

Diskurs ljubavi. Utjecaj filma na čovjekovu percepciju ljubavi

Blažić, Franka

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:875638>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-16**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



1. Uvod

2. Emocija i njihova ekspresija

2.1. Kako definirati emociju

Kada razmišljamo i raspravljamo o emocijama, bilo u svakodnevnoj komunikaciji ili akademskom govoru, nerijetko u mislima stvaramo mentalnu sliku nečeg aspraktnog čije se značenje razlikuje kod svakog pojedinca. Riječ je o konceptu koji je univerzalan, zajednički no ujedno i individualan, te moglo bi se reći svevremenski. Sa znanstvenog aspekta, proučavanje emocije je u užem fokusu područja psihologije, no moguće ju je sagledati i u sociološkoj domeni. Koristeći pojam emocije u spomenutoj domeni, odnosno služeći se raznim kulturalnim teorijama i analizama, pa tako i onim koje se svrstavaju u polje kulturalnih studija, njena se definicija uvelike širi no samim time i komplicira. Tako je i James Kalat u uvodu svoje knjige „Emotion“, započinjući raslojavanje prirode emocije, napomenuo: „ *We hope you are starting this book with healthy skepticism about whether a productive study of emotion is even possible.*“ (Kalat, 2012:2). Drugim riječima, pokušaj brojnih teoretičara u podrobnom proučavanju i objašnjavanju emocija trebalo bi uzeti s dozom skeptičnosti o konačnom rezultatu koji se može shvatiti i kao pretpostavka. Unatoč preciznim istraživanjima u sferi biologije i psihologije, emocija i dalje ostaje u nedovoljno teoretski utemeljenom prostoru ljudske prirode ali i kulture koju je stvorio. Jedna od često ponavljanih notacija vezanih za emociju jest da svi znaju što je dok se od njih ne zatraži da ju definiraju. (Kalat, 2012). Američki psiholog James Russell je pak pripomogao definiranju emocije uvođenjem određene opozicije, odnosno graničnu liniju između emocije i ne-emocije uspoređuje s arbitrarnošću opreke kao što je umjetnost i ne-umjetnost. Odnosno, pojmovi kao što su emocija i umjetnost valjano se mogu ustvrditi samo komparacijom s drugim pojmovima koji ne spadaju u tu kategoriju. Međutim, veliki broj definicija iznesen posebice u ovom stoljeću ima zajedničku crtu koja nalaže kako

sve ono što nazivamo emocijom u sebi sadrži nešto značajno zajedničko. Jedna od definicija koju je Kalat u svojoj analizi naveo glasi: „*An emotion is a universal, functional reaction to an external stimulus event, temporally integrating physiological, cognitive, phenomenological, and behavioral channels to facilitate a fitness-enhancing, environment-shaping response to the current situation.*“ (Keltner & Shiota, 2003:89). To je jedna u nizu definicija koja emociju karakterizira poveznicom između vanjskog podražaja i tjelesne ili kognitivne reakcije na isti, napominjući njenu univerzalnost. No taj navedeni vanjski podražaj, koji mora biti u obliku eksterne situacije odnosno izvan nas samih, odvaja emociju od naprimjer osjećaja gladi ili žeđi, što se onda svrstava u potrebe. Shodno tome, emocije uključuju preduvjet kognitivne procjene određene situacije te njenu interpretaciju koja se odvija na osobnoj razini odnosno ovisi o iskustvu pojedinca, stavu ili odnosu s osobom ili doživljajem koje interpretiramo. S druge strane, mnogi psiholozi emociju proučavaju izvan nužne procjene situacije to jest smatraju kako može doći do ekspresije emocije bez svijesnog tumačenja iste. Primjer toga je slučaj u kojem samo na kratko uočimo nešto čemu ne pridajemo pažnju ali svejedno u nama izazove određen osjećaj ili reakciju te unatoč neprepoznavanju što smo točno vidjeli možemo primijetiti emociju koju je to u nama izazvalo. Drugim riječima, moguće je osjetiti emociju bez jasne vidljivosti uzroka odnosno njegove spoznaje („cognition“). Shodno tome, određena emocija je ostvarena bez obzira na prisutnost svih četiriju elemenata koje pojedine definicije nalažu da emocionalno stanje mora uključivati, odnosno kogniciju, osjećaj, fiziološku promjenu i ponašanje. Tu tvrdnju podupire i Russell, a Kalat ju potkrepljuje primjerom situacije u školi gdje učenik saznaje ocjenu ispita višu od očekivanog te mu se javljaju kognicija dobrih vijesti, sreća kao osjećaj te fiziološka promjena uzbuđenja, no bihevioralna reakcija izostane; unatoč 'ne pokazivanju' svoje emocije, odnosno nedostatku četvrtog elementa, ne možemo reći da se u učeniku nije javila emocija. (Kalat, 2012). Također, u takvim situacijama nismo spremni izmjeriti emociju u svrhu istraživanja, a emocije umjetno izazvane u laboratoriju neusporedive su s intenzivitetom koji nastaje u stvarnoj situaciji koju pojedinac doživi. Upravo je zato emocija nedovoljno valjana i precizno proučavana i na znanstvenom polju; teško je iz čovjeka izmamiti izvornu snažnu emociju bez kršenja etičkih principa istraživanja. Međutim, psiholozi koji se bave proučavanjem emocija najčešće se oslanjaju na metode samoopažanja, fizioloških mjerenja te bilježenja ponašanja. Osim mjerenja, još jedan element koji nije jednostavno odrediti kada su u pitanju emocije jest njihova klasifikacija. U knjizi „*The Expression of the Emotions in Men and Animals*“ , objavljenu 1872. godine, Charles Darwin iznosi usporedbu odnosno sličnost ekspresija lica ljudi iz različitih dijelova svijeta kao manifestaciju emocija sreće, tuge, ljutnje i straha. (Kalat, 2012). Upravo ta sličnost i univerzalnost ekspresije emocija omogućuje njihovu

približnu klasifikaciju, a psiholozi su iznijeli popis takozvanih bazičnih emocija u koje su ubrojili sreću, tugu, ljutnju, strah, gađenje i iznenađenje. Ako je primjerice ljutnja temeljna prirodna emocija čovjeka onda se mogu pretpostaviti tri stvari. Prvotno, ukoliko je ljutnja evoluirana karakteristika čovjeka kao što je i primjerice jezik, onda ju odlikuje funkcija koja se razlikuje od funkcija ostalih emocija. Nadalje, svaki zdravi pojedinac bez genetskih mutacija ili određenih nesposobnosti u mogućnosti je da osjeti emociju ljutnje. Treća pretpostavka uključuje dosljednost elemenata ljutnje, bilo bihevioralnih ili fizioloških, bez obzira na razlike u iznošenju individualnog doživljaja dotične emocije. Također, izneseno je nekoliko kriterija po kojima se emocije svrstale u one bazične, ukoliko pretpostavimo da je to uopće moguće. Prije svega, ključna je ranije spomenuta univerzalnost; ovdje je sporno postojanje emocije u svim društvima povijesti kako bi se opovrgnula njena socijalna konstrukcija, odnosno kako je Kalat naglasio: „*Finding an emotion in all societies is no guarantee that it is basic, but if we can only find evidence of it in a few societies, that finding would imply that it is socially constructed rather than a built-in aspect of human nature.*“ (Kalat, 2012:26). Drugi kriterij uključuje jednaku ekspresiju osnovnih emocija odnosno reakciju koja je usađena u čovjeka te shodno tome zajednička pripadnicima svih kultura, a treći kriterij upućuje na njihovo postojanje od čovjekove najranije dobi.

2.2. Emocija ljubavi

Neki psiholozi pak listi osnovnih emocija pridodaju i emocije poput srama, krivnje, nade, ponosa, žaljenja, dosade, olakšanja, frustracije, divljenja i ljubomore. Mnogi ovdje pridodaju dakako i vjerojatno jednu od najraspravljanijih no i najkompleksnijih emocija: ljubav. Pojmom ljubav čovjek se koristi u vrlo širokom kontekstu, a u svakodnevnom govoru može označavati nekoliko vrsta iste emocije. Latinski *amor* može se odnositi na roditeljsku, prijateljsku ili romantičnu ljubav te općenito na osjećaj sreće, naklonosti i privrženosti prema nekome ili nečemu. Nadalje ću se u ovom radu koristiti pojmom ljubav u smislu romantične intimne ljubavi, a ne njenom širom semantičkom uporabom. Međutim, neki teoretičari, kao primjerice antropolozi Giddens i Boas, razlikuju romantičnu od strastvene ljubavi. Giddens koncept romantične ljubavi povezuje s modernizacijom: romantična ljubav je moderna, moderna je nastala u Europi, pa je stoga romantična ljubav europska. Tako ju on ne povezuje s tradicionalnim društvima već s Europom krajem 18. stoljeća te napominje kako je za razliku od univerzalne strastvene ljubavi romantična ljubav više 'kulturalno specifična'. Također, naglašava: „*Romantic love introduces the idea of narrative into an individual's life, associating*

for the first time love with freedom and self-realisation, with sublime love predominating over sexual ardour.“ (Goody, 1998:102). Giddens nastavlja s definiranjem još novijeg oblika ljubavi koju naziva kongruentnom ljubavi; povezuje ju i s takozvanim kompleksom romantične ljubavi, a napominje kako su u tom slučaju važniji veza i posebnost odnosa od osobe s kojom stupamo u isti. S idejom da je romantična ljubav kulturni konstrukt Zapada slaže se i Person, američka psihoanalitičarka, koja ujedno romantičnu ljubav definira kao idealizaciju drugog. Stone s druge strane koristi pojam kulta kada govori o popularizaciji koncepta romantične ljubavi, te njegovu pojavu povezuje s periodom industrijske revolucije u kojem jača i koncept individualnosti. (Goody, 1998.)

3. Diskurs ljubavi

3.1. Ljubav kao kulturna praksa

Kada govorimo o romantičnoj ljubavi u sociološkom kontekstu odnosno preciznije kao o kulturnoj praksi, još je teže donijeti konkretne i valjane zaključke, no upravo zato ih je zanimljivo analizirati i komparirati s idejama teoretičara kulturalnih studija. Ta prisutnost romantične ljubavi u čovjekovoj svakodnevici stvara paradoks njenog razumijevanja što kroz osobno iskustvo što kroz druge aspekte kao što je primjerice umjetnost kojoj je ljubav oduvijek jedna od primarnih inspiracija. Drugim riječima, svaki pojedinac društva na ovaj ili onaj način dolazi u doticaj s konceptom romantične ljubavi. Shodno tome, ljubav je često promatrana isključivo iz osobne perspektive te na razini iskustva, odnosno emocije, nasuprot njene uloge u sociološkoj, antropološkoj ili kulturološkoj domeni. Eva Illouz je u svojoj knjizi „Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism“ na jezgrovit i pristupačan način pristupila pojmu ljubavi upravo kroz spomenute domene. Pri početku predstavljanja ljubavi kao kulturne prakse autorica iznosi karakteristike kapitalizma kao ekonomskog sistema s ciljem dosega što većih vrijednosti odnosno profita zbog kojeg se i ostvaruju odnosi, za razliku od romantičnog odnosa kojemu se sve materijalne stvari podređuju. Takav je odnos nepobitno izgrađen na temeljima koji se uvelike razlikuju od onih na kojima je izgrađen kapitalizam, te kako Illouz tvrdi: „*Romantic love is irrational rather than rational, gratuitous rather than profit-oriented, organic rather than utilitarian, private rather than*

public.“ (Illouz, 1997:2). Ljubav je naime nešto što čovjek po prirodi, ili bolje reći po kulturi, postavlja iznad materijalnih razmjena ili društvenog poretka te vrijednosti na kojima se zasnivaju ekonomski odnosi. Upravo je to bila glavna misao antropologije, sociologije i povijesti do šezdesetih godina dvadesetog stoljeća kada je u pitanju bila ljubav; općenito je emocija bila smatrana subjektivnim psihološkim iskustvom te time pripisivana sferi privatnog života i tako lišena daljnje analize unutar socioloških i klasnih tematika. Naposljetku je emocija, ponajprije ljubav, ušla u polje kolektivnog i simboličkog kao posljedica prihvaćanja nove misli da na nju utječu promjenjivi elementi kulture kao što su jezik, norme, stereotipi, metafore i simboli. Illouz emociju definira na slijedeći način: „*Emotions*“ *are the complex conjunction of physiological arousal, perceptual mechanisms, and interpretive processes; they are thus situated at the threshold where the noncultural is encoded in culture, where body, cognition, and culture converge and merge.*“ (Illouz, 1997:3). Za razliku od ranije navedenih definicija iz psihološke perspektive, Illouz povlači poveznicu između ljudskog tijela i kulture; ljubav se dakle nalazi pod utjecajem političke i ekonomske sfere, no za razliku od drugih kulturalnih praksi iziskuje i onaj prirodni element urođene čovjekove fizičke reakcije. Ta je fizička reakcija, odnosno u ovom slučaju svojevrsna emocija uzbuđenja, povezana s konceptom ljubavi kroz interpretaciju i pridodavanje simboličkih znakova i vrijednosti čime kultura postaje sredstvo označavanja i kategoriziranja emocija. (Illouz, 1997). Tako je ljubav prenesena u sociološki okvir i dobiva lice i naličje inače dvaju oprečnih pojmova: kulture i prirode. U evoluciji seksualnih kodova prema suvremenom značenju ljubavi kultura je prema Illouz imala barem tri uloge: prvenstveno je to imenovanje i klasificiranje („labeling“) takvih vrsta fizičkih stanja čime im se pridodaje značenje. Zatim, te su 'etikete' zapravo dio sustava određenog normama, pravilima i zabranama u kojima se manifestiraju, a zbog te su ovisnosti o normativnom kontekstu podložne i kontroliranju u obliku prilagođavanja pojedinca određenoj normi. Kao treću ulogu Illouz navodi interpretaciju intenziviteta fizioloških stanja te njihovo primjereno razumijevanje, a nadodaje kako su važne i slike kojima se pripisuje značenje odnosno simbolika romantične ljubavi te čije su kulturalne vrijednosti dostupnije i čitljivije od ostalih. Tako se konstruira imanentni karakter definicije kulturalnih obrazaca povezanih sa spomenutim vrijednostima unutar kojih čovjek stvara smisao; Illouz naglašava: „*Such an approach to culture broadly informs my view that love is a complex emotion interweaving stories, images, metaphors, material goods, and folk theories and that people make sense of their romantic experiences by drawing on collective symbols and meanings.*“ (Illouz, 1997:6).

3.2. Teorije ljubavi

Nadovezujući se na ideju da je ljubav kulturna praksa, zanimljiv pogled na njenu fenomenologiju imao je već i Erich Fromm u svojoj knjizi „Umijeće ljubavi“. Njegova misao vodilja je upravo pretpostavka da je ljubav umijeće koje treba savladati kao i primjerice medicinu, slikarstvo ili arhitekturu. Također, tvrdi kako upravo zbog uvaženog mišljenja da je 'najlakše voljeti' čovjek zapravo zanemaruje ljubav jer pridaje više energije i vremena ostvarivanju opipljivijih ciljeva kao što su poslovni uspjeh, novac i vlast te ne smatra kako bi trebao učiti o ljubavi. „*Zar se samo ono smatra za vrijedno truda čime se može steći novac, prestiž, a ljubav, koja koristi 'samo' duši, ali je nekorisna u modernom smislu, predstavlja luksuz na koji nemamo pravo trošiti mnogo energije?*“ (Fromm, 1980:13). Ta se tvrdnja protivi ranije iznesenoj tezi Eve Illouz da ljubav u čovjekovom životu nadilazi sve materijalne vrijednosti; njihov tok misli vjerojatno nije išao u istom smjeru, međutim oboje pojam romantične ljubavi povezuju s nečim materijalnim. Fromm čak i osobine koje čovjek traži kod partnera uspoređuje s tržištem, a ono što smatramo privlačnim pripisuje specifičnoj modi vremena. (Fromm, 1980). Neosporivo je doduše, što se može iščitati da se i Illouz i Fromm slažu, da se na ljubav gleda kao na nešto zdravorazumsko odnosno suviše privatno i unutar čovjeka da bi se valjano i općeprihvaćeno uvelo u polje akademskog jezika. Moguće je da je to slučaj upravo zbog jedne od popularnih karakteristika romantične ljubavi koja se ponajviše manifestira u umjetnosti a to je njena takozvana uzvišenost i čak određena svetost koja se ne želi okaljati teoretiziranjem i 'svođenjem' na znanstvene analize. Već sam ranije navela kompleksnost same analize emocija u psihologiji i drugim granama, no izuzev te činjenice takva se analiza nerijetko gotovo izbjegava provesti. Time pojam ljubavi ulazi u problematiku nemogućnosti donošenja konkretnih zaključaka koji bi bili univerzalno shvaćeni i po čijim bi se pravilima, kako bi i Fromm predložio, čovjek mogao učiti.

Nadalje, Fromm u svojoj teoriji ljubavi napominje i ključnu ulogu braka u razvoju misli o romantičnoj ljubavi. Naime, ljubav u viktorijansko doba te u brojnim tradicionalnim kulturama nije bila uvjet koji dovodi do ostvarivanja braka; brak je bio ugovaran, a temeljio se prvenstveno na međusobnoj koristi, podrijetlu ili drugim socijalnim motivima. Za ljubav se pretpostavilo da će se razviti nakon sklapanja braka, iako ne nužno. S vremenom se to shvaćanje promijenilo, kao i pojam romantične ljubavi na Zapadu, ali i traganje pojedinca za ostvarenjem

takvog oblika ljubavi koji bi potom doveo do braka. Fromm tvrdi kako je ta nova sloboda u ljubavi prenijela važnost s funkcije na objekt, odnosno fokus se prebacuje na drugu osobu a ne brak kao sredstvo u socijalnoj sferi ljudskog života. (Fromm, 1980). Sličnu misao iznio je i nedavno ove godine američki filozof i pisac Alain de Botton na jednom od svojih predavanja (<https://www.youtube.com/watch?v=v-iUHVazKk&sns=fb>) u kojima na određeni način okrivljuje ideologiju romantizma za 'uništenje' ljubavi. Napominje, kao i Fromm, promjenu značenja braka i osvrtnje na slobodnu ljubav koja prelazi u iznimno romantično i nestvarno stanje duha prvi put opisano od strane pisaca, filozofa i umjetnika sredinom 18. stoljeća. De Botton osuđuje suvremeno poimanje romantičnih veza i ljubavi kao takve, odnosno uspostavljene norme unutar kojih osoba u današnje vrijeme mora djelovati smatra nerealnima i nezdravima. Shodno tome, predlaže takozvanu postromantičku teoriju ljubavi koja bi na zreliji i logičniji način predstavila odnos između dvije osobe. (De Botton, 2016). Neosporivo je da je takav odnos individualan te se ne može ustanoviti kako bi on trebao izgledati, no također je činjenica da u svakom periodu postoji određeni trend ponašanja odnosno karakteristične crte nečega što se smatra romantičnim. Stvara se određena ikonografija koja se bez logičke ili osjetilne podloge pri percipiranju odmah u čovjekovom mozgu interpretira kao nešto romantično. Eva Illouz je kao primjer primjene takvog znakovlja navela marketing i reklame te promjenu njihovog načina privlačenja pažnje: *„From the 1920s on, as advertising shifted its concerns from providing information about products to linking products with such intangibles as happiness and warm human relationships as well as fashion, beauty, celebrity, and glamorous lifestyles, advertising started to have the ethereal quality of dreams, made all the more persuasive by being represented in the realistic media of photography and film.“* (Illouz, 1997:81). Reklame su tako na određeni način postale vizualne slike fantazija i odrazi čovjekovih želja pa tako i ultimativnih romantičnih ljubavi. I Raymond Williams tvrdi kako je srž reklama prijeći s materijalnog na duhovnu razinu postajući tako 'umjetnost kapitalizma', a na taj se način širi i ideja da materijalne stvari posreduju međuljudske odnose. Tako je ljubav jedna od temeljnih motiva u kanaliziranju ljudske fantazije putem reklamnih slika te je time potrošnja fetišizirana, a roba povezana s intimnim ili erotskim ostvarenjima. Reklame se s tog gledišta mogu shvatiti kao suma snova zapadnog čovjeka, a još izraženije kao odraz takozvanog američkog sna. (Illouz, 1997). Uzevši u obzir konstrukciju želje ili očekivanja prema modelu marketinških idioma, postmoderna bi se romantična ljubav mogla sagledati kao pojam okarakteriziran fuzijom kulture i materijalnih dobara. Nadalje, Illouz je analizirala osamdesetak reklamnih fotografija iz popularnih američkih časopisa kao što su Time, Newsweek, Harper's i slični. Ustanovila je kako su romantične slike prvenstveno povezane s proizvodima

namijenjenim nešto imućnijim kupcima: najčešće s parfemima, šminkom, cigaretama, hotelima ili dijamantnim nakitom, čijim posjedovanjem ugledni pojedinac nadopunjuje svoj identitet i održava određeni life-style. Također, ti proizvodi najčešće povezani s motivom romantike su početkom 20. stoljeća ili doprinosili stvaranju specifičnog 'imidža' osobe uz cilj povećanja privlačnosti i pronalaženja željenog partnera ili označavali učvršćivanje partnerske veze. Pojedinci, primjerice žene, nikad nisu bile direktno adresirane niti sadržajem reklame potaknute da će korištenjem predstavljenog parfema lakše naći adekvatnog partnera, no njegova konzumacija uvijek je sjedinjena s vizijom intimnosti ili romantike. Sljedeći primjer koji Illouz daje za stapanje emocije i konzumerizma jest reklama za Cognac Henessy koja ispijanje konjaka izjednačava s utaživanjem romantične želje. Slogan reklame glasi: „If you have ever been kissed you already know the feeling of Cognac Hennessy“; čak i vizualni prikaz muškarca i žene čiji je zagrljaj poprimio oblik boce upućuje na konzumaciju konjaka kao erotičnu intimu. (Illouz, 1997). To nije jedina reklama sa sličnim sredstvima prenošenja skrivenih značenja. Dapače, jedna od čestih analiza kulturalnih studija temelji se upravo na razbijanju vela općeprihvaćenih reklama i ukazivanju na skrivena značenja ili ideologije koje bi iste mogle promicati. Tako je romantična situacija i u ovom slučaju samo alat ostvarivanja nečeg što šira konzumeristička masa neće primijetiti zbog 'prirodnih' slika koje zdravorazumski percipira, no Illouz upozorava: „*In its refusal of the mundane and everyday, this vision of ideal romance, as we shall see, enacts an anti-institutional self within the confines of economically successful and institutionalized couplehood.*“ (Illouz, 1997:85). Ako uzmemo u obzir strukturalističku teoriju koja određuje kulturalne kategorije u vidu njihovih razlika, romantični su motivi korišteni u reklamama kao suprotnost rutini svakodnevnog života i najčešće posla, a Illouz smatra kako nam takva opozicija pomaže shvatiti ljubav i romansu u postmodernoj kulturi. Na isti su način romantičnim znakovima ispunjeni određeni pejzaži i prirodni krajobrazi; brojne reklame locirane su upravo na plažama, šumama, kraj jezera i sličnim mjestima nasuprot urbanog, industrijskog i materijalnog svijeta. Takva ikonografija pod utjecajem je pejzažnog slikarstva 19. stoljeća koje je prikazivalo prirodu u kodiranim scenama stvarajući od nje simbolički prostor koji Illouz uspoređuje s reklamnim sadržajima jer utjelovljuju vrijednosti i ideale koji su u opoziciji s urbanim sredinama. Tako je priroda, kao i romantična ljubav, povezana s 'anti-institucionaliziranim sebstvom', idejom koja je zaživjela u 19. stoljeću. Označuje također i ono istinsko u nama, autentično, čisto i simplificirano te pozicionirano iznad samog društva.

Reklamni sadržaji i ikonografija prirode koju sadrže nisu jedini koji romantičnu ljubav smještaju u utopijski prostor. Ranije spomenuti povjesničar Stone pojavu trenda braka zbog

ljubavi u 18. stoljeću povezuje s porastom čitanja novela. Time otvara raspravu o utjecaju umjetnosti na razvoj svijesti o romantičnoj ljubavi, u ovom slučaju književnosti; „*Expression on paper has important repercussions on people's emotions, not simply expressing already existing feelings but in creating or expanding those sentiments through a process of reflexivity.*“ (Goody, 1998:107). Stone u svojim kasnijim radovima spominje uvođenje nejasnoće u značenje romantične ljubavi sve češćom problematikom seksualnosti te zamjećuje nestajanje distinkcije između pojmova ljubavi i požude. Person na Stoneovu tezu o širenju nove ideologije ljubavi komentira i utjecaj sve veće dostupnosti literarnih djela u 19. stoljeću kao i mogućnosti da si ih pojedinac financijski priušti. Jedan od klasičnih primjera povezanosti romantične ljubavi s književnošću jest Flaubertova „*Madame Bovary*“ u kojem želja za utopijskom ljubavi Emme Bovary izravno potječe iz njenog stalnog čitanja ljubavnih romana. Goody pak zaključuje kako elaboracija diskursa ljubavi u obliku idealizacije drugog ne postoji samo od romantizma na dalje već u svim kulturama s bilo kakvom literarnom tradicijom. Kao primjer navodi francuske pjesme trubadura kao i kinesku ljubavnu poeziju koja seže još u deveto stoljeće prije Krista. Nadovezujući se na kinesku tradiciju, Goody napominje kako je u diskursu ljubavi važno diferencirati perspektivu Europe i Azije. Tvrdi kako jedna od struja europske misli pojam romantične ljubavi pripisuje kulturi Istoka više nego Zapada; primjer takve ideje su priče o Šeherezadi te Antoniju i Kleopatri, pa i Kama Sutra. Ono što je zajedničko europskom i azijskom poimanju ljubavi jest idealizacija objekta ljubavi te razlika u superiornosti zvanja ili čina čime se stvara koncept takozvane dvorske ljubavi samim svojim značenjem okarakterizirane motivom udaljenosti. S druge strane, osvrćući se na romantičnu ljubav u afričkoj kulturi, Goody ne primjećuje izraženu tendenciju idealiziranja. Izdvaja kako u svojem terenskom istraživanju običaja plemena LoDagaa od Birifua sa sjevera Gane nije primijetio korištenje riječi 'ljubav' koliko pojma *sen*, odnosno ljubavnika, čije bi se značenje bolje moglo prevesti kao udvarač. Shodno tome, ljubavne veze postoje među LoDagga no ne toliko i romantična ljubav koja nije elaborirana kako u individualnim pričama pojedinaca tako ni u umjetničkom izražavanju. No bilo da se radi o afričkoj ili euroazijskoj kulturi, nije naodmet reći kako je u formiranju poimanja romantične ljubavi važan faktor jezika i terminologije ljubavi; Goody zaključuje: „*I suggest then that one major factor in differences between Europe and Africa, and in the similarities between Europe and Asia, is that of language use, related to the means and mode of communication, which of course has some relationships of production.*“ (Goody, 1998:122). Tako se romantična ljubav ne mora nužno shvatiti kao moderni europski koncept već se njen diskurs, pa s time i praksa, oblikuje i promovira kroz promjene u komunikacijskim sistemima, a književnost se može sagledati kao ključ reprezentacije takve

ljubavi. (Goody, 1998). Kao dodatni primjer uloge umjetnosti u poveznici s emocijom navela bih slučaj Awlad Ali skupine Beduina, naseljenih u zapadnim pustinjским predjelima Egipta, čije je običaje u svom radu jezgrovito opisala američka antropologinja Lila Abu-Lughod. Ideologija plemena Awlad Ali vrlo je kompleksna te se ponajprije očitava u odnosima moći definiranim takozvanim kodom časti koji podrazumijeva osobine poput ponosa, samopouzdanja, fizičkog stoicizma, ali i suzdržavanja; poricanje i odmicanje od vlastite seksualnosti također je od ključne važnosti za sticanje ugleda i poštovanja drugih. Pokazivanje emocija, isključivo kod muškaraca, znak je slabosti, a to savladavanje emocija i potreba poznato je pod terminom '*agl*' također prisutnom i u ostalim muslimanskim društvima. Tako je emocija u ovom slučaju nešto sasvim drugačije od dosad opisanog i popularnog europskog poimanja, a primarna težnja je upravo njena represija. Prikrivanje emocija ljubavi i ostalih sličnih osjećaja kao što je i seksualna želja nije rijetki slučaj u istočnim i muslimanskim kulturama, no to ne opovrgava njihovo postojanje; to ukazuje samo na politički poredak i ideologiju prisutnu u takvim društvima. Naprimjer, Lila Abu-Lughod je u svom boravku u obitelji Awlad Ali plemena čula mnogo osobnih priča koje uključuju romantične emocije i iskazivanja ljubavi prema drugome. Međutim, u njihovom se slučaju takve emocije iskazuju kroz poeziju. Poezija je naime jedna od distinktivnih odrednica Awlad Ali tradicije te je općeprihvaćena i cijenjena unatoč tematici koja najviše uključuje sentimentalne i ljubavne emocije. Strogi zahtjev za samokontrolom te istovremeno običaj iskazivanja ljubavi poezijom može zvučati kontradiktorno, no kod časti nalaže i slobodu, a upravo se ta sloboda manifestira u deklaraciji autonomije koja se pojavljuje pisanjem i recitiranjem pjesama. Ono što je također zanimljivo jest kako su pjesme jedini način na koji Beduini opisuju svoje unutarnje emocije, te je samim time to jedini način njihovog poimanja romantične ljubavi. (Abu-Lughod, 1986).

4. Ljubav i neuroznanost

Moderna neuroznanost kada se bavi proučavanjima u domeni emocija i percepcije sve veću pažnju pridaje zrcalnim neuronima. Riječ je o neuralnim rezonantnim sustavima koji u čovjekovom mozgu izazivaju slične potencijale za određenu aktivnost kao posljedica samog promatranja iste aktivnosti, te ih se nerijetko povezuje s ključem u objašnjenju socijalnog ponašanja ili empatije. (Bauer, 2006). Zrcalne neurone 90-tih su godina otkrila četvorica neuroznanstvenika iz Parme među kojima su bili Vittorio Gallese i Giacomo Rizzolatti. Rizzolattijeva skupina je kao predmetno područje istraživala dio mozga poznat kao F5 smješten u premotoričkom korteksu odnosno djelu mozga zaduženom za planiranje, odabiranje i

izvođenje radnji. Istraživanja su provodili na majmunima *Macaca nemestrina* te je jednog dana tokom pauze u laboratoriju Gallese slučajno primijetio povećanu aktivnost s kompjutera elektrodama povezanog s majmunovim mozgom koja je označavala probuđenu aktivnost neurona povezanog s pokretom hvatanja; no majmun je mirno sjedio i gledao u Gallesea koji je u tom trenutku išao posezati za nečime. To je prema njihovim bilješkama prvo opažanje očitovanja zrcalnog neurona te je dvadeset godina kasnije nakon brojnih pokusa s majmunima i ljudima dokazano postojanje i važnost fenomena podskupine stanica zrcalnih neurona. (Iacoboni, 2012). Kanonski neuroni se primjerice aktiviraju pri samom pogledu na predmet dok je kod pobuđivanja zrcalnih neurona potrebno viđenje dohvatne kretnje. Također, određena vrsta zrcalnih neurona kodira promatrane radnje koje su tek u pripremi ili po logici vezane za pokret te time pripomažu prepoznavanju tuđe nakane. No zrcalni neuroni kod makaka majmuna ne pobuđuju se kod pokreta pantomimičara odnosno kod promatranja dohvaćanja bez stvarne prisutnosti predmeta, za razliku od ljudi; to upućuje na evolucijsku distancu koja čovjeku omogućuje aktiviranje zrcalnih neurona i kod puno apstraktnijih radnji. (Iacoboni, 2012). Naravno, prepoznavanje apstraktnih radnji ili previđanje pokreta posljedica su i našeg osobnog iskustva i društvenog konteksta u kojem se nalazimo, ali mnogi neuroznanstvenici razumijevanje funkcioniranja druge osobe pripisuju upravo ovim moždanim stanicama. „Također se nameće zaključak kako je proces prepoznavanja neke radnje što se pritom odvija, zapravo, neka vrsta simulacije ili unutarnje imitacije promatrane radnje i pokreta.“ (Iacoboni, 2012:31). Jednaki efekt u pokretanju zrcalnih neurona može postići i zvuk te se stanice kod majmuna primjerice aktiviraju dok izvodi neku bučnu radnju pa tako i kada čuje zvuk što ga izazivaju nečiji istovjetni pokreti. Drugim riječima, zvuk drobljenja kikirikija u našem mozgu aktivira i motorički plan kojim bi zaista mogli drobiti kikiriki. Ta reakcija zrcalnih neurona na zvučni podražaj služi kao dokaz kojim se potkrepljuje teza koju su iznijeli Giacomo Rizzolatti i Michael Arbib o evolucijskoj poveznici moždanih stanica i govora; anatomskim opažanjima iznijeli su tvrdnju o zrcalnim neuronima kao prethodnici živčanih sustava koji omogućuju govor. Ta pretpostavka leži i na činjenici da se područje F5 u mozgu majmuna, gdje je prvi put zabilježena aktivacija zrcalnih neurona, anatomski podudara s Brocinim područjem odnosno moždanim centrom za govor. Nekoliko godina prije otkrića zrcalnih neurona Alvin Liberman je zaključio kako u komunikaciji proces stvaranja i percepcije neke poruke moraju biti povezani te u jednom trenutku čak i istog oblika; zrcalni neuroni objasnili su kako je nastajanje tog zajedničkog oblika moguće. (Iacoboni, 2012).

Djelovanje i uloga zrcalnih neurona, koliko god ih je potrebno zadržati u znanstvenom polju, mogu se povezati i s umjetničkim aspektom. Ukoliko se zrcalni neuroni aktiviraju promatranjem radnji druge osobe, zašto to ne bi bilo moguće gledanjem istih na televizijskom zaslonu? Iacoboni u svojoj razradi funkcioniranja zrcalnih neurona propituje njihovu povezanost upravo s gledanjem filmova. Prepuštanje osjećajima i takozvanu 'uživljenost' u određene scene na ekranu objašnjava stvaranjem sličnih stanja koja gledamo aktiviranjem zrcalnih neurona. „*Kad vidimo kako netko drugi pati ili osjeća bol, zrcalni nam neuroni pomažu odčitati njegov ili njezin izraz na licu i, zapravo, u nama izazivaju suosjećanje s patnjom ili bolom što ga osjeća netko drugi.*“ (Iacoboni, 2012:10). Upravo je zbog toga televizija izrazito djelotvorni medij; ono što vidimo na ekranu pokreće iste neurone koji bi se pokrenuli da doista i činimo to što promatramo. Iacoboni ovdje daje primjer gledanja sporta te tvrdi kako gledanjem primjerice tenisa gotovo i samo zaigramo zbog predložka za takve poteze koje imamo u mozgu. No čak i ako nismo nikada igrali tenis, u sebi znamo osjećaj podizanja ruke te se onda svejedno možemo poistovjetiti kada tenisač smečira visoku loptu. (Iacoboni, 2012). S obzirom na 'zrcaljenje' pokreta koje vidimo, te na tvrdnju mnogih neuroznanstvenika kako su zrcalni neuroni temelj empatije, valjana je pretpostavka da promatranjem određenih emocija također možemo osjetiti iste. Na taj način se zrcalni neuroni aktiviraju i kada svjedočimo primjerice emociji i povezanoj radnji ili odgovarajućoj ekspresiji lica. Posebna značenja pripisuju se tako i romantičnoj ljubavi, odnosno stvaraju se kulturni kodovi u obliku emocije, pokreta, ekspresija lica, pa i jezičnih fraza; sve se to može ubrojiti u takozvani diskurs ljubavi vrlo često prisutan u filmskom izražavanju. Ljubav je zapravo jedina čovjekova emocija koju se može shvatiti kao diskurs na temelju mnogobrojnih pripisanih konotacija i značenja, kao i simbolika. Primjerice, ta značenja povezana s pojmom romantike, odnosno sve ono što se podrazumijeva pod tim pojmom i određenoj namjeri ili reakciji pridodaje epitet romantičnog, vrlo su jasna ako se sagledaju kroz teoriju strukturalne lingvistike Ferdinanda de Saussurea. On je u svom „Tečaju opće lingvistike“ u vidu manifestacije ljudskog jezika i govora iznio razliku između označitelja i označenog: jezični znak prema njegovoj je teoriji kombinacija pojma ili označenog i akustične slike ili označitelja. Označitelj se odnosi primjerice na ispisanu riječ na papiru, a označeno je mentalni koncept koji taj pojam u našoj glavi izaziva. (De Saussure ..). Označitelja i označeno objedinjuje jezični znak koji je shodno tome asocijativna cjelina, te je arbitran; nekog primjerica određena riječ može asociirati na nešto što je iz njegovog iskustva dio romantičnog iskustva, a nekoga ne. Međutim mnogo je znakova ukorijenjeno u jezik te na taj način postaju simbol, kao što se naprimjer crveno srce smatra simbolom ljubavi, te je komunicirano isključivo s tim značenjem. Ti su znakovi postali univerzalnim međuostalom upravo fenomenom

globalizacije. Kao posljedica globalizacijskih procesa proširili su se i ranije spomenuti 'trendovi' romantične ljubavi, kulturni kodovi i lingvistički elementi ljubavnog diskursa. Današnji sustav i svjetski poredak globalnih razmjera, popraćen masovnom komunikacijom, te u kojem se proširuju dimenzije kulture, doveo je i do pojačane dostupnosti sadržaja koji spadaju u domenu ljubavnog diskursa te tako promijenio načine života i ponašanja. Jedan od primjera posrednika globalizacije jest korištenje Interneta i umrežavanje koje omogućuje pristup sadržaju u bilo kojem trenutku iz bilo kojeg dijela svijeta, neovisno o primjerice tradicijskim kulturnim kodovima prisutnim u tom području. Na taj se način brišu granice i stvara zajednički identitet sličnih karakteristika, a mnogi smatraju kako to ugrožava nacionalni identitet kojim se naglašavaju različitosti. Tako možemo reći kako stvaranjem globalne kulture živimo u 'globalnom selu' gdje smo svi pod utjecajem istih informacija, što uvelike utječe i na shvaćanje određenih koncepata kao što je i diskurs romantične ljubavi, iako nužno nismo svjesni takvih čimbenika. *"Kultura u velikoj mjeri određuje kako članovi društva misle i osjećaju, ona usmjerava njihove postupke i definira njihov svjetonazor. Članovi društva obično shvaćaju kulturu kao nešto samo po sebi razumljivo. Ona postaje u tolikoj mjeri dio njih da često nisu ni svjesni da postoji."*

5. Ljubav i utjecaj filma

5.1. Ljubav u filmu

Mnogi ranije spomenuti simboli i značenja utkani su u ljubavni diskurs kroz filmsko izražavanje. Motiv romantične ljubavi na ovaj je ili onaj način bio implementiran u filmske radnje od samih početaka kinematografije; prvi filmski poljubac koji je otvorio žanr ljubavnog filma jest iz nijemog filma Williama Heisea i Thomasa Edisona „The May Irwin Kiss“ iz 1896. godine. U periodu film noir-a, odnosno četrdesetih i pedesetih godina prošlog stoljeća, u film je uveden koncept destruktivne ljubavi, nasuprot već afirmiranom klišeju 'happily ever after' načina poimanja ljubavi odnosno idiličnog odnosa koji ima sretan završetak i karakteristiku vječnosti. Noir filmovi predstavili su i ženske likove kao takozvane 'femme fatale' te ljubav učinili kompleksnijom, pa tako i konotacije koje vuče. Muško - ženski odnosi na specifičan su način počeli biti prikazivani i šezdesetih godina u Francuskoj, u takozvanom novom valu (<http://www.filmsite.org/romancefilms.html>). Primjerice redatelj Jean Luc Godard, jedan od predvodnika francuskog novog vala, svojim je filmovima izazivao vladajuće ekonomske

strukture te inovativnim idejama i tehnikama stvarao filmove koji su bili gotovo u suprotnosti s Hollywoodskim filmovima, a isto je učinio i s prikazom ljubavi te muškog i ženskog razmišljanja o romantičnoj vezi. No unatoč realizmu koji je u tom periodu zavladao u filmu, romantična je ljubav i dalje bivala okarakterizirana nečim istovremeno intimnim i univerzalnim. Iako tu više nije bilo riječi o takozvanoj dvorskoj ljubavi, već onoj individualnoj i privatnoj, s naglašenom dimenzijom seksualne privlačnosti, zadržala se njena idealizacija. Drugim riječima, bez obzira na prizvuk dramatičnosti nadodan ljubavnim odnosima te motivima poput patnje, neuzvraćene ljubavi ili tragične ljubavi, takve su emocije bile romantizirane, a čak i negativni osjećaji i raspleti situacija prikazani kroz umjetnički okvir. Bilo da se radi o Hollywoodu ili europskom modernom filmu, zapadno poimanje romantične ljubavi u kratkom je vremenskom periodu postalo ono što se danas podrazumijeva tipičnim ljubavnim žanrom koji pred čovjeka postavlja visoka očekivanja i nerealnu sliku ljubavnih odnosa. Upravo su ta visoka očekivanja o ostvarenju utopijske ljubavi i prije svega podređivanja drugih elemenata svog života tom cilju rezultat društvenog konstrukta diskursa ljubavi. Iako tako nešto treba zaključiti s oprezom, te je potrebno sagledati brojne kulturalne faktore koji mogu utjecati na našu percepciju takvih složenih koncepata, potrebno je osvijestiti koliko zapravo medij kao što je film u svom slojevitom sadržaju može prenijeti poruka, značenja i ideologija. Važno je napomenuti kako takav sadržaj može uvelike utjecati na čovjeka na nesvjesnoj razini, kao što su ranije navedeni primjeri djelovanja zrcalnih neurona, a posebice ako je riječ o učestaloj konzumaciji televizijskih sadržaja. Nerijetko se o takvim sadržajima govori kao o 'bijegu od stvarnosti' ili pak s aspekta zadovoljenja unutarnje želje identifikacijom s filmskim likovima čije živote počinjemo proživljavati. Međutim, Slavoj Žižek u svojim je radovima iznio ideju o tome kako fantazija nije nužno u suprotnosti sa stvarnošću te kako se naprotiv njome učvršćuje naš osjećaj stvarnosti. (Vojković, 2008). Dodaje i kako fantazija čovjekovu svakodnevicu čini važnom, što se može usporediti s teorijom o psihičkim registrima Jacquesa Lacana. Novi lakanovci filmsko iskustvo gledatelja analiziraju upravo kroz Lacanovu psihoanalizu koja uključuje tri psihička registra: imaginarno, simboličko i realno, koji se mogu povezati s Freudovim pojmovima ja/ego (imaginarno), nad ja/superego (simboličko i ono/id (realno)). Žižek primjerice takvu podjelu psihičkog aparatusa povezuje s filmskim slojevima, konkretno s Hitchcockom, te objašnjava dezintegraciju stvarnosti kada dođe do remećenja našeg mjesta unutar simboličkog poretka. Kada se dotiče filma „Matrix“, u kojem se glavnom liku Neo nude dvije pilule: jedna koja će ga zadržati u matrici, svijetu iluzija, te druga kojom će vidjeti istinu, Žižek napominje kako ne bi trebali težiti odvajanju fikcije od stvarnosti nego tvrdi kako nam je potrebna treća pilula kojom bismo raspoznavali zbilju iza iluzija. Također, dodaje kako bi se

izuzimanjem simboličkih fikcija naša stvarnost raspala, ukazujući time na njihovu isprepletenost, a slijedeći Lacana objašnjava kako „*Ono što percipiramo kroz stvarnost nije 'sama stvar', ona je uvijek već simbolizirana, konstituirana, strukturirana posredovanjem simboličkih mehanizama.*“ (Vojković, 2006:141).

Možda bi na prethodno opisani način trebali promatrati i prikazivanje romantične ljubavi u filmskom mediju, odnosno pri konzumiranju takvih sadržaja svijesno primjećivati liniju između stvarnosti i fikcije. Međutim važno je osvijestiti, što se može iščitati i iz Žižekove analize, pretapanje naše stvarnosti i njenu regulaciju fikcijom. Ukoliko toj misli dodamo i teorijske elemente do sad iznesene u ovom radu: marketinšku dimenziju kapitalizma, kroskulturalne i interkulturalne modele te proučavanje zrcalnih neurona moderne neuroznanosti, neminovno je zaključiti kako film kao medij koji prikazuje romantičnu ljubav može u ovoj ili onoj mjeri utjecati na čovjekovo viđenje tog koncepta.

5.2. Utjecaj u najranijoj dobi

Ako se ponovno osvrnemo na činjenice koje imaju korijen u psihološkim istraživanjima, utjecaj filma na čovjekovo razmišljanje dobiva novu razinu ako u obzir uzmemo ljudski mozak koji je tek u razvoju. Dokazano je kako je dječji mozak poput spužve: sposoban je za brzo učenje jezika, percipiranje i usvajanje značenja koncepata i apstraktnih pojmova i usvajanje obrazaca ponašanja. (Santrock, 1996.). Koliko onda konzumacija televizijskih sadržaja zapravo oblikuje djetetovo razmišljanje? Salomon tvrdi kako kvaliteta učenja od televizije ovisi o dosad usvojenim šemama; ako djeca nemaju iskustvo i predodređenu šemu o romantičnoj ljubavi i vezama, iskoristit će reprezentacije prikazane na televiziji kako bi stvorile tu šemu. Također, djeca dobivaju informacije, pa tako i one o spolu i ljubavnim odnosima, promatranjem i odgojem, no većina se roditelja s djecom ne upušta u temu o romantičnoj ljubavi pa je najraniji susret djeteta s takvim pojmovima upravo preko medija. Nadalje, djeca koriste simbolički svijet mita, priča i crtića kako bi stvorila smisao o svom okruženju, a Zimmerman-Umble i Smith izdvajaju kako dječji mediji poput crtića na specifičan način artikuliraju sliku o muškom i ženskom rodu i romantičnim odnosima, a posebice Disneyevi crtići: „*Disney stories have become part of a cultural repertoire of ongoing performances and reproductions of gender roles by children and adults; moreover, these stories present powerful and sustained messages about gender and social relations.*“ (Zimmerman-Umble, Smith, 1996:230). Općenito televizijski sadržaji, pa tako i Disney, kako pokazuje dugogodišnja analiza, prikazuju stereotype

muškog i ženskog roda i njihovih uloga. (Coltrane, Adams, 1997). Stvara se tipična slika spolova koja se gradi specifičnim karakteristikama istih, a propagira se i patrijarhat i idealizirana ljubav. Također, glavni cilj gotovo svake heroine Disneyevih filmova uključuje pronalazak ljubavi ili braka; primjerice Ariel u „Maloj sireni“ odriče se vlastitog glasa i slobode za princa Erika, a Pepeljuga se fizički preobražava kako bi zadobila pažnju princa. U većini Disneyevih filmova uspjeh i sigurnost ženskih likova ovisi upravo o pomoći muških likova („Uspavana ljepotica“, „Snjeguljica“, „Pepeljuga“, „Mala sirena“ itd.), a ujedno ti ženski likovi zanemaruju vlastite snove i aspiracije kako bi se podredile životu u braku. Tanner, Haddock i Zimmerman za svoj rad „The American Journal of Family Therapy“ analizirali su dvadeset i šest Disneyevih filmova kako bi donijeli valjane zaključke o temama o parovima i obitelji na kojima se većina temelji. Saznali su kako je ljubav na prvi pogled tema koja se pojavljuje u osamnaest filmova od kojih se većina zaljubi u prvih nekoliko sekundi susreta. Na taj se način potiče pogrešno razmišljanje: *"belief that physical appearance is the most important thing when entering an intimate relationship. These representations of couples also tend to present the image that marriage is the ultimate goal in life for all people."* (Tanner et al, 2003:368). Također, ljubav je prikazana vrlo simplificirano, bez načina na koji se ona izgrađuje ili zadržava. Na taj način najpopularniji crtani filmovi za djecu, Disneyevi filmovi, odašilju poruke koje djeca primaju i 'spremaju' kako bi nadopunila ili tek počela graditi sliku o konceptu s kojim se još nisu osobno susreli, a to je međuljudski odnos u romantičnoj ljubavi.

