

MARK GOTTDIENER

DISNEYLAND

Az utópikus városi tér



Üdvözlét mindazoknak, akik erre a boldog helyre látogatnak. Disneyland a ti országotok. Az öregkor újra átélheti itt a múlt kedves emlékeit... és a jövő kihívásait és ígérését ízlelheti meg az ifjúság.

AVATÁSI DÍSZTÁBLA, 1955. JÚLIUS 17.

Disneyland mint sajátos hely és mint témapark újabban prototípusos posztmodern környezetként került a figyelem középpontjába.¹ Baudrillard például nem lát különbséget Disneyland és Los Angeles között, mely körülveszi, mivel az egyesült államokbeli épített környezet szerinte, úgy, ahogy van, szimuláció: „Már nem is a valóság hamis ábrázolásáról van szó, hanem annak palástolásáról, hogy a valóság nem valós, nincs többé... Disneylandet képzeletbelinek tüntetik fel, hogy elhitesék velünk: a többi valóságos; holott az egész Los Angeles és körülötte Amerika sem valódi többé, hanem a hiperreális és a szimuláció rendjéhez tartozik.”² Más megfigyelők, ha Baudrillard szélsőséges redukcionizmusát elutasítják is, bizonyos posztmodern jellegzetességet tulajdonítanak Disneylandnek. Tudják, hogy az ötvenes években épült, mindamelllett jellemzőnek tekintik a fantázia alapú, képek által fűtött „posztmodern” kultúrára – innen a népszerűsége.³ Ez az elemzőmód nem mint anyagi kulturális alakzatot tárgyalja Disneylandet, hanem a posztmodern ideológiáját firtatja. Az elemzés tárgya nem Disneyland, hanem a posztmodern, és célja nem Disneyland tapasztalatainak megvilágítása, hanem hogy posztmodern

„...a várostervezés
eddig legnagyobb
megvalósítása az
Egyesült Államokban
Disneyland...”

vonásokat tulajdonítson ennek az épített térnek. Egyszóval az ilyenfajta írás ideologikus, amennyiben az elemző kognitív kategóriáit részesíti előnyben, és figyelmen kívül hagyja mind az épített környezet anyagiságát, mind a környezet használóinak mindennapi tapasztalatával való összefüggéseit. Azt, amit a posztmodern elemzők figyelmen kívül hagynak, a társadalomszemiotika vonja vizsgálat alá.

Disneyland már nem sokkal megépítését követően, az ötvenes években az Egyesült Államok legvonzóbb látványossága lett. Mára mind az eredeti témapark, mind a Florida állambeli orlandói Disneyworld a világ legnépszerűbb látványossága. A témapark Walt Disney által kidolgozott ötletét számtalan más, szintén sikeresnek bizonyult formában utánozták, például a kaliforniai Knott's Berry Farm és a tennessee-i Dollyland esetében, Disneylandet magát pedig olyan helyeken építették újra, mint Japán vagy Franciaország.⁴ Valami univerzális, sokkal inkább, mintsem posztmodern az, ami éveken át hozzájárult ennek az épített környezetnek és az általa nyújtott tapasztalatnak a sikeréhez.

Nem a posztmodern elemzők voltak az elsők, akik figyelmet szenteltek Disneylandnek. Michael Real például egyfajta marxista fenomenológiai megközelítésben tárgyalja.⁵ Ő a kapitalizmus fogyasztóközpontú kultúrája és a „tömegmedialitás” kiterjesztésének tekinti a parkot. Utóbbin azt érti, hogy kultúránk olyan szakaszához ért, amelyben minden szimbolikus tevékenységet a tömegmédia mindenütt előforduló hatásai közvetítenek. Disneyland az ötvenes évek Disney-rajzfilmjeivel és -tévéműsoraival fennálló szoros kapcsolatánál fogva működik, hasonlóan ahhoz, ahogyan a pláza a tömegmédia és a reklám konzumerizmussal ápolt összefüggései alapján.

A témapark első szemiotikai elemzése a hetvenes években jelent meg.⁶ Louis Marin francia szemiotikus greimasi fogantatású elemzést szentelt Disneylandnek. Marin a parkot szövegnek tekintette, és a témáit boncolta. Ezeket Greimas nyomán a bennük foglalt ellentétpárok (pl. természet/gépezet, múlt/jövő, valóság/képzelt) szerint osztályozta. Inkább a szemiotikai, mintsem a társadalomszemiotikai módszerrel összhangban Marin ellentétpárjai textuális megkülönböztetések, melyeket a jelölők független elemzésével kivonatolt. Az eredmény Disneyland mint ideológia mérvadó *leírása*, mely azonban nem szolgálhat *magyarázattal* sem a park létrejöttére, sem töretlen népszerűségére.

A társadalomszemiotika előfeltevése ezzel szemben az, hogy bármely kulturális objektum egyszerre használati tárgy valamely társadalmi rendszeren belül a maga generatív történetével és társadalmi kontextusával, valamint egy a használói által értelmezhető jelentésrendszer összetevője. A társadalomszemiotika ezt az ideológia és a kifejező jelként működő épített, anyagi formák közötti összefüggést vizsgálja. A poliszémiánál fogva ennek a megközelítésnek bármely kulturális objektum kapcsán számos különféle jelrendszer és használói „olvasat” kereszteződésére kell tekintettel lennie. Ez sok esetben az illető objektumról vagy tapasztalatról szóló interjúk, nyomtatott dokumentumok, írott diskurzusok és történelmi emlékművek vizsgálatát követeli meg. A társadalomszemiotika éppen ezen a módon haladja meg a statikus, szinkronikus strukturalizmust, mely az értelmező független elemzését részesíti előnyben a közönséges kultúrkritika terén.

Bármely épített környezet esetében, mint amilyen egy pláza vagy egy témapark, melynek összetételébe tudatosan szimbólumokat kódoltak, két jelentésszintet kell megkülönböztetnünk: a tér *termelését* és a tér *fogyasztását*. Mindkét tevékenység egyrészt térbeli formákat, másrészt szimbolikus *koncepciókat* foglal magában. A poliszémiát következtében a termelt tér és a fogyasztott tér koncepciója vagy kognitív felfogása gyakran eltér. Így nem mondhatjuk azt, hogy valamely tervezett tér mint nyelv éppen a tervezője által előírányzott szimbolikus tartalmakat közvetíti majd a

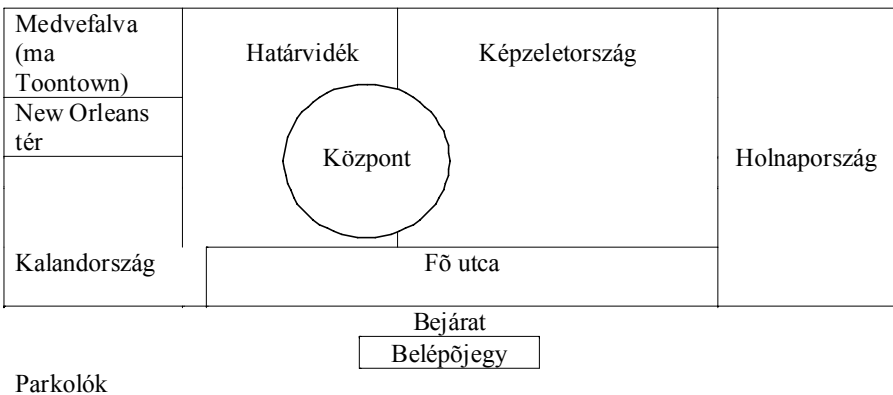
használó elméjének. Ilyesmit állítani nyelvi szofizma volna. A „termelés” a jelentésnek az épített környezet általi termelését jelenti, beleértve egy olyan tér vagy épített formák közti viszonyok kiépítését, melyek kapcsán a feladó szerepét játszó egyénnek vagy csoportnak nem feltétlen szándéka valamilyen üzenetet továbbítani. A „fogyasztás” a tér „olvasatára” vagy az épített környezet „imidzsére” vonatkozik, és esetében a címzett valamely egyén vagy egy „szinkronikus vagy diakronikus kollektív alany, mely a feladó számára ismert vagy ismeretlen”.⁷ Ezt az olvasatot temporalitás jellemzi, ugyanis a címzett az épített környezet használata során szembesül tapasztalatilag a térbeli üzenettel.

Összefoglalva: a jelentés termelése minőségileg különbözik a jelentés fogyasztásától, bár lehetséges, hogy mindkét funkciót egyazon egyén gyakorolja egyazon időben; vagyis a termelés és a fogyasztás viszonya nem valódi dichotómia, se nem ellentétes folyamatokról van szó, ha értelemmel és jelentéssel van dolgunk. Sokkal inkább egy egységes egész két részét jelentik: az épített környezet mint *jelentéses* tér tapasztalatát. Ennek a megkülönböztetésnek a jelentőségét azzal a felismeréssel támaszthatjuk alá, mely szerint a településterről, építészetről vagy épített környezetről szóló írások java része kizárólag a tér mint szöveg valamely „olvasatával” foglalkozik (vagyis csak a jelentés fogyasztását vonja magával). Ez az írásmód csupán a fele igazságot tartalmazza az anyagi kultúráról.

Disneyland társadalomszemiotikája

A hely

■ Disneyland Los Angeles külvárosi terjeszkedésével jött létre, egy Anaheim város melletti százhatvan holdas narancsliget Walt Disney általi felvásárlásával. A dél-kaliforniai látogatói által „a világ legboldogabb helyeként” és „D-landként” is emlegetett „elvarázsolt királyság” „klasszikus” formával bír, amely négy különböző tartományt foglal magában (a Határvidéket, Kalandországot, Képzeltországot és Holnapországot) és három önálló „kisvárost” (a Fő utcát, a New Orleans teret és az újonnan hozzáadott Toontownt, amely méreténél fogva akár újabb tartománynak is tekinthető). Az anaheimi helyszínen Toontown a Határvidék mellett fekszik, az egykori Medvefalva helyén, mely a régi falusi életnek a használók körében nem eléggé népszerű nosztalgikus fantáziaképe volt.



Mindegyik tartomány valamely egységesítő központi téma köré épül, mely a látogatók rendelkezésére álló szórakozási lehetőségek sokaságában nyilvánul meg. Az épített környezet szerkezetét a fenti ábra szemlélteti. A park látogatói elhagyják autóikat (melyek a külvárosban gyakorlatilag az egyetlen közlekedési lehetőséget nyújtják), és gyalogosokká vedlenek át a szórakozási térben; mintegy visszatérnek a városba vagy legalábbis egy városi típusú tapasztalathoz azáltal, hogy a gyalogos státusát vállalják a „mások” tömegében. Gyalogszerrel közlekednek tehát a témaparkban – egyesek jól meghatározott úticéllal, mások csak úgy sétálva a kvázi-nyilvános térben.

Disneyland azonban nem valódi város, nem nyújtja a városok hiteles tapasztalatát, hanem szimulált városi tér, melyet egy nagyvállalat működtet fennakadás nélkül, és amely mentesül a létező városok számos betegségétől. Emellett a tömegkultúra igen kifinomult szimulációja is, amelyet fejlett képfeldolgozási technológiák, számítógépes igazgatás és high-tech emberterelő eszközök tesznek lehetővé. A legtöbb várostervező és politikus csupán álmodik arról, hogy ilyen technológiát alkalmazzon. Amint egy alkalmazottaknak szóló ismertető füzet rámutat, „saját postájával, teljes körű szolgáltatást nyújtó bankjával, biztonsági osztályával és tűzoltóságával Disneyland majdnem önálló város. Mint a neves főépítész, James Rouse egy Harvard egyetemi várostervezési konferencia vitaindító előadásában megfogalmazta: »Egy ennyire tapasztalt közönség számára botránnyosan hangozhat, de a várostervezés eddigi legnagyobb megvalósítása az Egyesült Államokban Disneyland... Több tanulságot látok az itt felállított mércékben és megvalósított célkitűzésekben, mint az ország bármely más városfejlesztési megvalósításában.«”⁸

Szintagmatikus elemzés

■ Disneyland a témaparkot övező szélesebb társadalmi kontextus által létrehozott multivalens kódok metszéspontjában helyezkedik el. Legalább kilenc efféle jelentésrend fut össze ebben a városi térben, amelyek értelmezhetővé teszik Disneyland tapasztalatát. Ez rámutat a jelen elemzés nyitottságára is: az emberi település számos más kódot is aktualizál. Kilencnél állapotodtam meg, ugyanis a társadalmi kontextus ezen aspektusait tartom leginkább relevánsnak a Disneyland és Los Angeles környező tere közötti különbségek által generált szintagmatikus jelentések létrejöttének megértésében. Ezek az önálló kóddal bíró jelentésrendszerek a következők: közlekedés, élelem, öltözködés, építészet, szórakozás, társadalmi ellenőrzés, gazdaság, politika, család.

Disneylandnek a kontiguitás síkján, vagyis a szintagmatikus tengelyen való értelmezése feltételezi, hogy a dél-kaliforniai régió maradék részét létrehozó társadalomalakulat önálló produktumának tekintsük. A témaparkot így összevethetjük azzal, amit látogatói maguk mögött hagynak – Los Angeles városi, illetve külvárosi terével –, ami a park tapasztalatának jelentésforrását képező metonimikus kontrasztot vagy különbséget hoz létre. Disneyland szintagmatikus jelentése a mindennapival, Los Angeles lakosainak hétköznapi életével szemben kialakított ellentéteiben nyilvánul meg. Ezek az ellentétek a kilenc kód vagy jelentésrendszer mindegyikében érvényesülnek: közlekedés: gyalogos/járműves; élelem: ünnep/létfenntartás; öltözködés: turista/állandó lakos; építészet: képzelet/rendeltetés; szórakozás: fesztivál/látványosság; társadalmi ellenőrzés: közösség/kényszer; gazdaság: piactér/kapitalizmus; politika: közvetlen demokrácia/képviselői demokrácia; család: gyermekközpontú/felnőttközpontú. A felsorolt ellentétek jellemzését az alábbi táblázat foglalja össze vázlatosan.

Társadalmi térbeli kódok és ellentétek táblázata

Jelrendszer	Disneyland	Los Angeles
Közlekedés	<i>Gyalogos:</i> Csoportos séta. Térkép nélküli turista. Szórakoztató céllal, újabb attrakcióként, létezik egy igen hatékony tömegközlekedési rendszer is.	<i>Járműves:</i> A személygépkocsi létükséglet. Rossz tömegközlekedés. A személygépkocsi költséges és veszélyes. Biztosítást, engedélyt, fenntartást igényel.
Élelem	<i>Ünnep:</i> Bárhol, bármikor megvásárolható ünnepi fogások, nassolnivaló, vásári ételek.	<i>Létfenntartás:</i> A táplálkozás mint létfenntartás, beosztott étkezések, különleges vásárlási kiruccanások hét közben.
Öltözködés	<i>Turista:</i> A játék szabadidő-egyenruhája, gyakori Disney-jelvényekkel (pl. egérfül).	<i>Állandó lakos:</i> A mindennapi élet és a munka egyenruhája, karrierorientált, divathóbortok szerint változik.
Építészet	<i>Képzlet:</i> Az építészet mint szórakoztatás. Szimbolikus és/vagy ikonikus.	<i>Rendeltetés:</i> A lakás mint magántöke, státuszszimbólum, menedék. Dízálja funkcionális és konformista.
Szórakozás	<i>Fesztivál:</i> A klasszikus városok játékos szerkezete. A városi tér mint szórakozóhely. Tevékenységek sokaságában való közös részvétel. A felfedezés öröme, szabadság.	<i>Látványosság:</i> „Az elidegenedés és az ábrázolás hétköznapi megszervezése.” Passzív, elüzetesített, kevés választási lehetőséggel. A kultúra mint áru.
Társadalmi ellenőrzés	<i>Közösség:</i> A tömeg által diktált illemszabályok a viselkedés egyedüli megszabóit. Az alkalmazottak csak a „közönség” részeként, illetve a „Disneyland” színpadi előadás résztvevőiként határozzák meg és korlátozzák az egyént.	<i>Kényszer:</i> A bérmunkapiac, az állam és az állami ellenőrző hivatalok kényszere, melyet egyéni alapon érvényesítenek; a szocializáció, valamint a csoport zsarnoksága.
Gazdaság	<i>Piacéér:</i> A belépti díj kifizetése után a pénzt jegyekre váltják át. A választási lehetőségek piactéri találása és a bőség illúziója.	<i>Kapitalizmus:</i> Haszonért folytatott termelés, a pénz szükségéből való hajszolása, a büdzsé zsarnoksága.
Politika	<i>Közvetlen demokrácia:</i> A résztvevők hozzák meg a döntéseket. Az egyén közvetlenül hat környezetére.	<i>Képviselői demokrácia:</i> Az egyéneket érintő döntéseket képviselők hozzák meg a kormányzás titokzatos gyakorlata során.
Család	<i>Gyermekközpontú:</i> A gyermekek határozzák meg a programot.	<i>Felnőttközpontú:</i> A családi élet hierarchiája.

A Los Angeles-i mindennapi élet feltételezi a gépkocsi használatát, az étkezések ésszerű beütemezését és a külvárosi bevásárlóközpontokba tett kirándulásokat, a lakást mint ingatlanértéket vagy kölcsönt, a karrierimidzsnak megfelelő öltözködést, a versenyben való kénytelen részvételt és a társadalmi döntéshozatal eszközeihez való hozzáférés korlátozottságát a képviselői demokrácia feltételei közepette. Továbbá Los Angeles tipikusan expanzív városi tér, ahol mérföldek választják el egymástól az egyéneket és a mindennapi élet közönséges tevékenységi formáit, például a vásárlást és a szórakozást. Guy Debord szerint az efféle dekoncentráció a városi élet végét jelenti. Nem kimondottan Los Angeles kapcsán jegyzi meg: „Elérkezett az idő, amikor a városi környezet önmagát számolja fel. A városok közvetlenül a fogyasztás imperatívuszainak engedelmessé válnak, borítják el a »városi sít formátlan tömegeivel« (Lewis Mumford) a vidéket. Az árúbirodalom első szakaszának bevezető terméke, a személyautó diktatúrájának nyomait ott találjuk a tájon uralkodó autópályák képében, amelyek széthasítják a hagyományos városközpontokat, és tovább fokozzák a szétszóródást. Eközben a semmiből teremtett, autóparkolóval övezett *szuper-*

marketek – »elosztóüzemek« – efemer rácsa szervezi részlegesen újjá a városi szövetet; de a gátja vesztett fogyasztás templomai maguk is a centrifugális erő játékszerei: amint agglomerációs övezetből előlépnek agyonadóztatott másodlagos központokká, a sorsuk az enyészet lesz.⁹

A Los Angeles-i régióval szemben Disneyland utópikus városi teret képvisel. Az előbbi sokközpontúsága pontosan megfelel Debord leírásának a városi élet valami mással történő helyettesítéséről, amit a konzumerizmus kényszerei hajtanak a maga tágulól, sokközpontú környezetében.¹⁰ Ehhez képest Disneyland a klasszikus városi polgár alapállapotát, a gyalogos sétálói létformát idézi meg. Szórakoztató céllal kialakított épített környezet, társadalmunk változatos anyagi formákban megnyilvánuló, fokozatosan mindent átható szórakoztató kultúrájának része.¹¹

Szintagmatikus elemzésünk legváratlanabb eredménye, hogy a feje tetejére állítja Disneyland eddigi kritikáit, amennyiben Los Angeles mindennapi világával szemben sokkal inkább érvényesíthető térbeni-társadalmi szerkezeti bírálat. Sőt a Disney vállalat, valamint James Rouse és más építészek feltétel nélkül pozitív hozzáállása a parkhoz mint településhez ebből a szempontból teljesen igazoltnak látszik. Disneyland–Los Angeles összevetésem így az utóbbi bírálatának tekinthető előbbi javára. Az alábbiakban azonban részletesen kitérek Disneyland saját árnyoldalaira is. Jóllehet utópikus városi teret színel, a témapark egyszersmind a profit maximalizálására szolgáló gépezet, mely a fogyasztói fantáziák és egy jóságosan szórakoztató tér iránti vágyaink manipulálásával működik.

A táblázatba foglalt összehasonlítást kifejtve:

Élelem

■ Disneylandben az étel része az ünnepnek. Bármikor elérhető, valahányszor a látogató megéhezik gyaloglás közben. Vásári falatok, partikaja és nassolnivaló, amely szinte bárhol, bármikor megvásárolható. Los Angeles ehelyett az étel mint létszükséglet terepe. Tervszerű étkezések, háztartási büdzsék és „a sietős fogyasztás templomaihoz” tett autós bevásárlóutak hétköznapi világa. Az étel a háziasszony terhe és a férj végzetes betegsége.

Öltözködés

■ A kötelező viselet Disneylandben a játék turistalétet igazoló egyenruhája. Habár a disneylandi hatóságok ténylegesen szabályozzák a viseletet, amennyiben ragaszkodnak a középosztálybeli szabadidőruhához, mégiscsak megvalósul egyfajta minőségi eltávolodás a mindennapi élet munkaegyenruháitól. (Legutóbb néhány rövid frizurás „punk rockernek” tiltották meg a belépést. A hatvanas években a hosszú hajú ifjakat zárták ki. Az idők változnak, de a szabályozás kényszere marad.) A látogatókat gyakran látni hawaii mintás trikókban, egérfülekkel és más Disney-ereklyékkel felszerelve. Viseletük a szabadidőben lévő munkás státusát jelöli – a kizárólag fogyasztói céllal történő közlekedés időtartamát. Los Angelesben a munkaerő részeként tekintett egyének karrierorientált viseletet hordanak szerepeik szerint; „a ruha teszi őket”, vagyis kollégáik megjelenésükkel kapcsolatos elvárásaihoz idomulnak. Ezeket az öltözködési stílusokat a divatipar „logotechnikái” és az osztálykülönbségek uralják.

Szórakozás

■ A disneylandi szórakozás csoportorientált, és a koncertektől a jelmezes utcaszínházon át a vidámparki tematikus eszközök használatáig igen változatos. Sőt ez a bizonyos tér egészében véve a szórakoztatás formáját képezi, hiszen ahhoz a szórakoztatóiparhoz kapcsolódó motívumként is olvasható, melynek a Disney vállalat fontos

része. A disneylandi szórakoztatás a középkori városok résztvevő jellegű, játékos ünnepein való részvétel érzését kelti. Mint egy ismertető füzet kijelenti, „a közönségnek a szórakoztatásban való részvétele idáig szinte semmis volt. Az előszínház, a mozifilm és a televízió esetében a közönség mindig elkülönül az előadás voltaképeni közegétől... Walt Disney volt az, aki a totális, tematikus és szabályozott szórakozási tapasztalat érdekében kiragadta ülőhelyükről és a cselekmény kellős közepébe állította a nézőket.”

Ebben a térben a véletlen felfedezés¹² városi kulturális eleme uralkodik: az élőszereplős cselekmény majdnem bármely sarkon rátörhet a járóelőre. Ez a középkori város önkéntelenül ingerlő jellegét idézi fel, amennyiben a játékot a függetlenséggel, a szabadság hangulatával elegyíti.

Los Angelesben a véletlen felfedezés eleme patológikus formában, a vaktában gyakorolt utcai erőszakban és az ország egyik legmagasabb bűnözési arányában jelentkezik. Habár néhány munkás életét vesztette itt előzőleg, néhány éve elkövették Disneyland első erőszakos bűncselekményét is. Egy kamaszt leszúrtak, és végül elvérzett. Híradói tudósítások szerint a park vezetősége ragaszkodott hozzá, hogy a halálos sebesültet kórházba szállítsák helyszíni kezelés helyett – így útközben halt meg. Túlnyomórészt a látogatók mégiscsak ideiglenes felmentésre számítanak az emberi erőszak alól, és ritkán csalódnak. Disneyland tapasztalata így részben a városi élet paranoiájától és patológiájától való megkönnyebbülésben nyilvánul meg.

Los Angeles kultúráját a disneylandi ünneppel szemben a látványosság mint „az elidegenedés és az ábrázolás hétköznapi megszervezése”¹³ uralja. A látványosság részvétel helyett csupán a tétlenül szemlélést teszi lehetővé. A szórakozás nagyvállalkozások által forgalmazott áru, mely a szemlélő alanyt tétlen leselkedőként, egy közönség tagjaként tételezi, mozgásban lévő résztvevő helyett. Los Angeles e tekintetben a látványosság – a tömegmédiá által közvetített fogyasztói fantáziák és szimulákrumok – kulturális termelésének fővárosa.

Társadalmi ellenőrzés

■ Disneylandben a társadalmi ellenőrzés művésziileg kifinomult formában, a tömeg kényszer helyett belső indítékok általi mozgatásában érvényesül. D-land ezt a művészetet ideális fokon gyakorolja. Az alárendelődés tökélye: az áldozatok saját képzeletük sírgödreit ássák. Los Angeles eközben a bérmunka, az ideológia és az államhatalom kényszermechanizmusainak terepe, mely térbeliségében az egyének kölcsönös elszigetelése által is ellenőrzést gyakorol. Mint Debord kifejti, „az osztályuralom védelmét biztosítandó, az urbanizmus korszerűen látja el örök feladatát: fenntartja a városiasult termelés adta feltételek következtében veszedelmes *tömeggé összeállt* munkásság atomizáltságát. A szakadatlan küzdelem, hogy a munkásság találkozásának mindennemű lehetőségét kiküszöböljék, az urbanizmusban találja meg kedvenc terepét.”¹⁴

Gazdaság

■ Disneyland a bőség országának illúzióját kelti. Miután belépti díj fejében bizonyos összeget kifizettek, a látogatók az élvezeti források kifogyhatatlan sokaságát élvezik. A nyolcvanas évek előtt a vidámparki eszközöket külön árak szerint osztályozták, és egyesek közülük eléggé drágák voltak. 1981 júliusától a fejenként húsz dollár körüli belépti díj korlátlan hozzáférést biztosít a bőség szarujához azok számára, akik ezt megengedik maguknak.

A témapark terében az osztálykülönbségek elsikkadnak, hiszen a szegényeket a belépti díj eleve kiszűri. E birodalomban a vállalati kontroll jámbor, atyai. A szórakoztató eszköz használatát valaki „rendelkezésre bocsátja”, „támogatta” vagy „felki-

nálja” – mintha ajándékot adna. A törzsi társadalom ökonómiájának felidézése rava-szul azt sugallja, hogy az efféle figyelmességek kölcsönösek kell legyenek.¹⁵ Los Angelesben ezzel szemben a kései kapitalizmust találjuk, fokozódó osztálykülönbségekkel, egyenetlen fejlesztéssel, a haszonért folytatott termeléssel és a felhalmozás időszaki válságaival. Jelen van azonban a „szimbolikus csere” és a képiség egy olyasfajta kultúrája is, amelyen belül az ajándék csupán tudatküszöb alatti, „holt jel”.¹⁶

A Los Angeles-i környezetben mindennek ára van, mely a stagfláció következtében folyamatosan nő. A parkon kívül nincs alku, csak a büdzsé zsarnoksága. A vállalati hatalom ragadozó, nem atyai.

Építészet

■ Disneylandben az épített környezet szórakoztató. Minden épületnek szimbolikus értéke van (lásd a paradigmátikus elemzést), meglehetősen hasonlóan ahhoz, ahogyan az ókori és a középkori városokban. Mint legsikeresebb témapark, Disneyland nagyban hozzájárult a posztmodern szórakoztató kultúra bevezetéséhez.¹⁷ D-land a *par excellence* játékos város. Los Angeles épített környezete vele ellentétben csupán behatárolt jelentéssel bír. Françoise Choay kifejezésével élve „hipojelentéses”:¹⁸ általában az instrumentális funkció jelölésére szorítkozik. A Los Angeles-i lakás a magántőke vagy a társadalmi helyzet jelölési közege, melyet a haszonért építenek meg. A tervezés konformista, az övezeti besoroláshoz és az építési szabályzathoz alkalmazkodik. Az üzleti és a kereskedelmi létesítmények funkcionálisan tervezett központokban helyezkednek el, amelyek egyetlen szemiotikai értékkel bírnak (monozémikusak): mindössze a termelés és a fogyasztás szokványos tevékenységeit jelölik.

Politika

■ Disneyland működteti a csoportos döntéshozatal gyakorlatát is. A társadalmi ellenőrzés tétje a helyváltoztatás. A tömegek állandó mozgása közepette nemigen számít, hogy az egyének szabadon dönthetnek. Továbbá az egyes vidámparki eszközök mellől a látogatókat olyan gyorsan tessékélik el, hogy nem marad idő megfontolni, vajon attrakciót cseréljenek-e, vagy a meglévőt igazítsák saját ízlésükhöz. Ez a társadalmi változás nélküli részvétel valamely nagy hatalmú vallási, avagy politikai vezető, mondjuk egy tekintélyes elnök által irányított közösség állapotára vagy a szülői „jutalom” gyermeki tapasztalatára emlékeztet. A látogató abban a megtiszteltetésben részesül, hogy valamilyen különleges alkalmat élhet meg, amelynél nem számít, mennyire elégti ki, mert a jutalom önmaga viszonzása. Disneyland így igen találó módon kínálja fel a „legnagyobb” amerikai elnök meglátogatásának lehetőségét is, akit az audio-animatronika hidraulikus műanyagtechnológiájával klónoztak elevenné.

Végül pedig Disneyland feje tetejére állítja a családi hatalom szerkezetét. Míg a legtöbb család, társadalmi osztálytól függetlenül, szülőileg irányított, még ha gyermekközpontú is,¹⁹ a d-landi látogatás kimondottan a gyermekeknek való (valamint azoknak a turista látogatóknak, akiknek ezzel összhangban a gyermek státusát tulajdonítják). Itt a gyermeké lesz a sor, hogy a szülőt irányítsa, és törvényszerűen ő választja ki az attrakciókat, és szabja meg az étrendet, a programot. Csemetéik szemében a szülők gardedámmá vagy másodkézi élményhajhászokká vedlenek át. Los Angeles hétköznapi világában aztán az apa visszatér az „úr” szerepkörébe,²⁰ illetve mindkét szülő a „gyermeknevelésben” szokásos munkamegosztáshoz.

Mindent összevéve: Disneyland városi környezete a mindennapok válságától és a méltánytalan osztálytársadalom által generált patológikus városi tapasztalatoktól (a nyomornegyedek, a gettók és a bűnözés hatásaitól) mentes teret kínál; egy összes dimenziójában biztonságos teret – mindazokkal az óvintézkedésekkel szemben, melyeket az átlagpolgárnak még saját otthonában is foganatosítania kell. D-land a pater-

nális vállalati rend ölébe fogja a látogatókat. Szórakoztatja és személyes fantáziaviláguk kiélésére sarkallja őket. A látogatók a sétáló gyalogos státusát sajátítják el újra, és az öncélú szórakozás ünnepén vesznek részt. Különösen igaz ez a gyermekek esetében, akik talán először ízlelik meg ezt a szabadságot. Los Angeleszel szemben és saját instrumentális céljai, valamint a látogatók felett gyakorolt haszonérdekű ellenőrzés ellenére Disneyland a játékos, utópikus városi teret testesíti meg. A jelképes és a képzeletbeli által benépesített tér „megvilágító erejét” birtokolja,²¹ ahol bármikor történhet és rendszerint történik is valami rendkívüli.

Paradigmatikus elemzés

■ Mint jeleztem, Disneyland négy tartományra oszlik. Mindegyik egy-egy önálló téma köré épül, mely a park átfogó motívumából ered, egyébként a pláza térképéhez igen hasonlóan. Ezekben a tartományokon belül az épített környezet elemeit a mindenkori téma alátámasztására való tekintettel társították egymással. Így az egészében vett témapark szintjéről, melyen az önmagában véve jelet képez, azon alegységekként felfogható tartományok szintjére ereszkedünk le, melyek szintén átfogó jelek, majd az illető tartományok önálló elemeinek szintjére, amelyek újabb, összefüggő jelek. Ez a teljes építészeti együttes a témaparktól az alegységekig társítások alapján rendeződik. Ily módon a metonimikus és a szintagmatikus viszonyok mellett a park jelentésének kialakításához az intertextualitás, valamint a metaforikus, avagy paradigmikus viszonyok is hozzájárulnak. Ezek a társítások igen sokrétűek, és különbségeik által is hatnak.

A brosúra szerint „Disneyland volt az első a vizuálisan összeférő elemek tematikus használatában, mely elkerüli a világhiállítások és a vidámparkok ellentmondásos összevisszaságát”.

Ez a többi parkot illető megjegyzés alkalmazható a modern városra is, melyet az építészeti stílusok hasonló anarchiája jellemez abból kifolyólag, hogy az épületek az építészeti divatoknál tovább tartanak. Disneyland minden egyes térbeli alegységét olyan asszociatív témák tartják össze, melyek a „Disney” szemantikai mező átfogó kódjából nőnek ki. Kalandország például harmadik világbeli kirándulást jelenít meg, és a Disney stúdió egzotikus helyszínekről szóló filmjeit idézi. Itt található a népszerű Dzsungelsafari nevű látványosság – mintha csak Afrikában volna, az elmaradhatatlan fekete „bennszülöttekkel” együtt (talán a legnépesebb kisebbségi csoport az egész parkban), és A svéd Robinson, a gyarmatosítás kalandja a maga legrusztikusabb formájában. A Határvidéken fekszik Tom Sawyer szigete, vízibiciklivel le a Mississippin Amerika (főleg „vadnyugati”) múltjába. Képzletország az elvarázsolt tartományok központja, legfőbb attrakciója Csipkerózsika mesebeli kastélya. Holnapország a tudomány és a technológia világának leglátványosabb változata, ahol a sarki jégtakaró alá lehet kiruccanni a Disney-flotta „atommeghajtású” tengeralattjáróján, valamint az „ürbe”, hullámvasúton.

A disneylandi városkörzetek szintén egyes témák köré szerveződő látványosságokat kínálnak. A New Orleans tér a járda menti kávézók szabadterei birodalma. Ez a tér ad otthont a közkedvelt Karib-tengeri kalózzutazásnak is a kincses szigetre. A Fő utcán lovas fogaton lehet elhaladni a kis utcai boltok mellett, továbbá Walt Disney személyes lakosztályának ablaka alatt, ahol egykor a késő délutáni órákban üldögélt, és az országába látogató tömeget figyelte. Végezetül Toontown a rajzfilmhősök világát képviseli a *Roger nyúl a pácban* című film ábrázolásmódjához hasonló formában. Ez kifejezetten a médiafantáziák és a rajzfilmek által uralt tér.

A külső megjelenés ilyesfajta feltételei mellett Disneyland paradigmikus olvasatának megkerülhetetlen kérdése, hogy beszélhetünk-e valamilyen alapul szolgáló

szemantikai mezőről, melyen az önálló tartományokat strukturáló asszociatív témák nyugszanak, és amely szerkezetileg egyesíti különböző üzeneteiket. Társadalomszemiotikai szaknyelven kifejezve azonosítanunk kell a „tartalmi formát”, vagyis azt a kódolt ideológiát, mely a park épített környezetéhez mint „kifejezésszubsztanciához” illeszkedik.

A kérdés társadalomszemiotikai tárgyalásának egyik módja a témapark építését – úgymond a terének „termelését” – ahhoz a szélesebb társadalmi közegehez viszonyítani, melynek része. Adott lévén a kései kapitalista Amerika háttere, a különálló Disney-birodalmak a tőke különféle állapotainak feleltethetők meg; vagy másképpen fogalmazva a tőke „színeváltozásait” tükrözik egyesült államokbeli történelmi alakulása folyamán. Ez az összefüggés a jelölésben elengedhetetlen konnotatív szinten helyezkedik el: a szóban forgó terek nem a funkciójuk, hanem megjelenésük révén konnotálják a kérdéses jelentéseket, azaz metaforákká lényegülnek át. Röviden szólva egy kódolt ideológia arculatai; azé a „tartalmi formáé”, amely Disneyland képzettársításos tartományait ihleti.

A „Határvidék”, „Kalandország”, „Holnapország”, „New Orleans tér” és „Fő utca” jelölők „a kapitalizmus arcai” jelölőkhöz társíthatók a következőképpen:

- Határvidék – rablókapitalizmus;
- Kalandország – kolonializmus/imperializmus;
- Holnapország – államkapitalizmus;
- New Orleans – kockázati tőke;
- Fő utca – családi és versenykapitalizmus.

A néhai Medvefalva „a falu” vagy „a vidéki élet egyszerűsége” jelölőjének tűnik, Képzeltország pedig a polgári ideológia mitikus formáját jelöli.

Ebben az asszociatív olvasatban Disneyland a polgári ideológia ábrándvilága, egyfajta kapitalista családi album, mely a Disney Corporation fantáziái számára témákat szolgáltató tőke élettörténeti fordulatait dokumentálja. A témapark terét ezek szerint az illető ideológia formális ábrázolásának az egyesült államokbeli városfejlesztéssel és ingatlanberuházásokkal való összekapcsolódása hozta létre.

Mindez azonban nem ad választ egy újabb kérdésre. Disneyland egykor az Egyesült Államok legkeresettebb látványossága volt – mára a tízszeres méretű floridai Disneyworld, a világ legnépszerűbb turisztikai látványossága megelőzte; évente több látogató kereste fel, mint a főváros történelmi emlékműveit.²² A polgári ideológia számos más szórakoztató reprezentációja ismeretes azonban, mely „fantasztikus” látványosságokat kínál hasonló léptékben. Mi több, a két legnagyobb ilyen hely az Egyesült Államokban – a Knott’s Berry Farm és a Magic Mountain – éppen a Los Angeles-i régióban található.

Rá kell kérdeznünk tehát, miért éppen Disneyland ennyivel népszerűbb az összes többi nyilvános szórakozóhelynél, melyek szintén a polgári ideológia reprezentációiként értelmezhetőek. Tézisem szerint Disneyland több a kapitalista képzetek pusztá kirakatánál. Társadalomszemiotikai szemszögünkön az egyedi irányában szűkítve ezt a bizonyos teret megalkotója, Walt Disney személyiségének kontextusával – élettörténetével és szándékaival – kell összefüggésbe hoznunk. A hivatalos tájékoztató füzet szerint „Disneyland mint álom Walt Disney alkotókész elméjében már jóval 1955 előtt megfogalmazódott. A filmipar egyik úttörőjeként Walt különleges ráérzést fejlesztett ki az iránt, hogy mi az, ami egyetemesen szórakoztató. Mikor a lányai kicsik voltak, »igen kiábrándítóknak« minősített kirándulásokra vitte őket a helyi vidámparkokba. Úgy gondolta, kellene lennie egy helynek, ahol a szülők és a gyermekek együtt mulathatnak. Olyan helynek szánta Disneylandet, ahol »az embeerek átélhetik az élet néhány csodáját és kalandját, és jobban érezhetik ettől magukat.«”

Mindezek nyilván egy reklámszövegben fogalmazódnak meg, de azért részei annak a beszédmódnak, mely a témapark által forgalmazott jelölők személyes felértékelésének kodifikálását övezi. Az általunk javasolt diskurzív kutatás, mely a Disney élettörténeti kontextusával és a témapark térképzéséről alkotott felfogásával kapcsolatos reklámszövegekből indul ki, az eszméiről szóló részletesebb beszámolók vizsgálatával folytatódhat. Így elkerülhető egyes független elemzők parkról alkotott „olvasatainak” egyéni benyomásokon alapuló jellege, túlzott szubjektivitása.

Disney élettörténeti kontextusának ismerete²³ a témapark alapkódjának egy másik olvasatát is lehetővé teszi a fenti mellett, mely a kapitalista ideológiával azonosította. A róla írt biográfiák arra engednek következtetni, hogy Disneyland saját alkotója elvesztett ifjúságának fantasztikus reprezentációjaként is értelmezhető. Ez a kapcsolat, mely egy otthonosan leegyszerűsített kisvárosi környezet Disney-féle elgondolásához fűzi, legalább részben magyarázattal szolgálhat a park népszerűségére. D-land tehát két, egymást átfedő és némileg ellentmondásban is álló szemantikai mező metszetében helyezkedik el, melyek közül az egyik a kapitalizmus arcainak ideologikus reprezentációja, míg a másik az alkotó személyes önkifejezése. A témapark egy más vállalatokkal versengő vállalat terméke, ám egyszersmind egy kivételes tehetség művészi alkotása is, aki milliókat képes szórakoztatni állandó jelleggel ama képessége folytán, hogy kipuhatolja a közönség vágyait, miközben személyes témáival játszik.

Tézisem az, hogy Disneyland térképének egyes felületei egy közép-nyugat-amerikai kisvárosi fiú gyermekkori világgképének felelnek meg. A metaforák a következők:

- Kalandország – gyermekjátékok, a képregények szuperhősei, játék a házudvaron;
- Határvidék – nyári vakáció, cserkészlet;
- Holnapország – tudományos/mérnöki karrierálmok;
- Képzletország – éjszakai álmok, az esti mesék világa.

Ebben a sémában, mely eltér a kapitalizmus kódjain alapuló értelmezéstől, Kalandország a ház udvarán zajló játékokat, avagy a hétköznapi gyermekjátékok üres terepét jelöli. Ez az olyasfajta csoportjátékok színre vitelének nyílt tere, mint az indiánosdi vagy a tarzanos és más dzsungelkalandok. Határvidék ehhez képest vadabb tájakra való elkalandozást konnotál, a nyári sátorozást, illetve a történelmi helyszínekre és a koloniális múlt nemzeti emlékműveihez tett családi kirándulásokat. Képzletország az éjszakai álmok és mesék világa, azoké a Disney által filmre vitt klasszikus meséké (*Hófehérke*, *A három kismalac*, *Hamupipőke*), melyek társadalmunkban a gyermekeknek átadott szóbeli hagyományhoz tartoznak. Ezek azok az esti mesék, amelyeket Disney olyan kiválóan ismert, és amelyek animátori vagyonát megalapozták. Nem is csoda, hogy éppen Csipkerózsika elvarázsolt kastélya lett a park központja. Végül Holnapország a munka és az ipar világának azt a változatát jelöli, melyben a gyermekeknek szokták bemutatni – és nem a felnőttek által ténylegesen tapasztalt –, például az évente megrendezett kisvárosi „tudomány vásárain”. Ez az ipari társadalom felmagasztalt formában, az ötvenes évek ragyogó mázával, amely még a harcászatot is vonzóan tünteti fel az atomenergia és az űrhajózás terén befutott, látványos műszaki karrierek ígéretével.

Disneyland emellett három „valódi” kisváros látogatását is felkínálja. A témapark bejárata a Fő utcára nyílik. Maga az ideál, a Disney által fetisizált kisváros önreferenciális másolata ez, „apó-anyó” tulajdonban lévő boltokkal, lovas fogatokkal és sarki rendőrökkel. Azé a közép-nyugat-amerikai településé, mely a park többi részét benépesítő utópikus fantáziák materiális alapvetését jeleníti meg, amennyiben Disney ifjúságának városi terét jelöli. Tömören kifejezve a Fő utca a park egyéb tartományai és vidékei által szimulált fantáziák szimuláltan valóságos

alapja. Ez az a szimulált kisváros, ahol egy amerikai fiú Disneyland álomvilágát felnőttként megálmodta.

A New Orleans tér ugyanezt a várost ünnepi alakjában jelöli. Ez a kisváros olyan lakott központ, amely felszabadult az ünnep ciklikus idejének uralma alól, és most nyílt téri kávézó és masszázó dixieland-zenekarai folyamatosan ünnepelnek. Végül a (mára megszűnt) Medvefalva, a felmérések szerint a témapark legkevésbé népszerű része,²⁴ azokhoz a vidéki rokonokhoz, avagy „falusi fajankókhoz” tett családi látogatást jelölte, akiknek Fő utcai rokonaikkal szemben sohasem sikerült a városi kispolgári életmódba felemelkedniük. Ezek a jelentések a következőképpen írhatók körül:

– Fő utca – az ideális kisváros (mint valódi megalapozás, melyhez képest a többi tartomány fantáziavilágnak minősül);

– New Orleans tér – a kisváros mint örök fesztivál;

– Medvefalva – lumpenproletár rokonok.

Következtetések

■ Disneylandet az eddigi kultúrkritika felváltva nevezte már illuzionálnak, ideologikusnak, kapitalistának, fantasztának, sőt utópikusnak. A vonalasabb elemzések figyelmet szenteltek annak is, ahogyan a közép-amerikai kisvárosi élet középosztálybeli erényeit megidézi, sőt kitértek ennek kapcsán Walt Disney személyes erkölcsére és értékrendjére.²⁵ Mennyiben vittük hát tovább ezeket a megfigyeléseket holmi fáradságos szemiotikai elemzésnek téve ki Disney témaparkját (és az olvasót)? Alighanem mélyebb belátást nyertünk abból, hogy ez a termelt tér két külön szemantikai mező – a személyes és a kései kapitalizmus társadalmi rendjére általánosan jellemző – metszete, melyek a témapark épített terében aktualizálódnak. Az így létrejött szerkezet *mitikus* konstrukció²⁶ vagy hiposztazáció, amennyiben a kapitalizmus által meghatározott térre rávetül egy idealizált gyermekkor személyes jelölete felől értelmezett tér is. Az asszociációs tengely így összetetté válik; vagyis jelentését tekintve Disneyland túldeterminált, formájában pedig mitikus. Emiatt egyetlen egységes értelmezés sem képes maradéktalanul megragadni a témapark szimbolikus tapasztalatát.

Disneyland az amerikai kisváros mítoszát jeleníti meg – azt, amelyen a kisváros akkor lehetne, ha a fejlett ipari társadalom anélkül illeszkedett volna bele ebbe a településfajtába, hogy osztály- és faji különbségeinek kiegyenlítésén kívül másként is megváltoztassa. Mint témapark azonban nem csupán a kapitalista ideológia térbeli reprezentációja, ahogyan eddigi értelmezői hitték, hanem egy olyan alkotó álma is, aki legalább annyira fetiszizálta a rendszer jóindulatát, mint amennyire vágyakozott egy idealizált gyermekkor iránt. E térnek tehát kettős kontextusa van, a társadalmi és a személyes. Ami a szélesebb társadalmi összefüggéseket és különösen Los Angeleszt illeti, a hatalmas külvárosi térségek eredetileg a kisvárosból nőttek ki. Ám a légitársaságok, a tömegmédiá, a különféle globális érdekeltségek és a technológia itt hamarosan el is törölték ezt a településformát annak társadalmi rendjével együtt. Los Angeles esete mutatja a kisvárosok Amerikája előtt álló valódi jövőt. Ezzel a látvánnyal szembesülve pedig meg kell állnunk egy pillanatra rákérdezni, hogy mennyiben is szolgált rá Disneyland a kritikára, ha egyszer környezete a várostervezés ezen elismert kudarcának eredménye.

A témapark mint alkotója megvalósult álma nemcsak az ő személyes kódját tükrözi, hanem egy nagyvállalat jelölőit is. Ebből a szempontból a tömegeknek szóló populista szórakoztató művészet tökéletes, háromdimenziós alkotása. Disneyland a kisvárosi élet szerkezetét idézi, ahol az Amerika jótékony erkölcsi rendjébe való illeszkedés egyetlen ára valaha az egyéniség feladása és a szigorú társadalmi alkal-

mazkodás volt. Itt van „a világ legboldogabb helye”, mert számos, különösen kaliforniai látogatója ugyanazokat az értékeket vallja, mint Walt Disney, és hozzá hasonló élettörténeti háttérrel rendelkezik. Mindezt azonban a kései kapitalizmus városfejlesztési mintái sokkal inkább figyelmen kívül hagyták, mint amennyire a rendszer ideológiai termékei gyártásában magáévá tette. A témapark tehát egyszerre mutat rá a kisvárosi élet elfojtására, és magasztalja a rendszert, mely állandósította annak elfojtását. Ez az az ellentmondás, amelyen Disney azzal a társadalommal, melyben élt, osztozik.

R. L. fordítása

■ JEGYZETEK

1. Jean Baudrillard: *America*. Trans. C. Turner. Verso, New York, 1988; Sharon Zukin: *Postmodern Urban Landscapes*. In: *Modernity and identity*. Eds. S. Lash – J. Friedman. Blackwell Publishers, Oxford, 1992. 221–247. Lásd még Miriam Hansen: *Of Mice and Ducks: Benjamin and Adorno on Disney*. *The South Atlantic Quarterly* 1993. 1. 27–61.
2. Jean Baudrillard: *Simulations*. Semiotext(e), New York, 1983. 23.
3. Lásd főként Sharon Zukin: *Landscapes of Power*. University of California Press, Berkeley, 1991; valamint uó: *Postmodern Urban Landscapes*.
4. A Disney vállalat 1993-as bejelentése szerint a francia témapark annyira veszteséges volt, hogy a bezárását fontolgatták.
5. M. Real: *Mass Mediated Culture*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N. J., 1977.
6. Louis Marin: *Utopics. The Semiological Play of Textual Spaces*. Humanities Press, Atlantic Highlands, N. J., 1984. 239–259.
7. Alexandros Lagopoulos: *Semiotic Urban Models and Modes of Production*. In: *The City and the Sign: Introduction to Urban Semiotics*. Eds. M. Gottdiener – A. Lagopoulos. Columbia University Press, New York, 1986. 176–201.
8. Walt Disney Productions, é. n. 12.
9. Guy Debord: *A spektakulum társadalmá*. Ford. Erhardt Miklós. Balassi Kiadó – BAE Tartóshullám, Bp., 2006. 112.
10. Robert Kling – Spencer Olin – Mark Poster: *Postsuburban California*. University of California Press, Berkeley, 1991. Lásd még M. Gottdiener: *The New Urban Sociology*. McGraw-Hill, New York, 1994.
11. Lauren Langman: *Neon Cages: Shopping for Subjectivity*. In: *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*. Ed. R. Shields. Routledge, New York, 1992. 40–82.
12. Henri Lefebvre: *The Production of Space*. Trans. D. Nicholson-Smith. Blackwell Publishers, Oxford, 1991.
13. Uó: *Everyday Life in the Modern World*. Trans. Sacha Rabinovitch. Harper and Row, New York, 1971; lásd még Debord: i. m.
14. Debord: i. m. 110.
15. Marcel Mauss: *The Gift*. Norton Publishers, New York, 1967; lásd még Baudrillard: *Symbolic Exchange and Death*. Sage, London, 1993.
16. Uo.; Arthur Kroker – David Cook: *The Postmodern Scene*. St. Martins Press, New York, 1986.
17. Langman: i. m.
18. Françoise Choay: *Urbanism and Semiology*. In: *The City and the Sign*. 160–175.
19. Herbert J. Gans: *The Levittowners*. Vintage Books, New York, 1967.
20. Wilhelm Reich: *The Sexual Revolution*. Farrar, Strauss and Giroux, New York, 1974.
21. Lefebvre: *Everyday Life in the Modern World*.
22. Real: i. m.
23. L. Gartley – E. Lebron: *Walt Disney: A Guide to References and Resources*. G. K. Hall Publishers, Boston, 1979; R. Shickel: *The Disney Version*. Simon and Schuster, New York, 1968; B. Thomas: *The Walt Disney Biography*. Simon and Schuster, New York, 1977.
24. Real: i. m.
25. Uo.
26. Roland Barthes: *Mythologies*. Trans. A. Lavers. Hill and Wang, New York, 1972.