

Film in resničnost

Nič ni težjega kot ne varati samega sebe.

Ludwig Wittgenstein - Vermischte Bemerkungen

V filmu Jeana-Luca Godarda iz leta 1963 *Le petit soldat (Mali vojak)* slišimo naslednjo trditev: »Fotografija je resnica. In film je resnica, (ki se ponovi) 24-krat v sekundi.« Leta 2005 je avstrijsko-francoski režiser Michael Haneke ta stavek parafraziral z besedami: »Film je 24 laži na sekundo, ki so na razpolago resnici oziroma poskusu najti resnico.« (glej *24 Wirklichkeiten in der Sekunde*, 2005) Ko filozofi govorimo o filmu, seveda nemudoma trčimo ob problem resničnosti. Filozofija si vsaj v svoji idealistični preobleki prizadeva za resnico, film je sam po sebi prevara, sleparsko orodje, ki ustvarja videz. Najprej gre za prevaro na čutni ravni, nato še na intelektualni. Kako torej iz te kombinacije ustvariti nekaj, kar bo svetu prineslo kaj vrednega?

Čeprav je filozofija vprašanju resnice na različnih področjih skozi zgodovino namenjala izdatno pozornost, se zdi, da je s filmom naletela na izredno težek problem. Razrešiti mora dilemo, ki je filmu pravzaprav vdahnila življenje in od katere živi še danes – vprašanje tega, kaj na filmu je stvarnega.

Večina (intelektualne) zgodovine podob preprosto ni jemala resno in v veliki meri, kar je po svoje tragično, jih še vedno ne. To je problem, na katerega mora filozofija danes izdatno opozarjati. Kljub temeljni razliki v svojem učinku ali namenu imata namreč film in filozofija tudi kaj skupnega. »Nobena druga vrsta zapuščine ali besedila iz preteklosti ne more ponuditi tako neposrednega pričanja o svetu, ki je obkrožal druge ljudi v drugih časih, kot podoba. V tem oziru so podobe natančnejše in bogatejše od literature.« (Berger, 2008: 24)

Izhajal bom iz predpostavke, da je film umetnost, umetnost pa je stvar interpretacij in ne resnice. Torej nam film sam po sebi ne sporoča nič resničnega, lahko pa iz njega izluščimo resnico, če ga izpostavimo primerni kritiki. In tukaj ima nedvomno svoje mesto filozofija. Seveda pa moramo za to v filmu prepoznati še kaj več kot zgolj umetniško formo, ker potem dejansko ne bi bila nič drugačna od drugih umetniških form. Da je drugačna, po dobrem stoletju učinka, prav tako ne more biti več dvoma. Pravi izziv je film šele tedaj, ko spoznamo, da v njegovem jedru brsti tudi nekaj, kar lahko prepoznamo kot resnično, le naučiti se moramo, kako to resnico prepo-

¹ Rudolf Arnheim je eden najbolj znanih in najpomembnejših teoretikov psihologije zaznavanja in psihologije umetnosti. Objavil je veliko razprav in knjig o kognitivnih procesih, med najpomembnejše šteje *Vizualno mišljenje* (glej *Visual Thinking*, 1969).

² Knjiga *Film kot umetnost* je izšla leta 1957 pri kalifornijski univerzitetni založbi in je deloma predelan ponatis starejše knjige z enakim naslovom v nemščini, veliko pa je v njej esejev in razprav, ki jih je napisal pozneje, med letoma 1933 in 1939, to je v obdobju hitrih in radikalnih sprememb filmske tehnike (zvočni film, barvni film) in nastajanja novih vizualnih medijev (televizija). Knjiga je pionirsko delo na področju filmske umetnosti in posebno psihologije filmske umetnosti in je zlasti poučna kot prikaz »temelja«, na katerem so gradila poznejša desetletja filmskih ustvarjalcev. Marsikateri vidik tega temelja je po nepotrebnem ostal prezrt ali celo neizkoriščen. Konec koncev lahko razumemo sedanje stanje neke umetnosti le, če poznamo njene začetke in njen razvoj.

³ V petnajstih letih intenzivnega kritiškega življenja je André Bazin napisal 1370 člankov o mladi filmski umetnosti. Na koncu je iz gore popisanih papirjev izbral petinšestdeset esejev in zapisov, ki so si vedno znova, posamič in hkrati, zastavljali isto vprašanje: Kaj je film? Najpomembnejši med njimi so zbrani v omenjeni knjigi (glej Društvo za širjenje filmske kulture Kino!, 2010).

znati. Kakšna je ta resnica in kaj to pomeni za njegovo filozofsko interpretacijo in ne nazadnje, kakšen učinek ima to na gledalce, bo jedro pričujočega razmisleka. Govorili bomo torej o podobi v razmerju do tega, kaj in kako nam pripoveduje ali sporoča. Kaj in kako nam laže in posledično, kako nam govori resnico – kako v tem kontekstu filozofiramo in kako lahko skozi gibajoče se podobe prepoznamo resnico.

Resničnost

Vprašanje, ki je prežemalo zgodnja filozofska raziskovanja in vprašanja o filmu, je bilo tole: Ali je film lahko umetnost? Bila sta dva razloga, zakaj se je zdelo, da si film te oznake ne zasluži. Prvi je bil način, kako so film na njegovem začetku prikazovali. Sprva se je film prikazoval kot cirkuška posebnost – v tem je bil vulgaren, kar se v primerjavi z gledališčem, slikarstvom, opero in drugimi visokimi umetnostmi nikakor ni skladalo. Drugi problem je bil, da si je film veliko izposojal od drugih umetnosti. Veliko preveč zgodnjih filmov je bilo zgolj posnetkov uspešnih gledaliških predstav ali vsakdanjega življenja. Film se je tako zdel zgolj kot uspešno sredstvo za posnemanje umetnosti, ne pa tudi kot umetnost sama. Sama reprodukcija življenja se ne kvalificira kot umetnost, saj se zdi, da je v njem veliko premalo zavestnih odločitev. Da bi dokazala, da si film zasluži biti umetnost, se je filozofija podala na pot raziskave ontološke strukture filma. Filozofija je želela razviti koncept filma, ki bi dokazoval, da se razlikuje od drugih umetniških form. Zato je bilo vprašanje narave filma bistveno za razumevanje filma samega.

Eden pionirjev filmske teorije, Rudolf Arnheim,¹ v svoji knjigi *Film kot umetnost*² o filmu tako pravi, »... da je podoben slikar-

stvu, glasbi, književnosti in plesu v tem, da je medij, ki ga lahko, kar pa ni nujno, uporabimo za ustvarjanje umetniških izdelkov.« (Arnheim, 2000: 13) Arnheim v nadaljevanju natančno razdela in argumentira, zakaj meni, da je film nedvomno umetnost, spotoma pa navede tudi najpogostejši argument, ki ga uporabljajo nasprotniki tega pogleda in ki vztrajno zanika, da bi film lahko bil umetnost: »Film ne more biti umetnost, ker le mehanično reproducira stvarnost.« (Arnheim, 2000: 13) Številni teoretiki, ki so bili podobnega mnenja kot Arnheim, kot recimo Eisenstein in Munsterberg, so poskušali stališče nasprotnikov izpodbiti z argumentom o tehnični sposobnosti filma, da manipulira in filtrira realnost. Za Eisensteina recimo film ne reflektira ali posnema realnosti, ampak ustvarja nove odnose in okolja, ki gledalca šele spodbudijo v želji, da bi spoznal resnico.

Se pa reproduciranje stvarnosti zdi v jedru človekovega hrepenenja po večnosti, ki se v zametkih pojavlja že na primitivnih stenskih slikarijah in se nadaljuje v praksah balzamiranja mrtvih. Francoski filmski kritik in teoretik Andre Bazin v znameniti knjigi *Kaj je film*³ zelo natančno opiše, da je izvor slikarstva in kiparstva v »kompleksu« mumiije: »To verovanje je zadovoljevalo eno osnovnih potreb človeške psihologije: obraniti se pred časom.« (Bazin, 2010: 13)

⁴ Knjiga *Načini gledanja* je prvič izšla leta 1972. Nastala je na podlagi televizijske oddaje BBC. Bergerjeve poglobljene analize razmerij med biološkimi, estetskimi in kulturološkimi aspekti vizualne recepcije radikalno preiščujejo kulturno zgodovino gledanega in videnega. Eseji v knjigi nam predlagajo način, kako razumeti tradicijo in uživati z očmi sodobnosti (glej Zavod Emanat, 2008).

Kiparstvo in slikarstvo sta tako s časom in razvojem tehnologije, še zlasti v našem zahodnem svetu, čedalje bolj prehajala od religioznega oziroma magičnega v reprodukcijo videza. Človek se ni več zanašal na obljubo večnega življenja onkraj smrti, temveč si je želel del večnosti tudi med živimi. »Kakšna domišljavost je slikarstvo, če v svojem ničevem občudovanju podobe ne razberemo prvobitne potrebe, da bi premagali čas z nesmrtnostjo oblike!« (Bazin, 2010: 14)

In ta želja se skozi zgodovino kaže v čedalje večjem realizmu podob.

John Berger, angleški umetnostni kritik in pisatelj, v svoji kulturni knjigi *Načini gledanja*⁴ ta proces opiše tako: »Sprva so ustvarjali podobe, da bi pričarali pojavitve nečesa, kar je odsotno. Sčasoma je postalo jasno, da podoba lahko preživi tisto, kar predstavlja; potem je posredovala, kako je bilo kaj ali kdo videti nekoč – tako je posredno pokazala, kako so stvar ali osebo nekoč videli drugi ljudje. Še pozneje so kot del zapisa pripoznali tudi specifični pogled ustvarjalca podobe. Podoba je postala zapis tega, kako je X videl Y, kar je bila posledica naraščajoče zavesti o individualnosti, ki je spremljala naraščajočo zgodovinsko zavest.« (Berger, 2008: 24)

Z renesanso se je dovršila še zadnja potrebna revolucija, ki je slikarja preusmerila na pot dovršenega posnemanja zunanjega sveta. Pri tem je bila nedvomno odločilna iznajdba prvega znanstvenega in na določen način tudi že mehaničnega sistema: perspektive. Perspektiva je umetniku omogočila, da je ustvaril iluzijo tridimenzionalnega prostora, v katerem so predmeti lahko razmeščeni kot pri našem neposrednem dojetanju. Šolski primer tega je Brunelleschijeva perspektiva krstilnice v Firencah iz leta 1413.

»Konvencija perspektive, ki je značilna samo za evropsko umetnost in ki se je prvič uveljavila v zgodnji renesansi, kot središče vsega postavi oko gledalca. Je kot snop luči iz svetilnika – samo da namesto svetlobe, ki bi potovala navzven, podobe potujejo navznoter. Konvencije so poimenovala te podobe resničnost. Zaradi perspektive postane eno samo oko središče vidnega sveta. Vse se steka v oko kot v bežišče – v neskončno oddaljeno točko. Vidni svet je urejen za gledalca, kot so nekdanj mislili, da je vesolje urejeno za Boga. Po konvenciji perspektive ni vizualne recipročnosti. Ni potrebe, da bi se Bog umestil v odnosu do drugih: on sam je situacija. Inherentno protislovje perspektive je bilo, da je vse podobe resničnosti skonstruirala tako, da so nagovarjale enega samega gledalca, ki je bil v nasprotju z Bogom lahko samo na enem mestu hkrati. Po izumu kamere je to protislovje polagoma postalo očitno.« (Berger, 2008: 30–31)

Izvirni greh zahodnega slikarstva je tako po Bazinu kot Bergerju perspektiva. Nicéphore Niépce, pionir fotografije, in brata Lumière, pionirja filma, sta njegova odrešenika. Fotografija je uresničila vse omenjene aspiracije in likovno umetnost osvobodila njene obsedenosti s podobnostjo. Kajti slikarstvo si je zaman prizadevalo ustvariti iluzijo. Ta iluzija je umetnosti zadostovala, vendar pa sta šele fotografija in film odkritji, ki dokončno in v samem bistvu zadovoljujeta hrepenenje po realizmu. Fotografija v popolnosti poteši našo lakoto po iluziji s pomočjo mehanične reprodukcije, iz katere je človek izključen. »Objektivnost je dala fotografiji določeno mero verodostojnosti, ki manjka slehernemu slikarskemu delu. Naj se temu kritični duh še tako upira, smo prisiljeni verjeti v obstoj reprezentiranega objekta: ta je dejansko reprezentiran, se pravi predstavljen v času in prostoru. Fotografija torej prenaša realnost objekta na njegovo reprodukcijo. Natančna risba nam lahko še tako zvesto predochi svoj model, a kljub vsem našim kritičnim zadržkom nikoli ne doseže iracionalne moči fotografije, ki zahteva, da ji verjamemo. Le objektiv nam lahko da podobo objekta, ki je v globinah nezavednega sposobna zadovoljiti

našo potrebo, da bi ta objekt nadomestili s čim boljšim kot zgolj s približnim odtisom: torej prav s samim objektom, ki pa je osvobojen sleherne kontingentnosti časa.« (Bazin, 2010: 19) V tej luči se film kaže kot dovršitev fotografske objektivnosti v dimenziji časa. Film ni več omejen na hranjenje nekega objekta, ki je vključen v svoj trenutek. Bazin zaključí: »Fotografija se torej kaže kot najvažnejši dogodek v zgodovini likovnih umetnosti. Je hkrati osvoboditev in dovršitev, saj je zahodnemu slikarstvu omogočila, da se je dokončno otrslo obsedenosti z realizmom in ponovno odkrilo svojo estetsko neodvisnost.« (Bazin, 2010: 21)

Za Moholy-Nagyja, madžarskega konstruktivista iz dvajsetih let 20. stoletja, fotografija ni nič drugega kot tehnični pripomoček vida. Vidi jo kot pripomoček za dosego resnice in realnosti, popolnoma pa zanemarija estetski vidik podob in njihov pomen. Najbolj prepričljivo ta pogled, čeprav tudi s pomembno razliko, zaznava in opiše sovjetski filmski režiser in teoretik Dziga Vertov, ki v članku iz leta 1923 zapiše:

»Sem oko. Sem mehanično oko. Jaz, stroj, vam kažem svet tako, kakor ga lahko vidim le jaz. Danes in za vedno se osvobajam človeške nemobilnosti. Sem v nenehnem gibanju. Približam se predmetom in se odmaknem od njih. Splazim se podnje. Premikam se ob glavi konja, ki teče. Spuščam se in se dvigam s padajočimi in vstajajočimi telesi. To sem jaz, stroj, ki manevriram skozi kaotično gibanje in snemam premik za premikom v kar najbolj zapletenih kombinacijah. Osvobojen meja časa in prostora usklajujem katerekoli in vse točke univerzuma, kjerkoli hočem, da so. Moj način pelje v ustvarjanje svežega zaznavanja sveta. Tako na nov način razlagam svet, ki vam je neznan.« (Vertov v Berger, 2008: 31–32)

Izum kamere je spremenil način gledanja. Vidno je dobilo nov pomen, kar se je takoj odrazilo na vseh področjih vizualnega. »Kamera je izolirala bežne pojavitve in s tem pokopala idejo, da so podobe brezčasne. Kamera je pokazala, da je predstava o minevanju časa neločljivo povezana z izkušnjo vizualnega. Kaj si videl, je bilo odvisno od tega, kje si kdaj bil. Kaj si videl, je bilo odvisno od tvojega položaja v času in prostoru. Ni si bilo mogoče več predstavljati, da se vse steka v človeško oko kot v bežišče. To ne pomeni, da so ljudje pred izumom kamere verjeli, da lahko vsakdo vidi vse, toda perspektiva je tako organizirala vidno polje, kot da bi to zares bil ideal. Vsaka risba ali slika, na kateri je bila uporabljena perspektiva, je gledalcu govorila, da je edino središče sveta. Fotoaparati in zlasti filmska kamera sta pokazala, da središča ni.« (Berger, 2008: 32)

Če nekaj vidimo s svojimi očmi, imamo to za realno, čeprav nikoli ne moremo biti povsem prepričani, ker nas vid in drugi čuti varajo. Če pred oko postavimo tehnično sredstvo za reprodukcijo podob, kot je recimo kamera, velja podobno, s to pomembno razliko, da pač zaupamo tehniki, da premaga naše slabosti pri zaznavanju realnosti. Vsa iluzija se torej sprevrže v vero v tehniko in njeno sposobnost, da nam nepopačeno predoči realnost. Film še vedno teži k temu prastaremu cilju po čim več realizma (spomnimo se samo primera Dogme 95), kar je pravzaprav samo bistvo obrti – pričarati pristno iluzijo resničnosti.

Film in fotografske podobe so umetnost, vendar takšna, ki se presodno dotika realnosti. Drugo, verjetno veliko težje vprašanje je, kje ta stik nastane oziroma kje je med njima meja. Odgovor na to vprašanje je verjetno odvisen od vsakega filma, podobe posebej.

Razvoj od rojstva zahodne misli do nastanka filma je zgodovinsko kompleksen. Konvencionalna filmska zgodovina še vedno locira začetek medija v Grand Cafe v Parizu, 28. decembra 1895, ko sta brata Lumière prvič za gledalce na platno projicirala film. Že prej kot pri Andreju Bazinu se ta podatek o rojstvu filma spodbija. Ni težava v samem dogodku, ampak v njegovi zgodovinski interpretaciji, ki projekcijo filma šteje za njen začetek. Zakaj je bil to

tako pomemben dogodek, vse prejšnje dogajanje na tem področju pa ne? Kinematografija kot vse tehnologije izhaja iz dinamične interakcije znanosti, tehnologije in družbe. Seveda je film potem brez priznanja vpliva ideologije in želje po logični kavzalnosti dogoditve v zgodovini prikazan precej osiromašeno. Tehnologije se porajajo iz družbe in za družbo in so tako nujno okužene tudi z ideologijo. V tem pogledu se tako vse prerado pozabi, da sta tako brata Lumière kot Edisonov pogon inovatorjev film smatrali zgolj za kratkotrajno finančno malho, ki se bo hitro izpela. Ceneni vizualni trik, da radovedni drhali iz žepov izvabi nekaj kovancev. Rado se zgodi, da zgodovinsko nekatera dejstva založimo, da lažje pojasnimo določene družbene posledice in fenomene. Zato tako številne bližnjice do tega, kar je slednjič postal film, čeprav mu na poti stojijo tako epohalni in kompleksni dogodki v človekovi kulturni zgodovini, kot so recimo slikarstvo, kiparstvo, gledališče, opera, fotografija, arhitektura, pantomima, burleska, vaudeville, industrializacija, prosti čas in tako naprej. Znanost ob rojstvu teh realističnih podob kot da ni prisotna, ter se karavani priključi šele, ko se zave, da se s filmom godi nekaj revolucionarnega. Sicer pa v času te revolucije, se pravi na začetku 20. stoletja, tega ni bilo težko spregledati. Godilo se je vse še kaj drugega, česar človeštvo na svoji intelektualni agori prav tako ni utegnilo pretehtati.

Meje znanega sveta so se konec 19. stoletja podrla. Ni bilo več stabilnosti, gotovosti. Bog je mrtev! Cantor je raziskoval neskončnost in odkril nedoločeno neskončnost. Boltzmann je odkril entropijo, se pravi, da v naravi vse teži k neredu. Gödel je z izjavo, da bodo nekatere izjave vedno napačne, četudi bodo argumenti pravilni, razglasil smrt logike. Čas je prežemal ultimativni dvom v razum in razumno. Človek se je počutil izgubljenega, ker ni imel več gotovosti. Začela se je serija paradoksov, kako ustvariti to izgubljeno gotovost.

Filmi so sestavljeni iz slik, ki jih zaradi hitrosti interpretiramo kot gibajočo se podobo, in s tem ustvarjajo iluzijo naracije in kontinuitete. »... Ker so v neskladju s sedanostjo, zameglijo preteklost. Mistificirajo, namesto da bi pojasnjevale. Preteklost nikoli ne čaka, da bi jo odkrili, da bi jo prepoznali kot natančno tisto, kar je. Zgodovina je vedno odnos med sedanostjo in njeno preteklostjo. Zaradi tega strah pred sedanostjo vodi v mistifikacijo preteklosti. Preteklost ni namenjena temu, da bi živeli v njej, ampak je vir sklepov, iz katerega črpamo pri svojem ravnanju. Kulturna mistifikacija preteklosti pomeni dvojno izgubo. Umetniška dela po nepotrebnem postanejo odmaknjena in preteklost nam ponuja manj sklepov, na podlagi katerih bi ukrepali. Ko »vidimo« krajino, se umestimo vanjo. Če bi »videli« umetnost preteklosti, bi se umestili v zgodovino. Ko nam kaj prepreči, da bi jo videli, smo prikrajšani za zgodovino, ki nam pripada. Kdo ima korist od te prikrajšanosti? Navsezadnje je umetnost preteklosti mistificirana, ker si skuša privilegirana manjšina izmisliti zgodovino, ki bi za nazaj upravičila vlogo vladajočega razreda. Tako upravičevanje v jeziku sodobnosti ne more biti več smiselno, zato neizbežno mistificira.« (Berger, 2008: 25)

Z nastopom digitalne dobe se možnosti za manipulacijo s časom večajo do neslutnih razsežnosti. Digitalno po mnenju profesorice medijskih študij Laure Mulvey gledalca osvobodi diktata naracijske kontinuitete in kinematičnega časa. Odsotnost gumbov za »stoj« in »previj nazaj« ali »previj naprej« pa naredijo klasičen kino zastarel. Nenadoma smo soočeni z dejstvi, ki popolnoma popačijo vsakršen odnos do dožemanja preteklosti, sedanosti in prihodnosti.

Razvoj tehnologije – videokamer, mobilnih telefonov in interneta, ki kažejo novi obraz množičnih medijev – nas je postavil v novo socialno in politično klimo, ki medije jemlje za temelj. To nas sili v avdiovizualni »inferno«, v katerem je debata o možnostih, da se posameznik z novimi sredstvi izrazi, popolnoma zakrila debato o tem, kaj to za posameznika in družbo pomeni.

Neresničnost

Vsak obisk v kinu me proti moji previdnosti dela neumnejšega in slabšega.

Adorno - Minima Moralia

Legenda o že omenjenem prvem filmskem dogodku, prikazovanju bratov Lumière leta 1895 v Parizu, pravi tudi, da so ljudje bežali izpred platna. Anekdota priča o vedno prisotni dilemi v filmu, o stopnji realnosti, ki jo omogoča iluzija, in o moči, ki jo ima kinematografija na človekov um. Zmede nas, da mislimo, da je objekt prezentiran na platnu dejansko tam. Seveda so od takrat milijoni pred platni in TV-sprejemniki povsem mirno sedeli, ne da bi prikazano občutili kot grozljivo in zaradi tega kako ukrepali. Redko kdo bi lahko trdil, da kdor gleda filme, temu, kar tam vidi, dejansko verjame. Še vedno pa se dogaja, da ljudje med filmi jočejo ali se smeji, se prestrašijo ali skočijo od presenečenja. Vprašanje pa je, kako prikazano vpliva na našo zavest in podzavest.

Narava gledalca sproža vrsto težavnih filozofskih vprašanj, kot je recimo njegovo razmerje do videne, odnos med gledalci kot novo obliko psihološke množice, tekst oziroma kontekst videne za gledalca in odnos gledalca do interpretacije in učinka. Ko govorimo o vplivu filma ali podob na gledalca, trčimo na teoretsko razločitev na hipotetičnega in dejanskega gledalca. Hipotetičen gledalec je idealen oziroma gledalec po volji te ali one teorije, dejanski gledalec pa je gledalec s svojo vsakdanjo izkušnjo, ki seveda ni laboratorijsko ugotovljiva. Gledalec je umetni produkt izkušnje gledanja. Kaj se v tem procesu godi, je zadeva, ki presega naše zmožnosti ocene. Posega pa na številna področja, ki segajo od psihologije prek sociologije do filozofije.

Filmska teorija nam v prenekaterem pogledu ponuja precej poenostavljeno teorijo o gledalcu kot o subjektu, ki ga motivirata želja in nagon po iskanju zadovoljitve, ki se nato združi s številnimi psihoanalitičnimi koncepti podzavestnega. Vse to z določenim ideološko zlahka določljivim namenom. Odziv gledalstva seveda nikoli ne more biti univerzalen, a je kljub temu skrbno načrtovan in vključen v »znanost« o tem, kako je film ustvarjen, predstavljen, reklamiran in distribuiran. Kulturne študije vztrajajo, da je gledalec produkt družbenokulturnih in ideoloških sil in diskurzov. Četudi podoba ne more prenesti neposredno vseh implikacij na subjekt in na njegove občutke ter misli, je ta vpliv lahko tudi posreden. V sedemdesetih in osemdesetih letih prejšnjega stoletja so se problema vpliva filma na gledalca lotevali skoraj izključno iz perspektive psihoanalize. Psihoanaliza filma se je osredinila na želje in užitke gledalca, skoraj povsem pa je zanemarila čustva, ki so seveda pomemben element kognicije in razumevanja in s tem tudi vpliva. Čustva delujejo tako, da so lahko povsem ločena od tega ali je njihov objekt resničen ali ne. Pri soočenju s podobami smo pahnjeni v funkcijo opazovalca in takšno je pri tem tudi naše čustvovanje. To je čustvovanje nekoga, ki opazuje. Čustveno se gledalec odziva tako na karakter, ki ga prepozna in se z njim identificira, kot na naracijo oziroma pripoved, nekoliko zastavljen pa je aspekt stila, ki gledalca z ustvarjanjem vzdušja prav tako emocionalno vznemirja. Gledalčev odziv na vizualne stimulacije, gibanje, zvok, teksturo, barvo, prostorsko in časovno manipulacijo je avtomatičen. Človekov um se evolucijsko ni razvijal prilagojen tovrstnemu zaznavanju. Filmar lahko gledalca zapeljuje s celim setom različnih filmskih orodij, kot so kompozicija posnetka, koreografija, montaža, barva, zvok itd. Ustvarja zelo kompleksen konglomerat občutkov, ki jih le stežka kontroliramo in nadzorujemo, zato moramo z njimi ravnati toliko bolj previdno in premišljeno. Kognitivni in naturalistični pristop do učinkov, ki jih imajo podobe na ljudi, je področje, ki se šele dobro razvija in je v njem še vedno veliko neznank. Toliko teže je iz tega potem sklepati na stvarne učinke filma na človeka. Kako se vpliv teh učinkov kaže v

ustvarjanju naših prepričanj in vrednot, z eno besedo ideologij, je zato zelo težko reči in lahko v glavnem le ugibamo.

Profesor filmskih študij Richard Allen v svoji knjigi *Projecting Illusion: Film Spectatorship and the Impression of Reality* (*Projiciranje iluzije: filmsko gledalstvo in vtis resničnosti*) trdi, da nas filmi prostovoljno podvržejo senzorni iluziji, skozi katero dojemamo filmske slike kot resničen svet. Ta iluzija zadeva zgolj našo percepcijo teh slik, ne spreminja pa neposredno naših prepričanj ali vere. Nikoli ne vzpostavimo prepričanja samo pod vplivom podobe, četudi se nam včasih tako zdi. Ta učinek posreduje vsaka oblika prezentacije, najbolje pa jo zastopa prav kinematografska izkušnja. Seveda je takšna izkušnja odvisna od tega, kako uspešna je iluzija realnosti, ki jo podoba ustvari v gledalčevem umu. Kot smo že ugotovili, film nedvomno ustvarja iluzijo realnosti. Človek si jo nekako tudi želi. Izkušnja je podobna izkušnji gledalca, ki gleda nekaj realnega. Za filmsko teorijo je to pasivno podvrženje filmski iluziji analogno pasivnemu podvrženju konstruktivnim silam ideologije in jezika. Subjekt se tem manipulativnim silam podreja, ker ne pozna njihovega vpliva. Ta nezavest ima korenine v subjektivnem občutku za lastno identiteto, ki je zgrajen okoli koncepta sebe kot osebe, ki lahko ve in kontrolira realnost okoli sebe, kar je neodvisno od procesov pomena in konstrukcije konceptov, ki jih uporablja za svoj opis. Namesto da bi reflektiral, kakšne so stvari v resnici, je ta koncepcija sama produkt subjektovega konceptualnega okvira, kar povzroča njegovo odvisnost od tega okvira. Zato subjekt v temelju ne razume narave svojega bivanja in položaja v svetu. To nerazumevanje družba predvsem skozi medije ohranja, da bi preprečila nezaželeno družbeno spremembo. Veliko dejavnikov prispeva k ustvarjanju te iluzije. Ne samo, da so filmi videti kot objekti, ki jih prezentira, reproducira se tudi koncept vednosti, ki je v jedru našega občutka za identiteto – koncept vednosti kot nezamegljena transparentna percepcija realnih objektov. Z reprodukcijo teh konceptov podobe spodbujajo gledalca, da se identificira s kamero in njenim na prvi pogled brezmejnem dostopom do sveta. Ta identifikacija se še bolj okrepi in razvije s tehnikami montaže in naracije, ki delujejo kot garanti, da nas iluzija posrka vase in drži, vse dokler se ne pokaže zaključna špica. Zato, po teh teorijah, lahko film postane orodje družbene spremembe samo, če razbijemo objem kinematografske iluzije in začnemo ustvarjati filme, ki presegajo filmske konvencije realizma, in pri tem uporabimo nestandardne tehnike montaže in naracije.

Vendar pa Allen hkrati tudi meni, da je gledalec lahko vsaj do neke mere aktivni udeleženec v tej izkušnji: sam lahko izbira, ali bo sodeloval v izkušnji filmske iluzije, ali se bo identificiral s kamero in ali bo izkušal film skozi družbeno uveljavljeno interpretacijo, ki jo navzven predstavlja film. Ne strinja se, da bi bil gledalec pri tej operaciji popolnoma pasiven udeleženec, kot nekdo, ki je nemočno prepuščen prevari. Čeprav je posameznik gotovo oblikovan z družbenimi normami in merili, ta proces ni povsem zunaj njegovega nadzora. Gledalca podobe ne varajo nujno, on te podobe lahko tudi uporablja. Film nam omogoča, da se prostovoljno prepustimo iluziji, ki jo dojemamo kot film, ki je popoln svet izkušnje in reprezentacije. Filme lahko tako gledamo tudi samo kot filme, kot podobe in nič drugega. Podobnost objektov z realnimi nam omogoča, da se poistovetimo z gledališčem kamere. Realno dojemamo v fikciji. Da bi pojasnil, kako lahko percepcija deluje na prepričanje, pokaže na primeru eksperimenta Muller-Lyerjeve iluzije. Dve enako dolgi črti, ki sta videti, kot da bi bila ena daljša kot druga. Ko je iluzija pojasnjena, še vedno vidimo razliko, čeprav vemo, da je ni. Podobni primeri nam pokažejo, da naša prepričanja ne sovpadajo avtomatično z našo percepcijo. Zaznava in interpretacija sta na različnih ravneh dojemanja. Gotovo obstaja razlika med dejanskim dogodkom in sliko. Sliki manjka globina in je zaobjeta v okvir. Toda kako nam uspe ohraniti iluzijo, čeprav smo

⁵ Glej Peter Watkins, <http://pwwatkins.mnsi.net/>. Delo Petra Watkina in njegovo razumevanje krize avdiovizualnih medijev natančneje predstavljam v prispevku Film kot medij; FNM – filozofska revija za učitelje filozofije, dijake in študente; 1/2-2010 (40. številka, 17. letnik); Državni izpitni center; Ljubljana 2010; str. 73–80.

sposobni menjavati med načini, kako na nekaj gledamo? Lahko se vživimo v like in zgodbo, toda kako ločimo realno od iluzije? Gre za to, na kaj med percepcijo mislimo. Allen to prezentira s sliko, ki ima v sebi dve podobi. Enkrat vidimo eno, drugič spet drugo. Dogodke na filmu gledamo s psihološko bližino in intenzivnostjo naših sanj. Intenzivnost priča o našem užitku ob gledanju filma, vendar je drugačna od sanj, saj smo v procesu

zavestni. Kako ohraniti iluzijo, čeprav smo soočeni z vero, ki je nasprotna iluziji? Allen se za ta sklep zateče k psihoanalizi. Začasno mora eno nadvladati drugo. Kot pri igri otroka »je in ni«, se pokaže in se ponovno skriva. Ko gledamo film, nemo misliti o samem sebi in o naši poziciji v svetu in se predamo iluziji nekakšne vzporedne realnosti.

Na zgleden, čeprav kontroverzen način, se razblinjanja ideologije množične kulturne industrije iluzij loteva tudi angleški filmski režiser in teoretik Peter Watkins.⁵

Potem ko opiše tehnične značilnosti današnje produkcije gibajočih se podob, za katere ugotovi, da so po svoji formi monotone, zato jih poimenuje kar »monofornne«, se poloti kritike percepcije in tega, kako se izvleči iz trenutne zagate.

»Monoforma« ima po Watkinsu izjemno sposobnost, da zamegli pravo sporočilo. Ustvarja učinek, ki onemogoča posamezniku, da vzame zares grozeča sporočila, ki mu jih posredujejo podobe. V tem efektu prepoznamo slabljenje naše sposobnosti prepoznavanja prioritet in osebne vpletenosti v globalne probleme ter sposobnost, da znamo dogodke postaviti v smiselni in holiističen kontekst. Problem »monoforne«, kot jo vidi Watkins, seveda ni v sami njeni strukturi, ker je to pač samo eden od filmskih jezikov. Problem nastane, ko se ta struktura ponuja kot edina in nesporno prevladujoča. Filmar bi moral imeti svobodo prakticirati alternativne filmske forme ne glede na pritiske in grožnje z marginalizacijo. Vsakdo bi moral imeti pravico do dostopa do alternativnih form nenasilnega, nekomercialnega, nehierarhičnega množičnega medija in če bi želel, bi takšnega lahko tudi soustvarjal. Vse se dogaja hitro, ljudje reagirajo prehitro in brez premisleka, brez sposobnosti za temeljit premislek. Kadarkoli gledamo film, participiramo v repetitivnem procesu manipulacije. Konstantna uporaba te osnovne narativne strukture z vnaprej določeno repetitivno in mono-linearno zgodbo je avtoritativni proces, ki se globoko zajeda v sodobno družbo. Predvsem zato, ker ta proces posamezniku zanika, da bi vstopil v diskurz in refleksijo o tem, kaj vidi in sliši. George Orwell je dejal, da če ne nadzorujemo načina, kako govorimo, ne moremo nadzorovati svojega mišljenja. Zdaj počasi izgublamo to sposobnost. Izgublamo samo bistvo našega jezika – komunikacije, ki je jedro tega, kako dojemamo sebe in svet.

V zadnjem stoletju so pod vplivom tehnoloških in socioloških sprememb nastale nove oblike množic, t. i. medijske množice, ki med seboj niso vidne – Howard Rheingold jih poimenuje »nevidne množice«. Pravzaprav so to množice v domačem naslonjaču, a s skupnim imenovalcem – medijem, recimo radiem, televizijo ali če smo bolj aktualni, internetom, ki so novi viri manipulativnosti. Vendar moramo biti pri obravnavi teh množic veliko bolj previdni, zakaj privoliti moramo v njihovo povsem novo psihologijo. Od vseh teh medijskih sredstev so za množico najbolj dovezeta tista, ki so dostopna milijonskemu občinstvu, ob vsakem času na vsakem kraju. Televizija kot verjetno danes najdostopnejši in najpogostejši prenosnik podob ima naslednje psihološke prednosti pred drugimi mediji: stvarnost pričara bolj kot katerikoli drug medij, identifikacija z junaki je zaradi tega močnejša in lažja. Sam proces gledanja je izrazito nenaporno dejanje in je v glavnem pasivno, TV vpliva podobno kot hipnoza, gledalec pred zaslonom je omamljen, zavest oslABLjena, podzavest ojačena. Poleg tega je TV izrazito enosmerno sredstvo, je

nekako na mestu vodje, zato je tudi sugestivno tako močna. »... Slika vstopi v dom posameznega gledalca. Tam je obkrožena z njegovimi tapetami, njegovim pohištvom, njegovimi spominki. Vstopi v njegovo družino. Postane njihova tema pogovora. Da svoj pomen njihovemu pomenu. Obenem vstopi v milijon drugih domov in v vsakem od njih jo vidijo v drugačnem kontekstu. Zaradi kamere zdaj slika potuje h gledalcu, namesto da bi gledalec potoval k sliki. Na njenih potovanjih se njen pomen razveji.« (Berger, 2008: 33–34)

Če nič drugega, nam danes oglaševanje priča o tem, kako učinkovita je lahko umetnost podob. Edward Bernays, nečak Sigmunda Freuda in svetovalec ameriške propagandne mašinerije med prvo svetovno vojno, je eden pionirjev tega, kar danes neprizanesljivo imenujemo politična propaganda oziroma čemur v »novoreku« rečemo odnosi z javnostmi. Bernays, ki ga njegovi sodobniki definirajo tudi kot »patriarha okultnega prepričevanja«, je razumel pomembnost množične in brezobzirne uporabe medijev. V svoji avtobiografiji iz leta 1965 je odkrito priznal, da se je Joseph Goebbels pri vzponu nacistov na oblast izdatno opiral na njegova dela, še zlasti na knjigo *Crystallizing Public Opinion*, ki bi jo naj imel vedno pri sebi. Več generacij vidnih političnih osebnosti je menilo in še vedno je tako, da so Bernaysove tehnike v sodobni politiki nepogrešljive. Za Bernaysa samega je bila ključnega pomena knjiga *La psychologie des foules* (*Psihologija množice*) francoskega družbenega psihologa in sociologa Gustava Le Bona, ki je bila izdana leta 1895. Kaj je Le Bon odkril med proučevanjem množic? Le Bon definira pojem »psihološka množica«: »... Oženje zavestne osebnosti in usmeritev čustev in misli v isto smer, kar so prvi elementi množice, ne potrebujejo nujno velikega števila ljudi na enem mestu. Tisoči posameznikov lahko v določenem trenutku, pod vplivom nasilnih čustev (npr. velik državni dogodek), pridobijo lastnosti psihološke množice. V tem primeru bo poljuben dogodek, ki jih poveže, dovolj, da bo njihovo obnašanje dobilo lastnosti psihološke množice. Ni pa to vedno nujno. V določenih trenutkih v zgodovini lahko pol ducata ljudi vzpostavi psihološko množico, medtem pa na tisoče naključno zbranih ljudi tega ne bo sposobnih ...« (Le Bon, 2001: 14) Izkaže se, da je zanje iluzija pomembnejša kot resničnost. »... V zgodovini je imel videz vedno pomembnejšo vlogo kot resničnost. Razmislek in argumenti na množico nimajo vpliva. Na množico ima velik učinek predvsem tisto, kar je čudovitega v stvareh. Mislijo v slikah in te slike si sledijo brez vsakršne povezave.« (Le Bon, 2001: 40) Po Le Bonu torej za množice nemogoče ne obstaja in ena od lastnosti, ki jih ima množica, je pretirana nagnjenost k sugestiji. »... Kljub temu, da množica lahko deluje nevtralnno, je velikokrat v stanju nekakšnega pričakovanja, ki je ugodno za sugestijo. Prva formulirana in sprejeta sugestija se kot okužba zasidra v možgane vseh ljudi v množici in takoj vzpostavi skupno usmeritev (cilj).« (Le Bon, 2001: 23)

Le Bon trdi, da pri tem ni razlike med intelektualcem in osnovno izobraženim človekom. Med njima je lahko brezno v intelektualnem pogledu, ko pa sta del množice, se bosta vedla enako in bosta reagirala čustveno in ne razumsko. Edward Bernays je ideje Le Bona in drugih učenjakov na to temo premešal s psihološkimi teorijami slavnega strica Freuda in prišel do sklepa, da bi bila množica dovzetna za podzavestno manipulacijo, ki bi temeljila na čustvih in množični uporabi simboličnih slik. Bernays je veliko pred svojim časom dojel velikansko moč novih tehnologij množične komunikacije, kot so film, televizija, radio, in sklepal, da bi zavestna in pametna manipulacija z mnenji in navadami množic lahko imela pomembno vlogo v demokratični družbi. Bernaysova pravila se danes vsakodnevno uporabljajo na vseh področjih medijskega komuniciranja. V svojem eseju *The Engineering of Consent* iz leta 1928 je med drugim zapisal: »Če razumeš mehanizme in logiko, ki vodijo obnašanje neke skupine, lahko nadziraš in usmerjaš množice po lastni želji in brez njihove vednosti.« Podobe, simbolika,

⁶ Povzeto po <http://www.luogocomune.net> (5. 9. 2010).

⁷ Negative images, http://www.breixoviejo.com/t_writings_adorno.html (5. 9. 2010).

besede, filmi, televizija in glasba so elementi oziroma orodja izjemne moči. Ta moč se v zadnjih desetletjih širi v vse pore zabavne industrije. Film je nedvomno globoko spremenil kulturo, pogled na svet in verjetno tudi miselno strukturo ljudi, ki imajo posledično popolnoma drugačen pogled na resničnost kot

ljudje, ki čarovnjiki filmskega platna niso bili izpostavljeni.⁶

Ameriški profesor literature Patrick McGee v knjigi *Cinema, Theory, and Political Responsibility in Contemporary Culture (Kino, teorija in politična odgovornost v sodobni kulturi)* najde svoje teoretsko izhodišče v Adornovem vztrajanju na tem, da je pravo delo umetnosti in filozofije tisto, ki naredi svojo neavtentičnost in neresničnost vidno. McGee meni, da je umetnost mogoča samo, če jasno pokaže na dejstva svoje lastne produkcije, svoje lastne ideološke podtöne, na svoj status kot reprezentacije in kot laži – tako, da so vse reprezentacije, ki v jedru niso original, laž. Ta struktura objekta umetnosti, naj bo film ali knjiga ali kaj tretjega, bo razkrita skozi uporabo Adornovega imanentnega kriticisma, ki jemlje zares princip, da ni ideologija neresnična sama v sebi, temveč njeno pretvarjanje, da korespondira z realnostjo. Umetnost oziroma dela umetnosti, ki so v stiku z resnico, uničujejo svojo lastno iluzijo in diktirajo, usmerjajo misel subjekta proti temu, kar leži onkraj iluzije – ne realnost v smislu absolutne interpretacije sveta, ampak realno kot podlaga za vse mogoče interpretacije. McGee zaključí z Adornovo tezo iz *Estetske teorije*, da kulturna industrija goljufa svoje potrošnike tako, da jih zapeljuje stran od analitične refleksije dejstva, da umetnosti ne uspe izpolniti svojih obljub. V enem bolj lucidnih momentov v članku iz leta 1966 *Filmtransparente*, Adorno to razjasni tako: »V poskusu manipulirati množice, ideologija kulturne industrije postane sama v sebi prav tako antagonistična kot družba, ki jo želi kontrolirati. Ideologija kulturne industrije vsebuje protistrup za svoje lastne laži.«⁷

Podobno razmišlja tudi Berger: »Tisto, kar so storila sodobna sredstva reprodukcije, je, da so uničila avtoriteto umetnosti in jo prestavila – oziroma bolje rečeno, prestavila njene podobe, ki jih reproducirajo – iz kakršnegakoli zaščitenega območja. Prvič doslej so podobe umetnosti postale mimobežne, vseprisotne, nematerialne, razpoložljive, brez vrednosti, zastonj. Obkrožajo nas na enak način, kot nas obkroža jezik. Vstopile so v glavni tok življenja, nad katerim same nimajo več moči. Zelo malo ljudi pa se zaveda, kaj se je zgodilo, ker se sredstva reprodukcije tako rekoč nenehno uporabljajo z namenom utrjevanja iluzije, da se ni spremenilo nič, razen tega, da zaradi reprodukcij zdaj množice lahko začnejo uživati v umetnosti kot nekdanj omikana manjšina. Če bi drugače uporabljali novi jezik podob, bi nam ta podelil novo vrsto moči. Znotraj njega bi lahko na področjih, kjer besede ne zadoščajo, začeli natančneje opredeljevati svoje izkušnje. Ne samo pri osebnih izkušnjah, ampak tudi pri temeljni zgodovinski izkušnji našega odnosa do preteklosti: z drugimi besedami, pri izkušnji prizadevanja osmisliti naše življenje in razumeti zgodovino, v kateri lahko postanemo dejavni udeleženci.« (Berger, 2008: 48)

Medijem je v zadnjih 20 do 30 letih uspelo efektivno vnesti v moderno družbeno psihologijo klimo, ki krepi potrošniške ideologije, v kateri sta subverzija jezika in standardizacija tega, kako dojemamo prostor, čas, ritem in proces človeške komunikacije, dojeti kot normalni. Cilj potrošništva, ki zasičuje medijske produkte, je ojačen na mnogih podzavestnih ravneh s pomočjo specifičnih hierarhičnih procesov. Za to uporablja socialni diskurz, ki se nam ga zdi nemogoče identificirati ali prepoznati. Temu aparatu je uspelo spremeniti celo našo zaznavo. Zmanjšal je našo sposobnost pozornosti, zmanjšal je toleranco do posnetkov, daljših od 10 sekund, hipno pozabo in težnjo h konstantni in nenehni spremembi. Vse to je pomagalo oblikovati čedalje bolj zasebno, negotovo in nemirno družbo. Družbo, v kateri so tekmovalnost, egoizem, osebni

dobitek, neobčutljivost na nasilje postale norme. In družbo, v kateri pristna pluralnost in družbena interakcija izginjata.

Zgodbe, ki jih »čarajo« podobe, so manipulativne z zelo določenimi političnimi in socialnimi cilji, ki vsebujejo veliko dvomljivih zgledov in vrednot. Te zgodbe so igrale in še vedno igrajo pomembno vlogo pri ohranjanju imperialistične vizije in stereotipov, nepredstavljivega nasilja, seksizma in rasizma povsod po svetu. To so skriti procesi v navidezno neškodljivi obleki zabave. Odsotnost javne debate o teh vprašanih preprečuje izzvati mite o objektivnosti in o odsotnosti politične in ideološke indoktrinacije posameznih zgodb. Zato je poudarek na izbiri. To ne pomeni, da bi morali iz našega življenja izgnati »monoforno«, pomeni samo to, da bi morali imeti možnost ustvarjanja vzporednih prostorov za alternativne forme in procese komunikacije. Namesto da bi medijsko realnost prepoznali takšno, kakršna je – manipulativna in uničujoča sila sodobnih družb –, jo je večina sprejela kot potreben družbeni servis. Zavesti o naravi »monoforne« in drugih oblik medijskega nasilja pa v javnosti tako rekoč ni. Cilji množične avdiovizualne kulture so, da potrošniško družbo zadržijo na mestu, ki ji pripada. Veliko glavne, v družbi prevladujoče medijske struje je zato zelo blizu ali povsem podrejene splošnim družbenim in avtoritativnim vzorcem.

Namesto sklepa

Vidno zaznavanje je psihološko pred besedami. »Otrok gleda in prepoznava, preden zna govoriti. Vidno zaznavanje pa je pred besedami še v nekem drugem smislu. Prav vidno zaznavanje nas namreč umesti v svet, ki nas obkroža; razlagamo ga z besedami, vendar besede ne morejo zabrisati dejstva, da je svet okrog nas. Odnos med tem, kar vidimo, in tem, kar vemo, se nikoli ne razreši. Vsak večer vidimo sonce zaiti. Vemo, da se Zemlja obrača stran od njega, toda vede-nje, razlaga nikoli zares ne ustrezata videnemu.« (Berger, 2008: 21)

Filozof opazuje svet okoli sebe, kot to počne tudi kamera. Filozofom je film od nekdaj zelo blizu. Celo kot orodje. Koliko je film sam filozofski? Naštejemo lahko vsaj štiri načine. Najprej je to golo zanimanje za medij, kot drugo, film kot orodje, kot ilustracija filozofskih tem, kot tretje je to film o filozofiji ali filozofu in kot četrto, film kot filozofija sama – film, ki filozofira. Zdi se verjetno, da tako kot lahko gredo podobe v filozofiji onkraj ilustracije in imajo svoj prostor pri argumentiranju, lahko tudi določeni scenariji v filmu igrajo pomembno vlogo v filmski naraciji o občutku in vednosti o realnosti. Bi lahko filozofija bila razbijalec iluzije in smernik k naprednejšemu razumevanju gibajočih se podob, kot nam sugerira Allen?

Argentinska režiserka Lucrecia Martel, predstavnica tako imenovanega »novega argentinskega filma«, je ob premieri svojega filma *The Headless Woman* (*La mujer sin cabeza*, 2008) povedala naslednje: »Danes je v Argentini prav posebna situacija, ker si oblast prizadeva razčistiti nekatera dejstva iz preteklosti – kaj se je dogajalo v času diktature v sedemdesetih letih 20. stoletja. A oblast je popolnoma slepa za naš današnji čas, za to, kar se dogaja danes. Želela sem to slepoto o preteklosti povezati s slepoto o današnjem času. ... Celoten film je mišljenjski proces. Zame je pri filmu to bistveno. Večina filmov ta proces mišljenja zamaskira za zgodbo o karakterjih, s katerimi se gledalec identificira, karakterji, ki so ali dobri ali slabi in nam omogočajo komično sproščanje ali katarzo. Sebe uvrščam med tiste manj priljubljene v filmski tradiciji, ki poskušajo gledalca namerno izpostaviti provokativni intelektualni vaji, s katero ga soočim z neprijetnimi dejstvi o svetu in samem sebi. Ne želim samo pripovedovati zgodb. Film

nam zaradi svojih karakteristik omogoča, da izrazimo določen način mišljenja skozi zgodbo. A zgodba je trik. Je nekaj površinskega. Je umetna. Celo v svetu umetniškega filma se ljudje zelo težko soočijo s to idejo.« (glej Salon, 2008)

Nekaj primerov, kako nam film in filozofija lahko pomagata skupaj premagovati težave v postmodernem svetu, navaja tudi profesor filozofije Richard Gilmore v knjigi *Doing Philosophy at the Movies (Filozofiranje v kinu)*. Konceptov ljubezni, sublimnega, interpretacije, identitete, estetike, moralnega relativizma, smrti in tako naprej se loteva iz različnih filozofskih perspektiv in jih demonstrira skozi filme. Sebe postavi na pragmatično stran filozofske misli – filozofija bi morala nekaj početi. Ta intelektualni odnos do našega vsakdanjega življenja in praks bi nam omogočil bogatejše in srečnejše življenje. Tako bi tudi filme gledali kot boljši ljudje. Kritično mišljenje seveda še ni avtomatično filozofija, čeprav je že produkt neke različice tega. Film je kot pripomoček filozofiji, da pride do kritične misli. Vsak izraz lahko sicer vodi do reflektivne analize, film v tem ni nič posebnega, vendar je filmu njegov pomen dovolila filozofija. Smisla ima tako samo toliko, kolikor mu ga da filozofija.

Oxfordski profesor filozofije Stephen Mulhall v svoji knjigi z naslovom *On Film: thinking in action (O filmu: mišljenje na delu)* piše, da filmi niso surovo gradivo za filozofijo, kot tudi ne vir za njeno izražanje, filmi so vaja v filozofiranju, filozofija v akciji – film kot filozofiranje. »Brezposelnost« filozofov bi tako lahko zaposlila debata, ki jo med drugimi v svojih knjigah obravnava Mulhall in Falzon. Za avstralskega filozofa Christopherja Falzona je film v službi filozofije, za Stephena Mulhalla je film filozofija. Zaradi ranljivosti občutkov in varanja – nekakšen Descartesov skepticizem – vodi Falzona do nekakšnega filozofskega treninga kot načina pobega iz verig našega zanašanja na občutke in k uporabi razuma. To lahko ima za gledalce učinek, ker tudi najbolj racionalni filozofi ne morejo ubežati filmski manipulaciji realnosti na zaslonu. Falzon piše o filmarjevi manipulaciji s sliko in načinu, kako ta neogibno vodi naše gledanje. S tem pa se dotika tudi tega, kako lahko gledalec sam aktivno posega v to, kako konstruira pomen gledanega.

Zgodovina filozofske misli v nasprotju s psihološko priča o poti civiliziranega človeka od govornene besede do pisane besede in slednjič do slike, kar pomeni, če verjamemo interpretacijam antične misli, degradacijo človekove modrosti. Hkrati pa je ta zgodovinski vrstni red omogočil revolucijo na področju komunikacije in vzpon tehnologij, ki nam lajšajo – po drugi strani pa tudi otežujejo – življenje. Podoba stopi v našo pripoved in tako poskuša nadomestiti antični mit. S svojo prepričljivo sliko, ki spominja na realnost, stopa na mesto realnosti in jo pervertira. Ima izjemen potencial, a kot ponavadi se rabi površno. Ta raba se vsiljuje kot potrošno blago, čeprav za gledalca pomeni usoden prelom z njegovim spoznavnim aparatom.

Če nekako razvijemo idejo, da občinstvo lahko in mora sodelovati in igrati pomembnejšo vlogo pri odločanju in ustvarjanju tega, kar vidimo prek podob, bomo naredili velik korak naprej. To bi pomagalo porušiti marsikatero obstoječe hierarhične forme sodobnih medijev.

Watkins ponuja recept v treh točkah: analiza in znanje, neposredna politična akcija in ustvarjanje alternativnih medijev. Skozi analizo podob, ki naj vključuje medijske učitelje in filmarje kot sodelavce, lahko učeče pripravimo do sprememb, ki so potrebne. Čedalje bolj vsiljiva komercializacija medijev in izobraževalnega sektorja ne sme ljudem onemogočati, da si pridobivajo znanje, ki ni v jedru osrednje kulture. Vse udeležene v medijske procese poziva, da premislijo o dolžini, prostoru, strukturi in ritmu v formi njihovega dela. Naj premislijo o pluralizmu v procesu njihovega odnosa do občinstva. Fragmentirana sporočila se tako lahko razširijo v počasnejše, daljše, manj agresivne in bolj kompleksne ritme in strukture, ki bodo ljudem omogočili vstopiti

v gradivo, ki ga bodo sposobni reflektirati in si ustvariti kritično in alternativno interpretacijo. Obravnavajmo te probleme in alternative kot del človekovih pravic. V tem kontekstu predlaga tudi akcije za ustavno spremembo, ki bi ljudem zagotavljala demokratično izbiro pri vstopanju v »monofornne« diskurze in dostop do alternativne in participatorne oblike avdiovizualnega medijskega diskurza, ki bi ga morali razširili tudi na kritičen holističen pristop k izobraževanju. Nobena država tega še nima v ustavi, kar samo ponazarja dolgo pot, ki jo imamo na tem področju pred sabo. Velik korak naprej bomo storili že, če bomo v odločanje o tem, kaj vidimo in spremljamo v medijih, vključili posameznike in skupine. Vendar samo, če bo ta sprememba prinesla rušenje obstoječih hierarhij in praks sodobnega medijskega diskurza.⁸

Literatura

- ALLEN, R. (1995): *Projecting Illusion: Film Spectatorship and the Impression of Reality*. Cambridge, Cambridge University Press.
- ARNHEIM, R. (1966): *Toward a psychology of art*. Berkeley, Los Angeles, University of California press.
- ARNHEIM, R. (2000): *Film kot umetnost*. Ljubljana, Krtina.
- BAZIN, A. (2010): *Kaj je film?* Ljubljana, KINO!
- BERGER, J. (2008): *Načini gledanja*. Ljubljana, Zavod Emanat.
- BERNAYS, E. (1969): *The Engineering of Consent*. Oklahoma, University of Oklahoma Press.
- BERNAYS, E. (1928): *Propaganda*. New York, Horace Liveright.
- BURNETT, R. (1995): *Cultures of Vision: Images, Media and the Imaginary*. Bloomington, Indiana University Press.
- CARROLL, J. (1980): *Toward a Structural Psychology of Cinema*. Hague - Paris - New York, Mouton.
- FALZON, F. (2007): *Philosophy Goes to the Movies*. London, New York, Routledge.
- GILMORE, R. (2005): *Doing Philosophy at the Movies*. Albany, State University of New York.
- HEATH, J., POTTER, A. (2006): *The Rebel Sell*. Capstone
- LE BON, G. (2001): *The Crowd: A Study of the Popular Mind*. Kitchener, Batoche Books.
- LIVINGSTON, P., PLATINGA, C. (ur.) (2009): *The Routledge Companion to Philosophy and Film*. London, New York, Routledge.
- MAISO J. in VIEJO, B. (2006): *Negative images, Theodor W. Adorno and cinema*. Povzetek. Dostopno prek: http://www.breixoviejo.com/t_writings_adorno.html (5. 9. 2010).
- MCGEE, P. (1997). *Cinema, Theory, and Political Responsibility in Contemporary Culture*. Cambridge, Cambridge University Press.
- MULHALL, S. (2002): *On Film: thinking in action*. London, New York, Routledge.
- MULVEY, L. (2006): *Death 24x a Second: Stillness and the Moving Image*. London, Reaktion Books.
- O'HEIR, A. (2008): *Why the Cannes boo-birds are wrong (as usual)*. Dostopno prek: http://www.salon.com/entertainment/movies/beyond_the_multiplex/feature/2008/05/25/martel/index.html?CP=IMD&DN=110 (5. 9. 2010).
- POVOLERI, F. (2009): *Propaganda: se la conosci la eviti*. Dostopno prek: <http://www.luogocomune.net/site/modules/news/article.php?storyid=3379> (5. 9. 2010).
- RANDOLPH, J. (2003): *The Gap: Documentary Truth between Reality and Perception*. Dostopno prek: http://www.horschamp.qc.ca/new_offscreen/documentary_truth.html (5. 9. 2010).
- READ, R., GOODENOUGH, J. (2005): *Film as Philosophy: Essays on Cinema After Wittgenstein and Cavell*. Hampshire, Palgrave Macmillan.

- SMITH, D. (2006): *In Praise of Self-deception*. Dostopno prek: <http://www.entelechyjournal.com/davidlivingstonesmith.htm> (5. 9. 2010).
- WARTENBERG, T. in CURRAN, A. (2005): *The Philosophy of Film: Introductory Text and Readings*. Malden, MA: Blackwell Publishers.
- WINSTON, B. (1996): *Technologies of Seeing: Photography, Cinematography and Television*. London, British Film Institute.

Spletni viri

- Philosophy and Film*. <http://www.philosophytalk.org/pastShows/Film.html> (5. 9. 2010)
- Spletna stran Petra Watkinsa*. Dostopno prek <http://p Watkins.mnsi.net/> (5. 9. 2010).
- Stanford Encyclopedia of Philosophy: Philosophy and Film*. Dostopno prek: <http://plato.stanford.edu/entries/film/> (5. 9. 2010).
- Zofijini ljubimci: Upor Petra Watkinsa*. Dostopno prek: http://www.zofijini.net/modrost_watkins.html (19. 9. 2010).