisciplini.

Potrošniške/neoliberalne države, so, kakor Oceanija, znane po neprestanem nadzoru objektov vladanja. Ker je cilj njihovega vladanja omogočiti varno okolje za razvoj življenja, v imenu varnosti vse neoliberalne države poznajo fenomen CCTV kamer in možnost nadzora potrošnikov skozi poznavanje njihove internetne zgodovine, transakcij in tako dalje. Da giganti potrošniškega, neoliberalnega kapitalizma in celo predstavniki vlad različnih držav uporabljajo podatke, ki jih pridobijo preko tovrstnega »varovanja« potrošnikov, od Snowdena naprej ni več skrivnost. Vendarle, med panoptikonom in sodobno potrošniško državo obstajajo velike razlike. Bistvo panoptikona je namreč, da opazovani vedo, da so gledani, ne vedo le, kdaj in kdo jih gleda. Sodobni nadzorni sistem pa ne skuša prepričati potrošnika, da ga s pogledom nadzoruje, temveč varuje pred terorističnimi napadi, ropi in podobno. Kakor ugotavlja novinar revije Guardian, se zato zdi, da potrošnik svojega vedenja, kakor to počnejo člani partije v Oceaniji, ne normalizira, saj se ne boji, da bi bil opažen pri deviantnem početju.²³

Problem pri takšnem sklepanju je za sodobno zahodno družbo simptomatski. Če ljudje ne spreminjajo vedenja, ker se ne bojijo, da jih vlada spremlja na vsakem koraku, še ne pomeni, da zaradi pogleda oblasti vedenja sploh ne spreminjajo. Moderna oblast namreč ni centralizirana. Ne da se je pokazati s prstom. Ne deli preprosto vladanega od tistega, ki vlada, temveč preči oboje. Simptomatski so na primer dandanes popularni resničnostni šovi, kjer funkcijo nadzornika prevzamejo gledalci, potrošniki. Oblastni nadzor in normiranje na splošno postaneta veliko bolj smiselna, če ne razmišljamo o oblasti vlade, temveč oblasti razpršeni med vsemi potrošniki. Tovrstno oblast lahko najlažje analiziramo s pomočjo opisovanja njene norme in discipliniranja, s katerim se uvaja.

²³ Thomas McMullan, *The power of privacy*, (2015), dostopno na: <https://www.theguardian.com/technology/2015/jul/23/panopticon-digital-surveillance-jeremy-bentham>

Oblast norme, ki zapoveduje in normalizira, je dodatna značilnost moderne oblasti, a hkrati simptom njene panoptične urejenosti. Ljudje sledijo zapovedi norme, ker se kot prebivalci panoptikona bojijo, da bi bili zasačeni pri deviantnih aktivnostih. Hkrati pa norma ni transcendentna, kakor zakon, ne prihaja od zunaj, temveč je imanentna. To pomeni, da se ji ne sledi samo zaradi strahu pred biti zasačen, temveč preprosto, ker mislim, da ji je slediti povsem naravno in prav. V takšno prepričanje norma privede objekte vladanja z discipliniranjem. Simptom vladavine norme, normalizacija, bi bila namreč brez človekovega sodelovanja pri normaliziranju nemogoča.

Tako v filmu 1984 ljudje sledijo zapovedim partije, ker se bojijo Ministrstva za Ljubezen, ampak tudi, ker Velikega Brata ljubijo in mu hočejo slediti. Norma, ki jim zapoveduje slepo poslušnost do Velikega Brata, se uveljavlja skozi discipliniranje, to pa je vedno telesno. Vsako jutro tako prebivalci Oceanije telovadijo pod budnim očesom vaditeljice. Njihove porcije hrane so strogo racionalizirane. Prepovedana jim je vsakršna oblika užitka.

Posledično lahko skozi film spremljamo skoraj grozljive posnetke kolektivnosti. Najbolj markantna so zborovanje partije, kjer množica enako oblečenih ljudi v jezi kriči na domnevne sovražnike partije. Naslednji prizor kolektivnosti so otroci, ki v slogu norme, ki zapoveduje rast in razvoj življenja na avtobusu pojejo naslednjo pesem:

»Smo otroci, graditelji prihodnosti

in smo otroci, ki ti prisegamo

zvesto vdanost, neustrašno predanost.

Umrli bomo z dostojanstvom.«²⁴

Zvesta vdanost in neustrašna predanost nista posledici strahu pred prijavo. Otroci Oceanije živijo v prepričanju, da je edino prav slediti in ljubiti Velikega Brata.

Z enako vdanostjo sledijo potrošniki potrošniški normi. Normi, ki zapoveduje vitalnost, zdravje, dobrobit. Zapoved po izklesani postavi nas obkroža na vsakem koraku. Na množičnih medijih sledimo »fit« »influencerjem«, spremljamo njihove bloge ali poslušamo njihove nasvete, življenjske zgodbe na youtubu. Kult zdravega in »fit« človeka nas spremlja tudi na filmskih platnih. Naj gre za Marvellove filme, družinske komedije ali akcijske filme. Vitki, močni in zdravi liki so vedno zmagovalci dneva. Nasvete za hujšanje, boljše obvladovanje stresa ponuja tudi množica priročnikov. Rubriko Zdravje in šport lahko najdemo na spletni strani vsake knjigarne. Kot pravi Renata Salecl: »Delo na sebi (na telesu, karieri oziroma identiteti) je najvišji imperativ za vsakogar, ki si ne želi biti izključen iz družbenih omrežji in ki bi bil rad uspešen tako na zaposlitvenem kot ženitnem trgu.«²⁵ Panopticism moderne oblasti torej ni

²⁴ »1984,« film, 01:14.00, režiral Michael Radford (Canada: Virgin Films, 1984).

²⁵ Renata Salecl, *Izbira*, Ljubljana 2010, str. 48.

misлити samo v okvirih nadzora CCTV kamer, saj te večine ljudi resnično ne pripravijo do spremembe vedenja, do pokoravanja normi. Pogled potrošniške družbe kot take, pogled trga in ostalih potrošnikov, je namreč tisti, ki sili ljudi v sledenje normi. Ljudje se samodisciplinirajo, da bi bili na zaposlitvenem in ženitnem trgu uspešni. Če mislimo moderno oblast, ne samo kot oblast izvoljenih poslancev in vlade, ki nadzorujejo kamere, temveč sledimo Foucaultovemu pojmovanju oblasti kot necentralizirane, takšne, ki preči tako vladanega kot tistega, ki vlada, lahko panoptične razsežnosti potrošništva veliko lažje analiziramo. Danes prisotna disciplina, ki uveljavlja potrošniško normo, tako postane veliko bolj očitna.

Stremljenje po zdravem, krepkem telesu skušamo realizirati skozi rekreacijo, diete, duhovna sproščanja in podobno. Predvsem rekreacija in diete so mehanizmi discipliniranja, precej podobni Winstonovim jutranjim rekreacijam in skrbno racionaliziranim obrokom. Danes smo tako priča porastu števila fitnessov, dietnih svetovalcev in trgovin, ki prodajajo zdravo, dietno ali proteinsko hrano. Sodeč po statističnih podatkih IHRSA (international Health & Racquet & Sportsclub Association) je v Združenih državah danes 30 milijon evrov draga industrija fitnessov in z zdravjem povezanih industrij zrasla za najmanj 3–4 % letno zadnjih deset let. Rast se je celo pospešila. Trenutno je 20 % odraslih Američanov včlanjenih v fitness klub, številka bo predvideno skoraj gotovo skokovito narasla.²⁶ Skupaj s popularnostjo fitnesa v zadnjem času spremljamo tudi porast pomena zdrave hrane. Prodaja organske hrane in pijače je tako po podatkih organizacije »Soil Association«, ki se ukvarja z licenciranjem organskih produktov, v Veliki Britaniji zrastle za 4,5 % od lanskega leta. Danes znaša tako rekordnih 2,45 milijon funtov. Do konca leta bi naj dosegla vrednost 2,5 milijon funtov.²⁷

Trend hrane oznake »better for you«, boljše zate, je namreč vedno popularnejši. Ljudem ne gre več, da bi s hrano zadovoljili lakoto, temveč skrbijo, da bi z njo izboljšali svoje zdravje. V vsakodnevnem življenju se tako disciplinirajo v nakup manj okusne, a bolj zdrave hrane.

Povsem nova dimenzija povičevanja samodiscipline je manifestirana v resničnostih šovih, kot je The biggest Loser. Gre za šov, ki se je prvič pojavil v Ameriki leta 2004 in je pred kratkim doživel tudi slovensko adaptacijo. Kot namiguje že samo ime šova, gre za šov, kjer »loserji«, zgube, zgubijo odvečno težo in se prelevijo v družbeno sprejemljiva bitja. Bitja torej, ki s svojo vitalnostjo sovpadajo z zapovedjo norme. Cilj potrošniške oblasti se namreč sklada s ciljem pastoralne oblasti, in sicer s poenotenjem ljudi v skladu z normo. Normalizacija potrošnikov se sicer na prvi pogled ne zdi tako očitna kot normalizacija ljudi iz filma 1984. Vendarle obstaja. Cilj norme je poenotiti ljudi tako v delovanju kot izgledu. Čeprav se vsakega potrošnika oblast loti posamično, je cilj še vedno, da bi ga poenotili, prilagodili družbi. Tako se potrošniki dandanes uklanjajo zapovedim množične kulture, od filmov do propagandnega materiala firm, ki prodajajo make up, dietno hrano, fitness opremo in disciplinirajo svoje telo, da bi dosegli najbolj zdravo in lepo oblikovano postavo. Normalizirani smo torej v delovanju,

²⁶ Ben Midgley, The Six Reasons The Fitness Industry Is Booming (2018), dostopno na: <https://www.forbes.com/sites/benmidgley/2018/09/26/the-six-reasons-the-fitness-industry-is-booming/>

²⁷ Rebecca Smither, Organic food and drink sales rise to £2,45bn (2020), dostopno na: <https://www.theguardian.com/business/2020/feb/05/organic-food-and-drink-sales-rise-to-245bn>

samodiscipliniranju, pa tudi v izgledu. Morda ne gre za množico v sivo oblečenih ljudi, a bi prav tako lahko šlo, če bi modna industrija zapovedala sivo sezono.

Čeprav se je na prvi pogled zdelo, da panopticizma v potrošniški družbi skoraj ne moremo najti, je postalo jasno, da je več kot prisoten. Tako svet 1984 kakor potrošništvo poznata zapoved norme. Ta svojo oblast vzpostavlja z nadziranjem življenja objektov vladanja skozi discipliniranje. Cilj vladanja obeh je normaliziranje, poenotenje ljudi. Obe oblasti, tako potrošniška kot totalitarna, nosita značilnosti moderne oblasti, kar pomeni, da obe nadzorujeta objekte vladanja. Očitno torej nadzor v potrošništvu ni diametralno nasprotje nadzora oblasti sveta 1984.

Čeprav za potrditev hipoteze zadostuje samo, da pokažem napako v potrošniški ideološki koncepciji svobode, bi rada na tem mestu nakazala še povezavo med liberalizmom kot ekonomsko teorijo kapitalizma in totalitarizmom. Ta povezava je pomembna, saj je, kot sem že razložila v poglavju Predpostavke, liberalizem tesno povezan s potrošništvom. Če je konstruiran tako, da ne le omogoča, temveč povzroča nastanek totalitarnih držav, lahko potrošništvo razumemo kot obliko totalitarizma ali pa kot neko prehodno stanje, ki se lahko ob vsaki večji krizi prelevi v totalitarizem.

Foucault o totalitarnih sistemih pravi:

»Gotovo sta stalinizem in fašizem svoje delovanje razširila do dotlej neznanega obsega in upamo, če ne utemeljeno pričakujemo lahko, da ga ne bomo več doživeli. Enkratna pojava torej, vseeno pa ne smemo zanikati, da sta fašizem in stalinizem marsikje samo nadaljevala cel niz mehanizmov, ki so v družbenih in političnih sistemih na zahodu že obstajali.«²⁸

Mehanizmi, o katerih govori Foucault, so seveda že opisani elementi biopolitične moderne oblasti. Ta, kot pravi, je nujna posledica kapitalizma, oblikovanega po vzoru liberalistične teorije.

»Ni dvoma, da je biooblast neobhodni element kapitalizma; ta si je lahko zagotovil svoj razvoj le za ceno nadzorovane vključitve teles v produkcijski aparat in preko uskladitve fenomenov populacije z ekonomskimi procesi. A terjal je še več, (...) potreboval je oblastne metode, ki so bile zmožne krepiti moči, sposobnosti, življenje nasploh, ne da bi jih bilo spričo tega težje podrediti, (...) uskladitev akumulacije ljudi z akumulacijo kapitala, artikulacija rasti človeških skupin z ekspanzijo produktivnih sil in diferencialno delitvijo profita, vse to je bilo v veliki meri omogočeno z izvajanjem biooblasti v njenih multiplih oblikah in z njenimi multiplimi procesi.«²⁹

²⁸ Michel Foucault, »Analitična filozofija politike« v *Življenje in prakse svobode*, citirano v Peter Klepec, *Dobičkonosne strasti. Kapitalizem in perverzija 1* (Ljubljana: 2008), 97.

²⁹ Michel Foucault, *Volja do znanja*, citirano v Peter Klepec, *Dobičkonosne strasti. Kapitalizem in perverzija 1* (Ljubljana: 2008), 90.

O tem, da je bil liberalizem le predstopnja in nujen pogoj za nastop totalitarnih režimov, je pisal tudi Herbert Marcuse. Ta v svojem delu *Boj proti liberalizmu v totalitarnem pojmovanju države* zapiše:

»Obrat od liberalistične k totalitarno-avtoritarni državi se izvrši na tleh istega družbenega reda. Glede na to enotnost ekonomske baze je mogoče reči: liberalizem sam je ta, ki iz sebe poraja totalno-avtoritarno državo: kot svojo lastno dovršitev na višji stopnji razvoja.«³⁰

Tisti družbeni red, o katerem govori Marcuse, je kapitalizem. Totalitarizmi, na katere se v razpravi osredotoča, so namreč različne oblike fašizmov, ki so nastali med prvo in drugo svetovno vojno širom Evrope. Večinoma so nastajali v državah, kjer je bil sicer prej prevladujoči ekonomski sistem kapitalizem, ki je sledil liberalistični teoriji. Liberalistično pojmovanje trga in družbe, ugotavlja Marcuse, ima totalitarne zasnove. Te zasnove so, če ga beremo vstric s Foucaultom, le radikalizacije v moderni oblasti že prisotnih mehanizmov nadzora, ki so, kot smo analizirali, prisotni tudi v potrošništvu.

³⁰ Herbert Marcuse, *»Boj proti liberalizmu v totalitarnem pojmovanju države,«* prevedel Branko Šibal, v *Kritična teorija družbe*, uredil Jože Vilfan (Ljubljana: Mladinska knjiga, 1981), 95.

3 IDEOLOGIJA SVOBODE IZBRATI

Kontrast med svetom 1984 in njegovo neoliberalno različico z Macintoshem v torbi, ki ga film izpostavlja na subtilni, bolj scenografski in ikonografski kot vsebinski ravni, je svoboda izbire na eni in njeno pomanjkanje na drugi strani železne zaves. Kar v filmu zbode v oči, je pomanjkanje izbire hrane in obleke. Razen plebejcev so vsi prebivalci Oceanije, razen članov partije, obsojeni na neokusno hrano, cenen alkohol (brez vina, ki ga imajo samo člani partije), neatraktivno obleko, monotono in skromno pohištvo. Film kot kontrast pomanjkanju izbire, ki potrošnika navdaja z občutkom nesvobode, postavi skrivne zmenke med Julijo in Winstonom. Tja namreč Julija prinese bel kruh, čokolado, obleče pa se v rožasto obleko. Že sama soba njunih sestankov je ostanek starih časov, ko svet še ni pogoltnila monotonija. Ob teh zmenkih se zdita svobodna. Vsaj tako se zdi potrošniškemu gledalcu, ki za dokaz svoje svobode šteje svobodo izbire. To bom zato v pričujočem poglavju analizirala. Najprej bom predstavila različne oblike manifestacije svobode izbire, kot jih razumemo potrošniki. Nato pa bom z nekaterimi Lacanovim pojmi predstavila verodostojnost svobode izbire.

Pri tehtanju, ali promovirana izbira v potrošništvu, resnično je svobodna, bom uporabila kriterije, ki jih pri dokazovanju svobodnosti pravzaprav določa naša družba sama skozi učni sistem:

1. Izbira je svobodna, če je suverena.
2. Izbira je svobodna, če imamo možnost izbirati med vsemi možnostmi.
3. Izbira je svobodna, če je možno izbrati nekonvencionalno, uporno.

Nadalje bom skušala pokazati, kako potrošniška izbira ne le ni svobodna, temveč je celo totalitarna.

3.1 Lacanovska psihoanaliza in totalitarnost zapovedi izbiranja

LACAN IN NASTANEK SUBJEKTA

Lacanovski psihoanalitiki so za poimenovanje jezika, institucij in kulture – vsega, kar skupaj tvori družbeni prostor, v katerem živimo – uvedli izraz Veliki Drugi.³¹ To mesto so v zgodovini zasedali bogovi, kodi obnašanja ... Veliki Drugi torej ni nekaj resničnega, temveč človekov »fantazmatski scenarij o konsistentnosti družbene sfere, ki jo naseljujemo«, ki taka v resnici ni. Veliki Drugi tako, čeprav ne obstaja, deluje, kot da bi. Z njim se namreč simbolno identificiramo, vanj verjamemo. Je torej inštanca avtoritete, ki se ji podrejamo.³²

V lacanovski teoriji ločimo dve obliki identifikacije, simbolno in imaginarno. Imaginarno se identificiramo s podobo nekoga, s skupkom nekaj vidnih lastnosti, ki jih poseduje. Pri imaginarni identifikaciji oponašamo Drugega na ravni podobnosti. Simbolno pa se subjekt identificira s tisto točko v Drugem, od koder se vidi vrednega ljubezni Drugega. Te »točke« se ne da natančno opredeliti, je neposnemljiva (ne da se je posnemati na način imaginarne identifikacije), uhaja podobnosti. To točko Lacan imenuje Ideal-Jaza³³ (lahko pa ji rečemo tudi Veliki Drugi). Gre za inštanco avtoritete, ki se lahko pojavlja v obliki dejanske osebe, ali pa je le mreža sociosimbolnih razmerij, v katere smo vpeti in jih spoštujemo. Simbolno se lahko tako identificiramo bodisi s staršem ali drugo osebo, ki nam v življenju predstavlja avtoriteto, ali pa z nekim mestom, iz katerega se vidimo vsečne, v ideološki strukturi, v kateri živimo in v katero verjamemo. Takšna identifikacija pride z »žrtvovanjem sebe« za višji cilj ali za drugega, s »podreditvijo višji lojalnosti«³⁴. Subjekt je pripravljen »žrtvovati še tako bazične potrebe, gnati gladovno stavko do smrti, živeti v popolni spolni vzdržnosti in tako dalje«³⁵.

Do simbolne identifikacije z velikim Drugim pride po lacanovski teoriji prvič (v življenju se lahko namreč simbolno identificiramo večkrat) v procesu imenovanem simbolna kastracija³⁶ oz. razrešitev Ojdipovega kompleksa (S. Žižek). Pred tem je subjekt podvržen vladavini Matere (to ni nujno mati, temveč kakršenkoli Drugi z značilnostmi Lacanove matere), ki nadomešča njegov nadjaz. Zanj je značilno, da zapoveduje (uživanje). Zapovedi se subjekt mora odzvati, saj je njegova subjektivnost povsem odvisna od njenega odobravanja. Neprestano se bori za njeno naklonjenost. Zaradi te odvisnosti je podvržen vsem njenim kapricam.³⁷

Do simbolne kastracije pride, ko se osebek nauči govoriti. Ker je jezik družbeni dogovor, zrcali simbolni Zakon, ki v družbi vlada. Lacan temu zakonu pravi tudi »Ime-Očeta«. Subjekt zato

³¹ Renata Salecl, *Izbira* (Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010), 52.

³² *Ibid.*, 53.

³³ Slavoj Žižek, »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 118.

³⁴ *Ibid.*, 119.

³⁵ *Ibid.*, 124.

³⁶ Renata Salecl, *Izbira* (Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010), 55.

³⁷ Slavoj Žižek, »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 130.

preko jezika ponotranji simbolni Zakon (tisto torej, kar prepoveduje Veliki Drugi – družba skozi jezik, institucije ...).³⁸ S tem subjekt ponotranji »institut meje«³⁹, saj je bistvo Zakona, da prepoveduje določene za družbo nesprejemljive impulze in dejanja.

Ponotranjenje simbolnega Zakona ima dva pomena za subjektivnost posameznika. Po eni strani z uspešno identifikacijo, individuum oblikuje nadjaz po meri Velikega Drugega v tako imenovani očetovski nadjaz, ki je zaradi simbolne identifikacije z Zakonom nosilec vesti. S tem se subjekt osamosvoji od kapric Drugega (matere).

Subjekt, ki je ponotranjil Zakon, je tako v svojih dejanjih in željah »podložen le svojemu notranjemu Zakonu, *»glasu vesti, ta notranji Zakon ga osvobodi služenja heteronomnim vrednotam, postavi ga onstran načela ugodja, subjekt se ne meni za tostrana plačila in ugodja, /.../ pri tem pa je kajpada jasno, da ima sam ta notranji Zakon nadjazovsko razsežnost: je brezobziren, zlohотно nevtralen, zahteva svoje ne glede na okoliščine, /.../ ne da se ga podkupiti z nikakršnimi obljubami ali izkazovanjem ljubezni.«*⁴⁰

Drugi pomen simbolne kastracije pa je povezan z oropanjem »nekaj prvobitnega jouissance oz. blaženega predlingvističnega užitka«⁴¹. Ob kastraciji so preko Zakona, ki ga ponotranji, subjektu prepovedani nekateri naravni impulzi. Ti namreč niso družbeno sprejemljivi (npr. incest).⁴² Nastali manko (primanjkljaj jouissance) je temelj subjektivnosti, saj se subjekt skozi vse življenje ukvarja z njegovo nadomestitvijo. Po Lacanu je gibalno želje, ki nas pravzaprav definira kot subjekt, manko jouissance, ki si ga skušamo povrniti.⁴³ Obstoj želje je tako povsem odvisen od obstoja Velikega Drugega. Veliki Drugi je center posameznikove želje, ta je namreč bodisi objekt želje, bodisi si posameznik želi postati tak, da bi sam sebe odobral, če bi bil na mestu v družbeni strukturi, kjer je Veliki Drugi. Pomembo se je zavedati, da želja ni posledica ukaza Velikega Drugega, želja nastane preprosto kot posledica simbolne identifikacije z njim in je zato povsem »notranja«, nastane v subjektu, ne prihaja od zunaj. Kot pravi Žižek:

*»... vpeljava, integracija Zakona še zdaleč ne pomeni nekakšne represije želje, marveč nasprotno željo osvobodi njene podrejenosti zahtevi drugega in ji tako šele odpre prostor; v tem pomenu je dojeti Lacanovo trditev, da je **želja istovetna z Zakonom**. V pred-Ojdipski situaciji je želja subjekta zreducirana na zahtevo po ljubezni Matere, v podarjenem ali odklonjenem predmetu vidi izpričevanje ljubezni ali zavrnitve ljubezni Matere, in ista »matrica« strukturira tudi subjektovo razmerje do ostalih; suženjsko je ujet v dialektiko zahteve ...«*⁴⁴

Prva simbolna identifikacija je torej odločilna, saj oblikuje subjektovo razmerje do ostalih v prihodnje. Le uspešna simbolna kastracija omogoča »normalno« formacijo subjekta.

³⁸ Renata Salecl, Izbira (Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010), 55.

³⁹ Renata Salecl, Izbira (Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010), 54.

⁴⁰ Slavoj Žižek, »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 130.

⁴¹ Renata Salecl, Izbira (Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010), 55.

⁴² Ibid., 55.

⁴³ Ibid., 56.

⁴⁴ Slavoj Žižek, »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 125.

SPREMEMBA VELIKEGA DRUGEGA IN NASTANEK PATOLOŠKEGA NARCISA

Že nekaj časa filozofi, psihologi in sociologi opažajo spremembo Velikega Drugega in prek njega subjektivnosti sodobnih potrošnikov.

»... nimamo več opraviti z individuumom, ki mora integrirati zahteve okolja, strukturirane v simbolni instanci Ideal-Jaza (Velikega Drugega), marveč z »Narcisom«, ki »igre ne jemlje resno«, ki so mu zahteve okolja zgolj zunanja »pravila igre«, tako imenovani »družbeni pritisk« se pri njem uveljavlja na povsem drug način, ne v obliki Ideal-Jaza, marveč v obliki »analnega«, »sadamazohističnega« nadjaza.⁴⁵

Žižek v delu *»Patološki narcis«* kot družbeno nujna forma subjektivnosti opiše novo obliko subjektivnosti, ki jo poimenuje patološki narcis, kot nesposobno simbolne identifikacije Zakona, o kateri sem predhodno pisala, da je nujen element simbolne kastracije in nastanka subjektivnosti. Ker subjekt ne ponotranji Zakona, družbena pravila jemlje kot igro in ljudi kot igralce v njej. O sebi razmišlja kot o gospodarju, ki ima oblast nad seboj (ni odvisen od Velikega Drugega) in zmožnost, da pridobi nazaj izgubljeni jouissance. Z drugimi besedami, »izoblikuje se pojmovanje, da je subjekt vsemogočno bitje, ki je sposobno usmerjati svoje življenje tako, kot si želi, in je zmožno poiskati objekte želje ter z njimi povezani jouissance, kar bo navsezadnje prineslo zadovoljitev.«⁴⁶

Tovrsten subjekt povsem ustreza karakteristikam tipičnega potrošnika. Ta se počuti vsemogočnega v smislu, da se lahko sam izumi po svojo volji. Pri tem ga ne omejuje moralna načela, drži se jih le, da ne bi bil kaznovan, ker bi si s tem ultimativno škodoval. Z različnimi dietami, fitnessom, skrbno izbranim make upom, in še bi lahko naštevala, gospoduje nad svojim izgledom. Z vsakim nakupom pa hkrati čuti, da bo ta končno prinesel jouissance.

Pa vendar takšen subjekt ni nič svobodnejši od tistega, ki se je pokoril Velikemu Drugemu. Razlika je le v tem, da »družbena zahteva ne prevzema več oblike Velikega Drugega (izvirnik Ideal-Jaza), »integriranega« simbolnega koda, marveč ostaja na ravni pred-ojdipovskega (pred simbolno kastracijo) nadjazovskega ukaza.«⁴⁷ Patološki narcis je torej podobno kot subjekt pred simbolno kastracijo prepuščen ukazom Drugega (Materi), ki od njega za razliko od Velikega Drugega določenega delovanja ne zahteva, temveč mu ukazuje.⁴⁸ Ukazu pa se subjekt mora ukloniti, saj je njegova subjektivnost povsem odvisna od odobravanja Drugega. S tem mu je onemogočeno oblikovanje želje.

Druga razlika je v predvidljivosti. Ukaz materinskega Velikega Drugega ne sledi nobenemu moralnemu kodu, nobenemu Zakonu, zato ne moremo vedeti, kaj bo od nas hotel. Kot pravi Lasch: *»V družbi, ki zahteva, da se v družbenih razmerjih podrejamo nekim določenim pravilom, hkrati pa noče teh pravil zasidrati v kodu moralnega ravnanja, se mora individuum boriti za to,*

⁴⁵ Slavoj Žižek, »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 121.

⁴⁶ Renata Salecl, *Izbira* (Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010), 57.

⁴⁷ Slavoj Žižek, »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 121.

⁴⁸ *Ibid.*, 130.

da bi ohranil psihično ravnotežje; vse to spodbuja osrediščenost na sebe, ki spominja na primarni narcisizem imperialnega jaza.»⁴⁹

Razlogov za spremembo Velikega Drugega je sodeč po avtoritetah, s katerimi sem si pomagala pri analizi sodobnega potrošnika, več. Renata Salecl ob povzemanju francoskega psihoanalitika Charlesa Melmana zatrjuje, da »je sprememba v današnjem dožemanju Velikega Drugega povezana z domnevo, da je svet racionalno organiziran.«⁵⁰ To idejo v določeni meri za samoumevno jemljemo od oblikovanja moderne družbe naprej. Takrat je »bog umrl«, človek ni več iskal potrditve za svojo eksistenco izven sebe, temveč si je pri razlagi pomagal z znanostjo, s svojim umom. Kot vemo, znanost ne slika sveta kot enotnega, predvidljivega, še manj varnega. Avtorica tako nadaljuje, da »verjetje v racionalni svet včasih preprečuje sleherno možnost razmišljanja o Drugem (mišljeno Velikem Drugem), pa tudi predpostavlja, da je svet nepredvidljiv in da ne obstaja noben veliki načrt, ki ga drži skupaj.«⁵¹ Hitro lahko opazimo podobnost sveta znanosti, negotovega, brez smisla, s svetom materinskega Velikega Drugega. Tega nepredvidljivega, brezzakonskega Drugega, ki zapoveduje patološkemu narcisu. Sodobni človek tako za razliko od na primer fevdalnega kmeta ne verjame v enotno urejenost sveta, v nevprašljiv kod zakonov, v usodo. Tega je učen od malih nog naprej, saj je v znanstveni družbi naturalističen pogled na svet globoko ukoreninjen tako v vzgojo kot v šolski sistem.

O razpadu avtoritete Zakona pravzaprav govori tudi Foucault, ki se je sicer vedno krčevito otepal kakršnekoli povezave s psihoanalizo. Pojav moderne oblasti namreč hodi z roko v roki s pojavom norme, ki zapoveduje življenje in ga z discipliniranjem nadzoruje. Ta nadomesti vladavino transcendentnega zakona. Zakon, o katerem govori Foucault sicer zaobjema pravosodje, ki hodi z roko v roki s pojmom kršitve in kazni, a je v svojem bistvu kakor simbolni Zakon inštanca avtoritete, ki od subjekta nekaj zahteva. Na drugi strani je norma, ki predstavlja pri Foucaultu univerzum zopora, ki »s svojimi disciplinskimi postopki normira in normalizira«, torej ukazuje, zapoveduje določeno vedenje, kot to počne materinski Drugi.

Ker je ekonomski sistem, kot sem poudarila že v prejšnjem poglavju, večkrat ključen za razumevanja sprememb v družbi, je smiselno spremembo Velikega Drugega raziskati tudi tako. O pomenu sprememba ekonomskih sistemov za razvoj subjektivnosti pišejo Lasch⁵² ter Boltanski in Chiapelllova⁵³. Vsi trije analizirajo nastanek patološkega narcisa skozi tri etape:

1. »Individuum protestantske etike«, ki je značilen za 19. stol. in začetek 20. stol. je vase usmerjeni. Njegovo temeljno načelo je individualna odgovornost in individualna iniciativa. Vsak je odgovoren zase in vsak je sam odgovoren pred Bogom. Večji pomen kot socialnim zakonom pripisuje notranjemu glasu vesti. Ta obstaja, ker subjekt nastaja s simbolno identifikacijo z mestom v strukturi protestantske ideologije. Takšen subjekt

⁴⁹ Christopher Lasch, »The Culture of Narcissism« v »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 121.

⁵⁰ Renata Salecl, *Izbira* (Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010), 57.

⁵¹ *Ibid.*, 57.

⁵² Slavoj Žižek, »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 120 – 121.

⁵³ Peter Klepec, *Dobičkonosne strasti, Kapitalizem in perversija, I.* (Ljubljana: Analecta, 2008), 34 – 37.

je odgovor in povod za razvoj ekonomije kapitalizma 19. st.⁵⁴ Dodatek B&C je, da je vodstvo v takem gospodarstvu koncentrirano v liku velikega gospodarstvenika, ki podjetje razume koz svoj ali družinski projekt.⁵⁵

2. Z razvojem birokratsko korporativnega kapitalizma po koncu gospodarske krize leta 1933 se izgubi individualna avtonomija značilna za individuuma protestantske etike. Nastane »človek organizacije«. To se kaže tudi v spremembi oblike vodstva, kot ugotavljata B&C, saj vodja ni več izstopajoči gospodarstvenik, temveč manager.⁵⁶ Njegova največja vrednota je pripadnost skupini, od katere priznanja je odvisen. »V svojem Ideal-Jazu se subjekt gleda z očmi vrstniške skupine, gleda se takšen, kakršen bi moral biti, da bi bil vreden ljubezni te skupine«. Subjekt nastane s podrejanjem zakonom institucije, skupine, ki predstavlja inštanco avtoritete, s katero se identificira. Pri tem izgubi samostojnost, a se s tem, ko najde sebe v družbeni strukturi, se formira. Subjekt birokratsko korporativnega kapitalizma je zato nujno konformističen.⁵⁷
3. Z rojstvom potrošništva in permisivne, postindustrijske družbe po letu 1968, kakor letnico začrtata B&C, se poruši okvir subjekta, ki ga nosita individuum protestantske etike in človek organizacije. Ideal-Jaz, ki pri obeh nastane s simbolno identifikacijo bodisi s skupino ali z nekim mestom v protestantski ideološki strukturi, pri nastalem narcisu ne obstaja. Razlog za zrušitev subjekta, njegovo razpršitev, je med drugim sprememba v kapitalistični proizvodnji. Kot pravita B&C smo po letu 1968 priča skupnemu upravljanju, lastništvu, celo samoupravljanju (ki je danes prevzelo razsežnosti prekarnega dela).⁵⁸ Klepec na nekem drugem mestu omenja potrebo reformiranega kapitalizma po nekonformističnih posameznikih, po upornikih. Pri tem citira enega velikih teoretikov marketinga, Georga Loisa, ki izjavlja: »Talentirano delo je, ipso facto, nekonvencionalno.⁵⁹ Potreba po nekonvencionalnem delu na trgu se kaže v spremembi načina vzgoje in na splošno propadu institucionalnih avtoritet. Pojavi se permisivna vzgoja, ki stavi na »samoustvarjanje« otroka, ki da mora ostati avtentičen, drugačen. Tudi šolstvo se je od 70-ih let naprej drastično spremenilo. Namesto inštitucije, ki je učila vrednote in poudarjala učiteljsko in starševsko avtoriteto, je postala kraj vzreje avtentičnih osebkov. Dandanes učitelj skorajda nima moči nad učenci, vsa je prepuščena staršu, ki je svojega otroka sledeč trendom vzgajal nadvse permisivno.

⁵⁴ Slavoj Žižek, »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 120.

⁵⁵ Peter Klepec, *Dobičkonosne strasti, Kapitalizem in perversija, I.* (Ljubljana: Analecta, 2008), 35.

⁵⁶ Ibid., 35.

⁵⁷ Slavoj Žižek, »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 120.

⁵⁸ Peter Klepec, *Dobičkonosne strasti, Kapitalizem in perversija, I.* (Ljubljana: Analecta, 2008), 35.

⁵⁹ Ibid., 43.

3.2 Razprava o svobodi izbirati

Kakor v prejšnjem sklopu analize podobnosti nadzora pri totalitarni in potrošniški družbi bom tudi tu skušala pokazati podobnost med nesvobodnostjo totalitarnega in potrošniškega subjekta. Ker je subjekt odvisen od Velikega Drugega, bom zato najprej pokazala podobnost med Velikim Drugim sveta 1984 in potrošništvu. Nato bom primerjala še izbiro, katere svoboda je v filmu 1984 poudarjena kot ena temeljnih razlik med totalitarizmom in potrošništvom.

3.2.1 VELIKI DRUGI V POTROŠNIŠTVU IN TOTALITARNIH SISTEMIH

VELIKI DRUGI V SVETU 1984

Pojavlja se vprašanje, ali je pripadnik sveta 1984, človek totalitarne države, patološki narcis in tako subjekt podoben potrošniku, ali pa je njegova subjektivnosti drugačna. Ker je pojavna oblika Velikega Drugega ključna za nastanek in oblikovanje subjektivnosti ljudi v določeni družbi, lahko subjektivnosti ljudi v svetu 1984 najbolje opišem skozi analizo Velikega Drugega, ki ga v svetu 1984 predstavlja simbol Velikega Brata. Rada bi opozorila, da je oris subjektivitete človeka sveta 1984 oris *tipične* subjektivitete.

Kot sem že razložila, lahko Veliki Drugi zaseda obliko podobno prvemu Velikemu Drugemu, torej materi, ali pa očetu. Lahko je torej materinski ali očetovski Veliki Drugi. Očetovski Veliki Drugi je mesto v družbeni strukturi, s katerim se simbolno identificiramo. To pomeni, da obstaja več oblik Velikega Drugega, s katerimi se lahko identificiramo. Od nas, naše narave, zgodovine, izkušenj je odvisno s kom ali s čim se bomo simbolno identificirali, ne obstaja samo ena oblika avtoritete. Za očetovskega Velikega Drugega je značilno tudi, da omogoča formulacijo želje, saj si subjekt vedno želi (zaradi manka jouissance) postati sam sebi všečen, kar pa lahko postane le, če se čim bolj približa zapovedim Zakona, ki ga je ponotranjil. Očetovski Veliki Drugi je poleg tega predvidljiv, vedno vemo, kaj zahteva, saj je jasna avtoriteta, jasen Zakon. Ne da se ga podkupiti.

Veliki Brat se nekako ne sklada z značilnostmi očetovskega Velikega Drugega. Najprej ne obstaja več možnosti, več inštant avtoritete, s katero bi se lahko prebivalec Oceanije simbolno identificiral. Obstaja le ena, in sicer Veliki Brat. Subjektu je tako povsem odvzeta možnost izbire, s kom naj se identificira.

Drugič, Veliki Brat ne omogoča artikulacijo želje. Od nas namreč zahteva določeno vedenje. Prebivalci Oceanije ne sledijo zakonom vedenja, obnašanja, mišljenja in tako dalje, ker jih v to vodi poslušanje notranjega Zakona, s katerim bi bili simbolno identificirani, temveč, ker jim tako zapoveduje Veliki Brat. Zapovedi sledijo, ker so odvisni od njegove ljubezni, kakor je otrok odvisen od ljubezni svoje matere. Izgrednike, tiste torej, ki ne čutijo ljubezni do Velikega Brata, zato pošljejo v Ministrstvo za Ljubezen, kjer jih ga naučijo ljubiti.

Tretjič, zahteve Velikega Brata niso predvidljive, kot bi bil predvidljiv ponotranjeni Zakon. Skozi zgodbo Winstona lahko vidimo, kako ta nikoli ne ve, kaj od njega oblasti hočejo, kaj je tisto, kar ga bo poslalo za zapahe. Zgodovina se nenehno spreminja, spreminjajo se tudi zapovedi

obnašanja, zato nikoli ne more zaupati glasu vesti, notranjemu Zakonu, ki bi mu narekoval, kako se obnašati. Neprestano zato živi v strahu, da ne bi zašel z željene poti. Simptomatsko je njegovo trpljenje v Ministrstvu za Ljubezen, kjer ne ve, kaj od njega hoče nadzornik. Prosi ga, da mu pove, koliko prstov vidi. Winston se nikoli ni mogel simbolno identificirati z Velikim Bratom. Če bi se, bi na vsako vprašanje nadzornika znal odgovoriti, saj bi mu odgovore narekoval notranji Zakon. Odgovor, ki ga zahteva nadzornik, je odgovor, ki mu ga takrat zapoveduje Veliki Brat. Ta pa se neprestano spreminja. Oceanija na primer ni vedno v vojni z Evrazijo, zato Winston ne more vedeti odgovora na to nadzornikovo vprašanje, če ni prej poznal nove zapovedi Velikega Brata. Po drugi strani pa ravno ta nestabilnost zapovedi Velikega Brata omogoča njegovo podkupljivost. Zapoved za razliko od Zakon ni stalna, nepopustljiva, temveč je prilagodljiva. V trenutku, ko začne Winston Velikega Brata ljubiti, ni več pomembno, kakšen je odgovor na nadzornikova vprašanja, ker ta nikoli ni bil resnično pomemben. Pomembna je bila pokornost zapovedi.

Lastnosti Velikega Brata, oz. tega, kar v družbi 1984 ta simbolizira, tako niso lastnosti očetovskega Velikega Drugega, temveč lastnosti materinskega Velikega Drugega. Tistega torej, ki zapoveduje, nalaga, zahteva ljubezen, ki ne postavlja zakonov, a zahteva lojalnost. Gre za Velikega Drugega, ki ni predvidljiv, kapricam katerega je posledično na milost in nemilost prepuščen subjekt.

VELIKI DRUGI IN PATOLOŠKI NARCIS V POTROŠNIŠTVU

Veliki Drugi v potrošništvu je Veliki Drugi tretje etape razvoja subjektivitete v patološki narcizem, torej materinski Veliki Drugi, o katerem je bilo v raziskovalni nalogi povedano že precej. Smiselno pa je nasloviti tudi morebitne bralčeve dvome o besedah avtorjev, ki so pojav opisali. Za »influencerje«, pop zvezde in podobno, bi na prvi pogled lahko trdili, da nadomeščajo vlogo Velikega Drugega v sodobnem potrošništvu.

Takšno prepričanje bi bilo zmotno. Če racionalno analiziramo večino primerov (govorjenje v absolutih bi bilo nesmiselno, saj v vsaki družbi obstajajo izjeme) se z »infuelcerji« in pop zvezdniki identificiramo le na imaginarni ravni. Želimo jim biti čim bolj podobni, zato skušamo posnemati njihov slog oblačenja, njihov način govora, make up in podobno. Veliko takšnih pop ikon to s pridom izkorišča, saj propagirajo cele linije ličil, modne znamke, ki so slavne bolj kot ne samo zato, ker jih propagirajo ljudje, ki jim skušamo biti podobni. Dekle na primer, ki hoče izgledati kot Rihanna, bo gotovo uporabljalo ličila njene znamke Fenty Beauty. Moški, ki bi bil rad podoben Davidu Beckhamu, bo nosil spodnjice, ki jih ta nosi na reklamah. Podobnost, kot sem že razložila, ni ultimativna oblika identifikacije. Ta nastopi šele s simbolno identifikacijo. Z identifikacijo, ki presega opisano željo po »izgledati, kot izgledajo oni«. Če bi bila identifikacija s pop ikonami resnično simbolna, bi se želeli vesti ne le tako, kot se vedejo oni, temveč prej tako, da bi oni naše vedenje odobraval. Pop ikone bi morale predstavljati velik del našega vsakdana, kar pa ne drži. O Rihanni tipično dekle razmišlja le zjutraj, ko si dela make up in ko se oblači. Ko je v šoli, na treningu in tako naprej, se z njo ne ukvarja pretirano. Ne skuša se vesti tako, da bi v njej vzbudila odobravanje, kar bi bilo vedenje človeka, ki se simbolno identificira z nekom ali nečem.

Potrošnik torej je subjekt, ki je neprestano pod vplivom materinskega Velikega Drugega, ki mu zapoveduje trošenje in uživanje, kakor zapoveduje ljudem Oceanije Veliki Brat. Že samo dejstvo, da sta oba svetova, potrošniški in totalitarni, svetova, kjer je mesto očetovskega Velikega Drugega nadomestil materinski, je povod za dvom o diametralnem nasprotju med totalitarizmom in potrošništvom. Subjekta, ki sta oblikovana pod vplivom materinskega Velikega Drugega, ne glede nato, ali se ta pojavlja na zahodni ali vzhodni strani železne zaves, namreč ne moreta biti korenito različna.

3.2.2 SVOBODA IZBIRE V POTROŠNIŠTVU IN SVETU 1984

Verjamem, da bi lahko bralec kljub zgornjemu argumentu še vedno dvomil o podobnosti totalitarizma in potrošništva. Konec koncev se, ne glede na obliko Velikega Drugega v družbi, zdi, da ima subjekt potrošništva veliko svobodnejšo izbiro. Ima namreč svobodo izbirati. Ta izbira se zdi neprisiljena, če imaš dovolj denarja, neomejena, nenazadnje pa je potrošniška izbira lahko tudi uporniška.

Verjeti vase, biti »selfmademan«, se graditi in oblikovati po svoji volji, zato nujno biti drugačen, tako se človek najlažje osvobodi, če verjamemo zdravorazumskemu (ideološkemu) prepričanju potrošniške družbe. Ta ne le ponuja možnost samoidentifikacije kot poti do osvoboditve, temveč jo zapoveduje, kakor mati zapoveduje svojemu otroku. Pri tem igrajo ključno vlogo množični mediji, potrošniška različica materinskega Velikega Drugega, ki potrošnika obsipavajo s filmi, ki slavijo individualno rast, »influencerji« in priročniki za osebno rast in razvoj. Zapovedujejo pa tudi zaposlovalci in šolski sistem. Če hočeš biti sprejet na željeno delovno mesto ali šolo, je ena izmed glavnih zapovedi, priporočil pri pisanju motivacijskega pisma, da se pokažeš kot drugačen od ostalih, avtentičen, izstopajoč. Vzpon socialnih omrežij je omogočil še večjo svobodo izbiranja identitete. Ne le, da si lahko vsakdo ustvari profil po lastni volji in izbiri, temveč lahko ima celo več različnih profilov hkrati.

Potrošnik, kakor patološki narcis, zato lahko menjuje več različnih identitet. Dandanes je lahko tako naključen gimnazijec priden in poslušen odličnjak od 7h zjutraj do 15h popoldne, nato gre s prijatelji iz ene izmed mnogih subkultur na kavo, kjer prevzame vlogo kultnega levičarja, upornika zaradi upora pač. Politika ga v bistvu ne zanima, v skupini levičarjev je zanimiva punca/fant in za dve uri se ni težko pretvarjati, da veš kaj o Marxu. Nato gre na trening nogometa, kjer v družbi soigralcev razpravlja o včerajšnjem prenosu tekme. Med njimi povsem prevzame identiteto športnika, skrbi za svojo fizično pripravljenost in zdravje. To seveda počne po navodilih prodajalca trgovine Proteini.si, sledeč kakšnem znanemu influencerju/vlogerju, ali pa si je dejansko kupil katerega od priročnikov o tem, kako živeti zdravo. Po koncu treninga gre domov, kjer prevzame identiteto poslušnega otroka, ki uboga starševska pravila. Zvečer pa, kot da nikoli ne bi obstajala skrb za zdravje in poslušnost avtoriteti, svojega »upornika« spusti iz vajeti v klub ali baru.

Nič od naštetega ni v svetu 1984. V nadaljevanju bom zato po kriterijih neprisiljenosti, neomejenosti in upornosti izbire analizirala njeno svobodo v potrošništvu in svetu 1984.

1. Izbira je svobodna, če je neprisiljena.

Zakaj bi si svobodni človek sploh želel izbirati? Verjetno zato, ker ima občutek, da sledi svojim željam. Edina možna svobodna izbira je tako tista, za katero se odločimo sami, na podlagi predhodne želje.

Ali lahko rečemo, da potrošniški človek izbira, ker je pred izborom obstajala želja po nečem? Kot smo že izpostavili v poglavju Lacan in nastanek subjekta, je zaradi neobstoja očetovskega Velikega Drugega v potrošniški družbi ogrožen obstoj želje. Ker ni več inštanca avtoritete, Velikega Drugega, s katerim bi se lahko posameznik identificiral, posameznik nima nikogar, ki bi mu povedal, kaj naj si želi. Ne obstaja nekdo, s komer bi se hoteli/mogli simbolno identificirati. Materinski Veliki Drugi, ki nadomešča očetovskega, ne omogoča želje, temveč le zapoveduje, kaj naj počnemo, kaj naj kupujemo.

Morda se zdi na prvi pogled trošenje zaradi želje, ki je posledica identifikacije z Velikim drugim in trošenje kot posledica materinskega ukaza, podobno. Vendar ni. Pri trošenju zaradi želje bi človek sam formiral vprašanje, sam bi postavil potrebo po nekem predmetu, ki bi po njegovem mnenju sledilo želji, nato bi med možnostmi sam izbral odgovor na postavljeno vprašanje. To bi bilo sicer za potrošniški sistem skrajno neproduktivno. Nesmiseln bi bil namreč takrat obstoj priročnikov za izboljševanje videza in počutja. Nesmiselni bi bili »bloggerji« in drugi »influencerji«. Razlog, zakaj obstajajo, je namreč, da nam povedo, kaj potrebujemo in ne zadostijo neki naši že prej formirani želji. Sugerirajo nam, katero znamko čevljev, ličil, vrsto hrane in tako dalje moramo uživati. Bistvo njihovega obstoja je, da nam ponujajo »odgovore brez vprašanj«. ⁶⁰ Ustvarijo »neznosen občutek praznine našega vsakdana, nezadostnost našega seksualnega življenja, neustvarjalnost našega početja ... in hkrati občutek naše popolne nemoči in nesposobnosti, da bi sami našli pot iz zagate.« ⁶¹ Ko potrošnik dejansko izbira, tako ne izbira, da bi izpolnil željo, temveč zato, da se odzove ukazu materinskega velikega Drugega, naj izbira. Odzvati pa se mu mora, ker je, kot smo že izpostavili od njega popolnoma odvisen. Če se potrošnik ne odzove nasvetu (ukazu) propagandne vsebine, tvega neodobravanje v očeh drugih, ki so ob neobstoječem Velikem Drugem oblika materinskega Drugega, katerega odobravanje nujno rabi za identifikacijo. Izven njih namreč ni nobene inštanca, s katero bi se lahko identificiral. Za ilustracijo si zamislite tipičnega potrošnika s profilom na nekem družbenem omrežju, na primer instagramu. Njegova samopodoba, kot bi temu rekli psihologi, temelji na količini všečkov, ki jih dobi za vsako objavljeno sliko. Identiteta, ki si jo je ustvaril na medmrežju, je namreč odvisna od priznavanja Drugega, ki v tem primeru predstavlja sledilce. Nekdo ni nekdo, če ga za takšnega ne priznavajo drugi. V iskanju njihovega priznanja mora zato izboljševati svoj videz, trošiti. Kakor materinski Drugi mu sledilci nalagajo samoidentifikacijo, nalagajo mu izbiranje med različnimi oblikami izboljševanja svojega profila. Če bi število sledilcev drastično upadlo, bi se samopodoba subjekta zrušila. Zrušila bi se namreč njegova celotna subjektiviteta, ki temeljni na odobravanju drugih.

⁶⁰ Slavoj Žižek, »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti« v *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič (Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985), 124.

⁶¹ Ibid., 124.

Ker je torej izbira v potrošništvu ukaz Drugega in ne pravi odraz želje, kakor ni nobena Winstonova izbira, ne moremo reči, da je katerakoli od teh dveh izbir svobodna. Izbiri subjekta totalitarne države in potrošniške zato nista diametralno nasprotni. Obe sta odraz ukaza in zato nesvobodni.

2. Izbira je svobodna, ko lahko izbiramo med vsemi možnostmi.

Naslednji mogoč bralčev argument, zakaj se mu zdi subjekt potrošništva navkljub obstoju materinskega Drugega diametralno nasprotje subjekta totalitarnega sistema, je paleta potrošnega materiala, iz katere lahko izbira. Tega na primer Winston gotovo ni mogel početi. Pa vendar, tudi potrošništvo ne omogoča izbiranja med vsemi možnostmi. Tista izbira, ki nam je odtegnjena, je izbrati, da ne izbereš, ali »izbirati, kdaj bomo izbirali.«⁶² Če hočeš ostati potrošnik, moraš trošiti. Ker je izbirati ukaz materinskega Drugega in se mu ne moremo pokoriti, ne izbiranje ni možnost, čeprav bi morala biti povsem legitimna.

Kot ugotavlja Renata Salecl: *»Iziranje je vselej skok vere. Ko se poskušamo zadovoljiti s samoomejevalnimi mehanizmi, ne počnemo drugega, kot »izbiramo« Velikega Drugega, izmišljujemo si simbolno strukturo, ki nas bo odrešila tesnobe izbire. /.../. Toda sam obstoj Velikega Drugega je vselej naša »izbira«, naša fantazma. In s tem, ko mu damo življenje, izberemo možnost, da ne ne izberemo – da za nas izbere nekdo drug.«⁶³*

Ker torej v potrošniški družbi Velikega Drugega ni več, je možnost izbire ne izbrati izničena. Zato svobodna izbira tudi po potrošniški definiciji, da je torej to izbira med vsemi možnostmi, ni resnična. Ena možnost je vedno izpuščena. Seveda je možnosti več, kot jih je imel na razpolago tipični državljani Oceanije, a to sploh ni pomembno. Četudi ima suženj možnost izbirati med vsemi užitki sveta, nositi katerokoli obleko, jesti katerokoli hrano, je še vedno nesvoboden, ker mu je ena izbira odtegnjena. Izbira osvoboditi se od gospodarja, ne izbirati, kadar hoče, da izbiramo, ne uživati, kadar to zahteva. Srečni suženj je še vedno suženj.

⁶² Renata Salecl, *Izbira* (Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010), 39.

⁶³ Renata Salecl, *Izbira* (Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010), 53.

3. Izbira je svobodna, če je možno izbrati nekonvencionalno, uporno.

Če bralec še vedno ne verjame, da svoboda potrošniške izbire ni dejanska, oziroma vsekakor ni diametralno nasprotje svobode ljudi sveta 1984, je to morda zato, ker si je težko predstavljati, da bi bila družba, kjer si lahko vsakdo po mili volji upira, izbere upor kot način identifikacije, nesvobodna.

V potrošniški družbi namreč upor srečamo na vsakem koraku. Širi se skozi množične medije, čaščen je na filmskih platnih, med »influencerji«, v propagandnem materialu znamk. Pomislimo samo na znane zvezdnike, kot so na primer Eminem, Billie Eilish, Justin Bieber, Avril Lavigne, Gerard Way, Bjork, Kanye West, Lady Gaga, Miley Cyrus. Gre za same upornike, glasbenike, ki so si zgradili svoj uspeh na lastni znamki upornika. Upirajo se v javnem in zasebnem življenju. Poleg tega so pesmi mnogih prežete z uporom. »I'd rather be anything but ordinary, please«, poje Avril Lavigne. Tega so prevzele tudi mnoge znamke, ki propagirajo svoje izdelke kot tipično uporniške. Poznamo primer znamke ličil z imenom Revolution, kolekcije oblačil Mochino leta 2016 in celo enega najbolj znanih citatov na trgu tekstilne industrije: »Just do it!«. Obraz visoke mode je že lep čas mešanje najbolj odbitih barv, oblik in vzorcev, da bi se uprli še tistemu malo, kar je ostalo konvencionalnih pričakovanj. Zdi se, da sodobna družba želi dati vtis, da je v svojem bistvu uporniška. Povezovanje upora z osvobajanjem se zdi logično. Družba upora se zdi zato logično svobodna družba. Tako nas konec koncev učijo v šolah.

Sledeč zgodovinskim učbenikom, ki so osnova zgodovinskega razumevanja širše populacije, je akt upora razumljen kot ultimativen dokaz svobode posameznika. Ravno nestrinjanje z mnenjem večine namreč dokazuje sposobnost lastnega razmišljanja. Platonovi jamski ljudje, ki živijo v prepričanju, da so slike idej, ki jih opazujejo na stenah svojega jamskega domovanja resnične, niso svobodni. Svobodni so tisti, ki se uprejo zaslepljenosti udobnega življenja v jami in splezajo iz nje, na luč, v svet idej. Čeprav se s takim pojmovanjem svobode mnogi filozofi ne bi strinjali, jo tako nekako razumemo danes, znotraj potrošniške ideologije. Primerjalno gotovo za svobodnejše štejemo upornike nacističnemu režimu, kot so bili Sophie Scholl in podobni, kot pa večinsko poneumljeno množico. Francoski mladeniči, ki so pojoč Merseljezo korakali nad Pariz in pripomogli k zmagi francoske revolucije, so prej simbol svobode kot pa rojalistični privrženci ali zagovorniki fevdalizma.

Svoboda je od razsvetljenstva naprej vrednota, upor proti zatiranju pa njen podaljšek, kot pravica zapisan že v Deklaraciji o človekovih pravicah. Tako ni čudno, da se zdi potrošniku povsem logično, da družba, ki časti upor, ne more biti nesvobodna družba.

Vendarle, takšno »logično« in »zdravorazumsko« sklepanje ni gotovo. Dovolj bi bilo na tem mestu opomniti, da celo Kant, pomemben glasnik razsvetljenstva, kjer svoboda prvič postane človekova pravica in družbena vrednota, ob znanem pozivu »Sapere aude!« pripomni: »Rezoniraj kolikor hočeš, toda ubogaj.«⁶⁴

⁶⁴ Peter Klepec, *Dobičkonosne strasti, Kapitalizem in perverzija, I.* (Ljubljana: Analecta, 2008), 29.

UPOR KOT IDEOLOGIJA

Upor se zdi podaljšek svobode, zdravorazumski, naraven. Tako kakor se je zdelo sovraštvo do Židov v nacistični Nemčiji, služenje fevdalnemu gospodu v fevdalizmu ali Velikemu Bratu v 1984 oz. vodji partije v socializmu. V trenutku, ko je upor postal prevladujoč način razmišljanja, je namreč postal ideologija, kot tisto očitno, zdravorazumsko v dojemanju sveta poimenuje Althusser. Ko nekaj postane ideologija, stopi v službo vladajočega razreda, katerega obstoj legitimira. V romanu 1984 je uničevanje zgodovine legitimirala ideologija vsemogočnosti Velikega Brata. V trenutku torej, ko upor postane ideologija, izgubi tisto, kar ga je nekoč delalo za sredstvo emancipacije in osvobajanja, in sicer možnost boja proti ideologiji. Ta je namreč postal.

Da bi dokazala to opažanje, si moramo potrošniškega upornika pogledati od bližje. Kdo sploh je danes upornik? Kako izgleda? Peter Klepec v delu *Dobičkonosne strasti sodobnega upornika* poimenuje »professional aginstster,« profesionalni upornik. Kot ga opiše, gre za upornika, ki se upira vsemu kot poklic. Upira se zaradi upora samega, »without a cause«, kot bi rekel James Dean.⁶⁵ Večina potrošnikov se niti ne upira namenoma, temveč preprosto zato, ker jim je všeč barva majice, ki nosi uporniški slogan. Ali pa zato, ker je preprosto »kul« biti upornik, veliko bolj kot ne biti. Ker vsi poslušajo uporniško glasbo in ker vsi poslušajo uporniške »influencerje«. Uporništvo ni več nastrojeno proti nečemu, temveč je preprosto način stapljanja z množico. Nima cilja, nima namena, je, ker pač je.

Zdi se nesmiselno, da bi neko prepričanje v družbi obstajalo brez namena/razloga, zato nas logično sklepanje zopet popelje k povezovanju kulta uporništva z ideologijo. Povsem legitimno vprašanje na tej točki bi zato bilo, zakaj se uporniška ideologija pojavlja v potrošniški družbi, komu koristi? Da bi razumeli odgovor na to vprašanje, moramo identificirati še eno značilnost profesionalnega upornika. Ta se ne upira potrošništvu, temveč se celo upira znotraj njega, z njegovo pomočjo. Upira se namreč s kupovanjem uporniških oblačil, pesmi in drugih proizvodov kapitalizma. Novodobnega upornika zato Klepec okliče za »protestnega potrošnika«. Upornika, ki uporno troši. Potrošnja pa je glavni vir zaslužka, »glavno gibalno in motor sodobnega kapitalizma«.⁶⁶

Kult uporništva, ki smo mu priča v potrošniški družbi, torej ne le onemogoča upor kot sredstvo osvobajanja, temveč ga celo spreminja v del potrošniške ideologije, ki poganja kapitalistični ekonomski sistem in ga s tem ohranja. Potrošniški upor je torej sledeč podani argumentaciji diametralno nasprotje tega, za kar se skuša predstavljati potrošnikom skozi potrošniško ideologijo. Izbira, ki je potrošniško uporniška, zato ne more biti osvobajajoča.

⁶⁵ Peter Klepec, *Dobičkonosne strasti, Kapitalizem in perverzija, I.* (Ljubljana: Analecta, 2008), 34.

⁶⁶ *Ibid.*, 34.

1. UPOR KOT UKAZ

Razlog za neučinkovitost upora kot sredstva liberalizacije pa leži tudi v sami formi, v kateri se subjekt »loti« upora. Na tem mestu bi bilo morda dobro izpostaviti dve lastnosti potrošniškega subjekta, torej patološkega narcisa, o katerih sem govorila že v poglavju Sprememba Velikega Drugega in nastanek patološkega narcisa.

1. Prevladujoča subjektivnost sodobnega potrošnika, patološki narcis, ni zmožen simbolne identifikacije z Zakonom. Kot sem zapisala, takšna identifikacija pride z »žrtvovanjem sebe« za višji cilj ali za drugega, s »podreditvijo višji lojalnosti«. Tega patološki narcis ni zmožen, v vsaki situaciji zato vedno misli le na svoj narcistični dobiček. Ker je bistvo upora »žrtvovanje sebe« za višji cilj, žrtvovanje lastne dobrobiti za nekaj, v kar verjamemo, je narcis nezmožen upora. Sodobni upornik se zato upira, dokler mu upor ne škodi, dokler se lahko upira le z nošenjem majic z uporniškimi slogi, poslušanjem uporniške glasbe in podobno. Veliko manj je takih potrošnikov, ki so pripravljeni za višji cilj, na primer obrambo okolja pred propadom, prenehati uživati potrošniške produkte.
2. Družbene norme mu niso nič več kot pravila igre, saj z njimi ni simbolno identificiran. Tisto, kar se zdi upor, je torej le nezmožnost dojemanja pravil družbe kot zavezujočih. Nikjer ni akta upiranja, akta osvobajanja, ker patološki narcis nikoli ni bil »ujet« v simbolno zavezujočo družbeno strukturo. V družbi, kjer je alkohol za otroke mlajše od 18 let prepovedan le na papirju, na primer uživanje alkohola pred zakonsko določeno starostjo ni upor.
3. Patološki narcis je odvisen od ukaza materinskega Drugega, saj si neprestano prizadeva za njegovo afirmacijo. Upirati se zato mora, če potrošniška družba od njega zahteva avtentičnost, drugačnost. Če vsi vrstniki poslušajo uporniško glasbo, nosijo uporniška oblačila ali kršijo zakone, mora to storiti tudi sodobni subjekt. Njegova samopodoba namreč sloni na afirmaciji bodisi vrstniške skupine, bodisi na količini »všečkov« na socialnih omrežjih. Upor tako ne le, da ni dejanski upor, temveč je celo nujna oblika posameznikovega vedenja, če naj ta ostane družbeno sprejemljiv in sprejet. To pa nujno mora biti, če hoče ohraniti integriteto svoje subjektivnosti.

Zaradi spremenjene subjektivnosti je sodobni potrošnik nezmožen upora, ki bi omogočal liberalizacijo. Upora torej, ki ga filozofi razumejo za osvobajajočega, na katerega opozarjajo šolske zgodovinske knjige. Upor, ki smo mu priča dandanes je v svojem bistvu neuporniški zaradi nezmožnosti potrošniškega subjekta, da bi se upiral, hkrati pa je koristi neoliberalnemu sistemu, potrošniškemu sistemu, proti kateremu bi se moral upirati, da bi se lahko kvalificiral za dejanski upor.

Četudi se torej na prvi pogled zdi, da je pomembna ločnica svobode potrošniškega subjekta od subjekta sveta 1984 upornost njegove izbire, je ta upornost lažna in zato ne konstituira diametralnega nasprotja s totalitarizmi.

4 ZAKLJUČEK IN UGOTOVITVE

Raziskovalna naloga prinaša ugotovitev in potrditev hipoteze, da elementi totalitarne družbe, ki jih film 1984 predstavlja kot tipično nesvobodne, niso diametralno nasprotje elementov potrošniške družbe. Elementa totalitarne družbe, na katera sem se pri raziskavi koncentrirala, sta bila mehanizem nadzora in nesvobodna izbirati.

Moderna oblast, ki je po Foucaultu biopolitična, kar pomeni, da si za cilj in legitimacijo obstoja jemlje skrb za življenje, se s svojim panoptičnim mehanizmom nadzora objektov vladanja sklada z oblastjo v totalitarnih sistemih in v potrošništvu. Tako v enem kot v drugem je namreč oblast pastoralna, kar pomeni, da se kaže kot prizadevanje za skrb za življenje ljudi. Obe oblasti vzpostavljata zapoved svoje norme v obliki discipliniranja telesa in cilj normiranja ljudi obeh je normalizacija. Če naj torej verjamemo avtomatskemu odzivu potrošnikov ob ogledu delovanja moderne oblasti v filmu 1984, in sicer, da gre za totalitarno, omejujočo oblast, potem bi morali potrošniško oblast oklicati za totalitarno in tako nesvobodno. Seveda lahko tudi rečem, da je v moderni potrošniški oblasti nekaj osvobajajočega, ampak bi morala potem sklepati tudi, da je osvobajajoča totalitarna oblast. Na tem mestu si ne upam trditi ne enega ne drugega, lahko pa sklepam, da si oblasti nista diametralno nasprotje. S tem sem vzpostavila dvom o smiselnosti potrošniškega vrednotenja lastne svobode in nesvobodnosti totalitarnih režimov in potrdila zastavljeno hipotezo.

Zavedam se, da bi lahko pri analizi moderne oblasti uporabljala teorije več avtorjev, zdi se mi, da bi bilo to tudi smiselno pri nadaljnjem raziskovanju vprašanja. Kljub temu menim, da enostranski pogled na oblast ne zmanjša legitimnosti mojih ugotovitev. Pri raziskovanju sem namreč želela pokazati le, da si oblasti nista diametralno nasprotni, Foucaultovo pojmovanje moderne oblasti mi je služilo le kot kriterij, po katerem sem lahko oblasti primerjala. Dejstvo, da sta si podobni, torej obstaja tudi v slučaju, da oblast ne deluje, kot je verjel Foucault.

Kakorkoli že, med raziskovanjem sem bila nadvse presenečena nad enostavnostjo, s katero sem lahko primerjala panoptični sistem, temelječ na pogledu nadzornika, s svetom 1984, kjer ljudi neprestano spremlja pogled Velikega Brata. Telesno discipliniranje je bilo v filmu izpostavljeno kot jutranja telovadba, normiranje je predstavljalo Ministrstvo za Ljubezen. Podobnost se mi zdi zelo zanimiva predvsem zato, ker Foucault svoje teorije oblasti ni argumentiral na podlagi totalitarnih sistemov, temveč zgodovine zahodne, za časa izida Nadzorovanja in kaznovanja (1975), že potrošniške družbe. O totalitarnih režimih je govoril le redko, zato mislim, da je upravičena trditev, da njegova teorija ni zasnovana na totalitarizmih, temveč prej potrošništvu.

Zanimivo je torej, da so režiserji pri snemanju filma, ki slika totalitarno družbo, uporabljali toliko elementov moderne oblasti, ki jih razvije Foucault na podlagi zahodne, netotalitarne družbe. Nevede so torej opisovali totalitarnost oblasti z elementi, značilnimi za zahodne potrošniške družbe. Rada bi zopet opozorila na Kantovo ugotovitev, da bolj kot objekt spoznavanja, spoznavanje opredeljuje spoznavajočega. Je morda množična kultura s tem filmov nezavedno označila svoje značilnosti kot totalitarne? Za odgovor na to vprašanje bi

morala biti raziskovalna naloga veliko daljša. V prihodnje se bom v iskanju odgovora na to vprašanje usmerila v branje psihoanalitičnih razlag vloge fantazme v družbi.

Pri komparativni analizi subjektivnosti potrošnika in človeka totalitarnih sistemov nisem prišla do gotovega spoznanja, da je tipični subjekt obeh režimov enak. Analiza Velikega Drugega v obeh sistemih je sicer pokazala, da je prevladujoči Veliki Drugi potrošništva in totalitarizma 1984 materinski Veliki Drugi.

Če zaupamo lakanski psihoanalizi, to povzroča nujne podobnosti med subjektiviteto enega in drugega človeka, a si pri zapletenosti pojma subjektivnosti ne bi upala delati prehitrih zaključkov. Kakorkoli že, nadaljnja raziskava potrošniške izbire je pokazala, da ta nastaja kot zapoved in s tem zelo podobno kot izbira ljudi v totalitarnem 1984. Četudi torej ne morem reči, da sta si potrošniški subjekt in subjekt sveta 1984 zelo podobna, lahko rečem, da delujejo tisti aspekti njunega obstoja, ki so v filmu poudarjeni kot skrajno osvobajajoči – možnost izbirati – pri obeh na podoben način, kot odgovor na zapoved materinskega Drugega. S tem lahko potrdim zastavljeno hipotezo tudi z vidika tega, kot tipično svobodnega, predstavljenega elementa družbe. Zopet bi rada izpostavila, da tudi, če se subjekt ne formira na način, ki ga zagovarja Lacan, podobnost načina izbiranja v filmu predstavljenega tipičnega subjekta totalitarnih sistemov in potrošniškega subjekta ostaja.

Kar sem z raziskovalno nalogo skušala dokazati je, da je film v nekem smislu pravljica o odrešujoči potrošniški družbi. Da je tisto, kar produkt kulturne industrije slika kot diametralno nasprotje totalitarizma in potrošništva, le iluzija. Bistvo Appleove reklame za Macintosh, ki obljublja, da bo nakup, torej akt potrošništva, preprečil, da bi postal zahod totalitaren, je lažno. Predpostavka, da je potrošništvo garancija za varnost pred totalitarizmom, je namreč zamajana, ko se izkaže, da potrošništvo ni le diametralno nasprotno totalitarizmu, temveč jim je celo zelo podobno. Če je torej verjeti filmu 1984 in reklami za Macintosh, je bilo leto 1984 morda leto 1984 prav zaradi nakupa Macintosha.

Ta očitna vrzel v potrošniški ideologiji bi morala bralca zaskrbeti, mu spremeniti pogled, ne le na film 1984, temveč tudi na navidezno svobodo izbire in neobstoječi nadzor potrošništva. Če sem uspela vzpostaviti ta dvom o (ne)svobodnosti potrošništva, sem izpolnila namen raziskovalne naloge.

5 VIRI IN LITERATURA

1984. Režiral Michael Radford. Canada: Virgin Films, 1984.

»Apple 1984 Super Bowl Commercial Introducing Macintosh Computer.« YouTube video, 0:57. Objavil Robert Cole, 25. 6. 2010. Dostopno na: <https://www.youtube.com/watch?v=2zfgw8nhUwA>.

Dolar, Mladen. *Kralju odsekati glavo: Foucaultova dediščina*. Ljubljana: Krtina, 2009.

Evropska komisija. »Spodbujanje našega evropskega načina življenja.« Pridobljeno dne 11. 3. 2020. Dostopno na: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-life_sl.

Fürst, Maria in Nikolaus Halmer. *Filozofija*. Prevedli Doris Debenjak, Branko Klun, Andrina Komel, Dejan Komel, Samo Krušič, Alfred Leskovec, Igor Placer. Ljubljana: Državna založba Slovenije, 1990.

Gabrič, Aleš in Mateja Režak. *Zgodovina 4*. Ljubljana: DZS, 2018.

Klepec, Peter. *Dobičkonosne strasti, Kapitalizem in perverzija I*. Ljubljana: Analecta, 2008.

Kovačič, Zlatko. »Ideološki aparat države.« *Društvo za razvoj humanistike, Zofijini ljubimci*, 13. 12. 2003. Pridobljeno 3. 3. 2020. Dostopno na: http://zofijini.net/online_althusser/.

Marcuse, Herbert. »Boj proti liberalizmu v totalitarnem pojmovanju države«. Prevedel Branko Šibal. V *Kritična teorija družbe*, uredil Jože Vilfan, 82–114. Ljubljana: Mladinska knjiga, 1981.

Mcmullan, Thomas. »The power of privacy.« *Guardian*, 23. 7. 2015. Pridobljeno 3. 3. 2020. Dostopno na: <https://www.theguardian.com/technology/2015/jul/23/panopticon-digital-surveillance-jeremy-bentham>

Midgley, Ben. »The Six Reasons The Fitness Industry Is Booming.« *Forbes*, 26. 9. 2018. Pridobljeno 4. 3. 2020. Dostopno na: <https://www.forbes.com/sites/benmidgley/2018/09/26/the-six-reasons-the-fitness-industry-is-booming/>

Orwell, George. *1984*. London: Penguin Group, 2008.

Salecl, Renata. *Izbira*. Ljubljana: Cankarjeva založba, 2010.

Smither, Rebecca. »Organic food and drink sales rise to £2,45bn.« *Guardian*, 5. 2. 2020. Pridobljeno 4. 3. 2020. Dostopno na: <https://www.theguardian.com/business/2020/feb/05/organic-food-and-drink-sales-rise-to-245bn>

Žižek, Slavoj. »Patološki narcis kot družbeno-nujna forma subjektivnosti.« V *Družboslovne razprave 2*, uredil Vojko Antončič, 105–141. Ljubljana: Inštitut za sociologijo na Univerzi Edvarda Kardelja v Ljubljani, 1985.