

06. Poruka je medij: esej iz semioepistemologije komunikacije

„From Plato to the present, in the Western world, there has been no theory whatever of psychic change resulting from technological change. The exception is the work of Harold Innis and his disciples, Eric Havelock and McLuhan.”
—Marshall McLuhan⁰¹

1. Medij i ,figura apsoluta‘

Medij – pojam pod kojim podrazumijevamo svaki tvarni entitet koji svojim tijelom služi ili može služiti za prenošenje, propuštanje ili posredovanje nekog drugog, različitog entiteta (tvarnog ili duhovnog) – obuhvaća najširi mogući repertoar fizičkih predmeta: od stare kante preko suptilnijih tvari koje nazivamo „vodičima”, ili pak od još elementarnijih oblika tvari (čestica ili valova) za koje zna samo znanost, sve do živog tkiva, staničnih i substaničnih jedinica, i naposljetku opet do „nas”, do cijelog ljudskog tijela.⁰² No, osim što je medij materijalan, univerzalan i ubikvitaran fizički objekt, obilježen je paradoksom karakterističnim za sve elementarne stvari – nevidljivošću nečega što je najprisutnije u svijetu predmeta, poput svjetla ili zraka.

Štoviše, u mediju ima nešto više i nešto manje elementarno od zraka, barem u racionalizatorskoj koncepciji ranih predsokratovaca. Dok je zrak postao vrhovni teorijski predmet (*arché*) po tome što je nevidljivo prisutan, medij se čini permanentno odsutan iz svijeta

01 Iz pisma M. McLuhana upućenog Rollo Mayu, citirano prema Derrick de Kerckhove (1989), „McLuhan and the Toronto School of Communication”, str. 73-79 (http://www.mcluhan.utoronto.ca/article_torontoschoolof-comm.htm).

02 Da stanični procesi nisu samo transmiteri neuronskih podražaja nego autentično komunikacijski, pa čak i interpretacijski fenomen, pretpostavka je tzv. „imunosemiotike”. Interpretacijsko-teorijsku univerzalizaciju te pretpostavke o „semiozi limfocita” osporava U. Eco (1990), *I limiti dell'interpretazione* (osobito pogl. 4.1 o minimalnim uvjetima interpretacije).

svjesnog upravo po onome što ga čini vidljivim i prisutnim a što je – njegova (gruba) materijalnost. Ona je taj neprekoračivi i nena-
domjestivi moment koji nosi funkciju posredovanja ili medijacije
po kojoj medij uopće jest medij. Paradoks medija je tako inherent-
tan ili konstitutivan u samoj stvari-mediju: njegov neizostavni
moment materijalnosti proizvodi ono što istiskuje i nadomješta
medij kao predmet u svijetu i čini ga predmetno nepostojećim za
svijest. Premda uvijek tu, medij nestaje kao predmet jer je, poput
znaka, nešto drugo nego on sâm; no za razliku od znaka, medij
ne upućuje na nešto drugo od samoga sebe što sâm nije prisutno,
nego je upravo njegova odsutnost konstitutivna za znakovni odnos.
Medij ne upućuje na drugo i ne postaje sâm vidljiv tim upućiva-
njem, kao što je slučaj kod znaka, nego sadrži to drugo kao svoje
i tim sadržavanjem drugog nestaje iz polja predmetnosti. Medij
jest ili postaje nevidljiv u onoj mjeri u kojoj, kao fizički predmet u
svijetu, posreduje (ili „medijatizira“) svoje drugo koje ga, sa svoje
strane, nadomješta u najmanje dvostrukom smislu: predstavlja-za-
mjenjuje i potiskuje.

I.I. NESTAJUĆI POSREDNIK

Taj elementarni odnos samo-poništanja-kroz-drugo ne važi samo
apstraktno i općenito za fizičke stvari u svijetu i njihovu sposobnost
da prenose druge stvari. Važi također za klasu tehničkih naprava
koje nazivamo medijima: na mjesto medija, u smislu materijalne
forme ili tehničke naprave, uvijek stupa, čak kad je naprava po-
sebno vidljiva ili uočljiva, to heterogeno, drugo od njega samoga
– ono što zovemo sadržajem. To dobro ilustrira okolnost da se sva-
ka intervencija na medijskom predmetu (poput „pojačavanja tona“
na televizoru ili nekom sličnom uređaju iz klase „prijemnika“ koji
„emitiraju“ druge fizičke predmete, poput tona i slike) odvija i do-
življava kao modifikacija na (medijskom) sadržaju, a ne na (medij-
skom) predmetu. Unos (input) koji je fizički predmetan i osviješten,
ali osjetilno skroman ili oskudan (radnja pomicanja nekog dijela
na aparatu koji nazivamo pojačalom), postaje takoreći bespredme-
tan pred estetskom spektakularnošću promjene u ishodu (output),
pred obiljem novog sadržaja (zvuka koji više ne doživljavamo kao
fizički predmet već kao nov duhovni sadržaj, totalno estetsko ispu-
njenje zbog malo povišenog ili sniženog „volumena“). Sve dok – i
sve više što – uspijeva ta modifikacija sadržaja, ona to bolje skriva
da počiva na preskoku ili „bespredmetnosti“ posredujućih instanci,

ona ne zna za njih.⁰³ To neznanje nije samo psihološko – premda je zanemarivanje materijalne strane uređaja i usredotočenje prosječne-svakodnevnosti svijesti na „output” svakako psihološka pojava – niti je samo pitanje razlike između obične i ekspertne svijesti, koja se lako daje objasniti i time ispuniti rupe u preskoku. Naprotiv, za skokovit odnos inputa i outputa karakteristična je i odlučujuća upravo redukcija ili prekraćenost koja proizvodi strukturni prevrat između tehničke oskudnosti forme i obilja sadržaja. I što se više kroz to baratanje iluzijom, kroz to brkanje fizičke forme i duhovnog sadržaja, troši sâm medij kao tehnička naprava, medij nestaje iz područja osjetilnosti, zamjetljivosti i osviještene prisutnosti za korisnika, a time, čini se, i samo-zamjedba ili osviještenost korisnika kao subjekta korištenja. Tek kad modifikacija ne uspijeva, odnosno, kad više ne uspijeva, kad radnja inputa ne donosi očekivani output, pojavljuje se medij u svome čistom, ali potrošenom, ne-funkcionalnom i ne-medijskom obliku – radio ili televizor kao „stara kanta”. Medij postaje „prisutan” u trenutku svoje disfunkcionalnosti. Čini se da to vrijedi i za subjekt: on se pojavljuje tek kao frustrirani korisnik uređaja koji više ne funkcionira.⁰⁴

Danas vladajuća i navodno općeprihvaćena spoznaja o tome da se ljudska kultura zapravo sastoji od medija, a da civilizacijski proces nije ništa drugo do tehnološko usavršavanje i sadržajno proširivanje oblika reprezentacije, medijacije svijeta i razmjene spoznaja, nije ni tako opća ni tako samorazumljiva, kako se možda čini na temelju zasićenja okolnog svijeta novom i najnovijom medijskom tehnikom koja se reproducira u sve savršenijim tehničkim oblicima i sve kraćim vremenskim sekvencama. Odatle se izvodi pretpostavka o „medijskoj osviještenosti” suvremenog čovječanstva, tj. „medijskoj svijesti” koja, navodno, iz temelja karakterizira današnju

03 Otud možemo reći da radnja *inputa* koju prati naše istinito vjerovanje da pomičemo pojačalo s nižeg na viši stupanj zapravo ne zna što tehnički izvodi, zapravo ne zna da je primarni učinak ili *output* samo promjena tehničkih konfiguracija, dakle, da je predmet promjene medija samo drugi medij u mediju.

04 Ovakva situacija predstavlja katastrofu epistemološke predodžbe o statusu posrednog (tj. posredovanog) karaktera opažajnog znanja, gdje se za provedbu pouzdanog opažanja na mjeracu goriva u autu ne smatra nužnim da subjekt-opažać zna da konkretni mjerac u konkretnom autu radi ispravno nego je dovoljno vjerovanje da je konkretni pokazivač ispravan te da je pozadinsko, opće vjerovanje o uređajima istinito. Za širu pozadinu rasprave u epistemologiji percepcije v. npr. J. Dancy (1985), *An Introduction to Contemporary Epistemology* (pogl. 10 i 11).

prosječnu svijest. Možda je, prividno paradoksalno s obzirom na sveprisustvo visoke tehnologije, prije riječ o nesvjesnoj prožetosti svakidašnjice medijima koja stvara nov, tehnološki i intelektualno složeniji tip spontane „pismenosti”, a ne osviještenost, dok istovremeno socijalna i politička posljedica te pismenosti jest stvaranje veće (ili barem iste) intelektualne razlike između specijalista i običnih korisnika nego što je ikad postojala u povijesti. Povijest pismenosti na srednjovjekovnom Zapadu prije izuma tiska uči nas da se opseg društvene klase proizvođača pisma (pisaca i prepisivača) više-manje podudara s količinom čitača; obje su kategorije ograničene na usku klasu društveno izdvojenih specijalista. Upravo to se smatra historijskim i tipološkim pragom nastanka pisa u modernom smislu riječi.⁰⁵

Za ilustraciju posljedica nove masovne „pismenosti”, u tom smislu karakteristična je pojedinost iz jedne tzv. „velike društvene afere” u Hrvatskoj s kraja 2004., povodom objavljivanja privatnog porno-filma najistaknutije hrvatske pop-zvijezde 90-ih, pjevačice lake glazbe, Severine Vučković, na internetskom portalu Index.hr. Ta je afera postala „događaj u regiji” (kako se eufemistički zamjenjuje inače po sebi već eufemistički izraz „prostor bivše Jugoslavije”), a dospjela je čak do ranga globalne vijesti na CNN-u. Riječ je o tome kako je (navodno izbrisani) video-dokument s kompjutera pjevačice postao lak plijen nekog „hackera” koji je trebao servisirati njezin kompjuter pa je (navodno) ujedno detektirao i izbrisani dokument, skinuo ga i prosljedio sljedećem mediju u lancu afere (Index.hr). Osim što ovdje već u najužem području tehnologije vidimo proliferaciju samog pojma medij od tehničkog predmeta (kompjuter) preko daljnjih materijalnih oblika prijenosa (disk

05 Ta se specifična epohalna struktura smatra određujućim društvenim i kulturalnim uvjetom za nastajanje figure i institucije „autora”, izoliranog i uzvišenog pisca, koju inače smatramo specifično modernom. Usp. James J. O'Donnell (1998), *Avatars of the Word. From Papyrus to Cyberspace, Introduction*. Za opširnu i analitičnu bibliografiju o historiji i sociologiji knjige usp. građu na URL-adresi <http://www.english.uga.edu/~rmenke/6830/>, s daljnjim linkovima. Za noviji, društveno- i kulturnoteorijski pristup problemu povijesti knjige, koji je na pozadini francuske historiografije 20. stoljeća više usmjeren na društvene aspekte fenomena knjige (poput povijesti autorstva, čitanja, pojedinih izdanja ili načina uređivanja) nego na razvoj knjige kao predmeta i medija, i koji karakterizira povezivanje različitih društveno-humanističkih disciplina (poput povijesti, povijesti književnosti, sociologije, antropologije) v. sada D. Šporer (2015), *Uvod u povijest knjige. Temelji pristupa*.

za kopiranje) do institucije ili interesne organizacije (internetski news portal) koja, iako pravna osoba, na kraju lanca sama postaje „nosačem” istog sadržaja kao i kompjuter, karakterističan je jedan naoko bizaran i prividno heterogen detalj koji je kričavim naslovom formulirao jedan tiskani medij (*Jutarnji list*): „Za aferu kriva Severinina računalna nepismenost!” Premda takva formulacija u novinskom žargonu ne dokazuje ništa drugo do pretencioznost, neobaviještenost te sklonost grandomaniji i mitomaniji povodom pojma „računalne pismenosti”, premda pop-porno-zvijezda očito posjeduje elementarnu obaviještenost o tome da se sadržaji na disku brišu i premda sve drugo pripada području višeg, upravo hackerskog stupnja „pismenosti”, ona skriva ono bitno.

Funkcija hackera odlučujuća je za aferu, i to ne samo kao tehnološki kvalificiranog koji će uvijek premašiti i najveću „pismenost” običnog korisnika; ona je odlučujuća zato i samo zato što je kvalificirani tehničar ujedno kompetentan i sadržajno – on je, barem implicitno ako ne i eksplicitno, zapravo kulturološki, ideološki i simbolički obaviješten posrednik koji zna što je društveno relevantno (privatni seks jedne pop-zvijezde). Funkcija hackera je zapravo ime za apstraktniji i daleko presudniji predmet koji ću ovdje tentativno nazvati problemom lokacije (ili lociranja) medija. Gdje je smješten medij u toj aferi, što je to što čini medij – je li to procedura snimanja ili procedura objavljivanja ili pak procedura (navodne) krađe? Očigledno je da se mjesto medija ne može iscrtati bez uračunavanja trans-tehnološke i trans-sadržajne komponente, odnosno: medij konstituira jedna instanca relacije medij-sadržaj koja je u odnosu i na medij i na sadržaj ujedno izvanjska i unutarinja ili, rečeno rječnikom psihoanalitičke semiologije, „ekstimna”. Ona je ta koja povezuje sve tri procedure: snimanje, objavljivanje, krađu. Drugim riječima, pozicija medija određiva je samo kao mjesto subjekta „javnog interesa” u liku pravno neovlaštenog, ali tehnički kompetentnog hackera koji sam postaje prenosnik ili medij sadržaja koji nije su-izrečen, ali je uvijek su-iskazan i izvorno nov.

Medijsko stanje modernog i osobito suvremenog doba izgleda iz temelja drugačije od klasičnog, ali možda ipak samo u jednom svome dijelu: nova medijska tehnologija od početka je, po svojoj konstituciji, namijenjena masovnoj upotrebi koja se odvija uz istovremeno više-manje spontano praktično razumijevanje u hodu (tzv. brzo ili sporo „kopčanje”), kao trenutačno korištenje-uživanje sa

što manje disfunkcija i frustracija.⁰⁶ Teorijsko razumijevanje medija i dalje je ostavljeno kulturi specijalista, koja je i sama razdijeljena na sektore izumitelja, teoretičara i proizvođača. Oni se u različitim i nejednakim oblicima i stupnjevima komunikacije obraćaju svijetu „običnih” korisnika, i to ovisno o svome položaju prema sektoru marketinga. Tako je i spoznaja o „prožetosti” ljudske kulture medijima teorijska tekovina suvremenog doba i puno mlađa od faktičkoga historijskog otkrića medija kao zasebne tvarne supstancije. Ono se poklapa, kao što je poznato, s otkrićem kemijskog elementa radija.

Ta okolnost osvjetljava i potvrđuje trivijalno pravilo koje važi za ljudske spoznaje, naime da jedan istaknuti moment nekog fenomena počinje činiti vidljivim čitav fenomen koji je prethodno bio teorijski nevidljiv iako fizički prisutan. Za medij, taj nevidljivo vidljivi moment bilo je pismo. Paradoks i začudnost može biti utoliko veća što upravo pismo i njegov materijalni nosilac (kamen, glina, pergament, papir) čine glavninu dosadašnje ljudske povijesti, odnosno kulture i civilizacije. Tek nakon otkrića kemijskog elementa radija i, osobito kasnije, nakon otkrića tekućeg kristala, naučili smo prepoznavati stvari unatrag i vidjeti papir kao medij, a ne samo kao materijalni nosač. No, to se još uvijek ne može s istom sigurnošću tvrditi za starije oblike materijalnog „nosača” pismenosti, glinu ili kamen, a još manje za dljetu, trsku, pero ili druge alatke kojima su u kamen, glinu i papirus, u te „tvari”, utiskivani znakovi. Takvi momenti u našem razumijevanju medija obično imaju samo pomoćni, kontingentni karakter. No ipak, medij je uvijek bitno materijalno-tehnološki fenomen ma kako bio suptilan i neuhvatljiv za obična osjetila, poput „duše”.⁰⁷ To potvrđuje danas, čini se, određeni nerazmjer u

06 Za spomenuti porno-video v. moju diskusiju „Severina u poročnom krugu medija” u: Mikulić (2007), *Kroatorij Europe. Filosofistička kronika druge hrvatske tranzicije u 42 slike*. Kao što ćemo kasnije vidjeti kod samog McLuhana, to se mjesto pokazuje kao scena uživanja recipijenta u „čistom” procesu medijacije. Međutim, ono je mnogo više: mjesto koje pretvara nemušti akt uživanja recipijenta u proces koji ga konstituira u simboličkom smislu kao figuru „subjekta želje Drugog”. To je efekt hackera-kradljivca da moment intimnosti („privatnosti”) pretvori u ono što ono po intenciji jest za sâmu pop-zvijezdu u dvostrukoj ulozi producenta i auto-recipijenta: medijsko ukidanje privatnosti i „ekstimni” moment javnosti u Lacanovom smislu „vanjskog” koje je od početka već unutrašnje.

07 O tome rječito govori Platonova metafora „pisanja u dušu”, u završnici dijaloga *Fedar*, u okviru tzv. kritike pisma, napravljena u analogiji s materijalnim aspektima pisanja pomoću trske i tinte. Međutim, da se za Platona

rezultatima i interpretacijama fizioloških istraživanja mozga: njegov medijski karakter prepoznaje se djelomice u pojedinačnim, sektoralnim funkcijama (u rasponu od „naš najveći receptor” do „naš najveći seksualni organ” itsl.) ali opća i fundamentalna medijska narav mozga ostaje i nadalje izvan interesa teorijskih domišljanja.

Ta okolnost služi za objašnjenje razloga zašto se pod izrazom „medij” uglavnom i primarno razumijeva neki zaseban medij, i to upravo onaj dominantni medij aktualnog doba u kojem se o njemu govori. Dok se redovito ističe jedan privilegirani i u pravilu nov tehnološki oblik komunikacije, i to one izravne, tj. verbalne, koja je i sâma medij, dotle cijelo polje medija, odnosno drugih, neverbalnih oblika komunikacije poput prometne mreže ili samog prometa kao kretanja, ostaju više-manje izvan domene upotrebe toga pojma. Tako, pješaciti danas prašnjavom poljskom cestom jedva da ima neko značenje, ako uopće posreduje neku kulturnu poruku osim „zdravog življenja”, premda na pješaćenju kao mediju počiva čitava prateća subkultura modernizma – romantička i postromantička kultura kritike industrijske moderne u njezinu poletu i zanosu.

Međutim, iako rijetke, nove pojave „simboličkih pješaka” nisu nepoznate ni kod nas. Osim medijski eksploatiranog hrvatskog pješaka-hodočasnika u Rim uoči (posljednjeg) rođendana pokojnog pape Ivana Pavla II. u ljeto 2004., ili pak biciklijade povodom Olimpijskih igara u Ateni 2004., pojavio se u hrvatskim masovnim medijima i „autentičniji” primjerak tradicionalnoga šegrtskog hodočasnika – njemački stolarski šegrt, u karakterističnoj odjeći iz 19. stoljeća koja se još uvijek može vidjeti kao egzotična folklorna pojava ne samo u njemačkim gradićima nego čak i u velegradovima, a izvan toga još samo kod američkih Amiša (porijeklom njemačka protestantska radikalna sekta posvećena kultu manufakturnog rada). Karakteristično je da se prilog o tome „sekularnom hodočasniku” – koji, dakle, ne slijedi vjerski cilj ili zavjet poput eklezijastičkog vjernika, nego ispunjava dužnost šegrtskog zavjeta, kojemu lutanje ili

ne radi tek o metaforičkoj upotrebi izraza ‘pisati’ za objašnjenje nastanka zapisa u duši, nego o doslovnom pisanju po duši, govori nam izraz *typoi* koji u Platonovom dijalogu *Teetet*, iz istog razdoblja kao *Fedar*, obuhvaća osjetilne i noumenalne sadržaje (otiske) povezane jezičnim elementom, znakom. Za opširniju diskusiju o Platonovoj semiotici u *Teetetu* usp. ovdje esej „Znalac i lažljivac”. Za metaforu „pisanje po vodi” v. moj rad „Spaß und Maß. Über den frühesten Fall literarischer ‘Selbstaufhebung’ der Philosophie in Platons *Phaidros* und deren hermeneutisches Unbehagen” u: Mikulić (2014), s daljnom bibliografijom.

„viđenje svijeta” ulazi u curriculum stručnog obrazovanja kao neki opći predmet – pojavio ljeti 2004. u subotnjem prilogu *Slobodne Dalmacije*, *SD Magazin*, što nije nimalo slučajan efekt pomanjkanja tema ili „sezone kiselih krastavaca”. Riječ je o klasičnom, novinskom mediju u (tada još „javnom” ili državnom vlasništvu) koji je u to vrijeme posvetio znatnu pažnju i prostor novom regionalnom pokretu ekološkog, ekonomskog i kulturnog usmjerenja pod imenom „Volim te, otoče!”. Radilo se o pokretu koji se u dijelovima intelektualne i medijske javnosti Hrvatske izvan Dalmacije smatrao nastavkom ili kulturološkim izrazom dalmatinskog političkog „autonomaštva” (pa čak i „lokal-nacizma”).

Hodanje-pješačenje kao „medij s porukom” posve sigurno ima kulturološke, političke i ideološke konotacije, no ovdje je za sada od većeg interesa razlika koja se vidi između punog (vjerski-duhovno definiranog) hoda vjerskog hodočašća i praznog (smislaono otvorenog) hoda u zavjetu prema iskustvu svijeta, zavjeta iz profesionalne dužnosti. Šegrt luta svijetom da bi „vidio svijeta” i iskušao svijet kroz praksu svoga umijeća i ugovorne (dogovorne) odnose s ljudima za koje radi i kod kojih obitava; on se izdržava na putu obavljajući svoj zanat (hrani se i spava kod onih koji ga zaposle). U odnosu na vjersko hodočašće, čiji zavjet (barem načelno ili po definiciji) slijedi viši cilj koji leži na kraju ili izvan puta, lutanje šegrta nosi pečat imanencije cilja ili lišenosti svakog cilja koji bi bio viši od samog hodanja; cilj i hodanje padaju ujedno, odnosno sadržaj i medij su jedno.

U daleko radikalnijem obliku taj proces redukcije vanjskog na unutarnje (cilj-kretanje) i redukcija sadržaja na formu (profesionalno hodočašće-hodanje svijetom) prikazuje scena iz filma Roberta Zemeckisa, *Forrest Gump*, kad autistični Forrest pretičava Ameriku od zapadne do istočne obale, i natrag, i stječe sljedbenike sve dok ga u jednom trenutku prateći medijski reporteri ne pitaju koji je viši cilj njegova trčanja Amerikom, koja je njegova poruka Americi? On, koji ne shvaća pitanje o višoj poruci svoje neposredne radnje, na prigovor da je to previše truda, odgovara onim poznatim „Sranje se dešava” („Shit happens!”) koje je potom postalo „poštalicom” u dvostrukom smislu: unutar filma kao „historijski izvor” jedne već uvriježene poslovice; izvan filma kao „nova” poslovice koja je ujedno citat filma i citat stare poslovice. Pritom je važno uočiti dvoje: s jedne strane, proces redukcije svakog sadržaja medija na sâm medij, odnosno na pojavu medija kao nultog stupnja sadržaja („nulti” zato

što je posve reprezentiran, i supstituiran samim medijem, odnosno formom medija /cesta, hodanje, medijska tehnika/), a s druge strane i, čini se, u kontinuitetu s time, pojavu regresije medija koja se ovdje javlja u svome već poznatom obliku tzv. „paradoksa medija”. Taj se paradoks sastoji u sukobu između napretka medijske forme naspram zastarjelosti ili arhaizmu sadržaja. High-tech i oblici kulturalne regresije u zastarjele, ali navodno autentičnije oblike egzistencije (hodočašća, zavjeti, autonomaštvo, separatizam, nostalgija, nesvjesno itsl.) od suvremenih koji su u bitnome zasićeni i regulirani medijskom potrošnjom. No, taj fenomen kulturalne regresivnosti sadržaja naspram progresivnosti medija samo je izvanjski.⁰⁸

Ovdje već možemo vidjeti nešto imanentnije što nalaže da regresiju smatramo strukturnom, a ne kulturnom: nulti stupanj sadržaja (ili redukcija cilja, sadržaja ili poruke na materijalnu formu medija) ne donosi za aktera medijacije ništa drugo do anuliranje ili nestajanje samog medija, odnosno njegovo dovođenje do funkcije sadržaja ili do proizvođenja „punine”. Ona je ideološka jer je proizvođenje „punine” kroz čist proces medijacije proces stvaranja ugone. Čini se da danas neko značenje, poruka ili sadržaj iz praznog medija pješačenja može nastati samo uz pomoć boljeg, usavršenog prometnog medija nego što je brdski, dolinski ili šumski puteljak – na primjer, ako pješačimo asfaltiranom cestom po kojoj velikom brzinom zuje motorna vozila. Drugim riječima, poljski put ne tvori više opozicijski par s autocestom – oni nisu ni semantički ni kulturni diferencijali. Da bi se tvorilo bilo kakav značenjski potencijal, potrebna je rekonfiguracija semantičkog polja. Nju nudi, čini se, regulacija prometa, odnosno drugi, složeniji medij u kojemu je sama cesta (makar i posve neusporediva s poljskim putem) tek djelić medijske aparature. Pješačenje je, kao i stopiranje, danas zabranjeno na autocestama. No, današnji uvjet za pojavu bilo kakvog društvenog ili kulturnog značenja takvoga medijskog akta – koji, usput rečeno, zorno pokazuje da je medijski sadržaj ili poruka u bitnome efekt performativne radnje kakva leži u samoj formi ili strukturi medija – nije toliko zabrana korištenja medija ceste za pješake, već, obrnuto: gomilanje medija, hipertrofija medijalnosti. Drugim riječima, uvjet pojave značenja nije samo postojanje ceste koju kao formu ispunjava neki drugi medij poput hodanja. Naprotiv, hodanje mora dobiti drugi medij od samog hodača na cesti koji će ga iznova učiniti

08 O tematici regresivnosti medija v. ovdje zasebno poglavlje 2. 3.

relevantnim sadržajem: to su svjedoci u obliku modernih medija – fotografije, teksta, filma.

Drugim riječima, za nastanak značenja iz pješačenja danas, osim pješačenja i asfaltne ceste, moramo imati zapis. Tu funkciju nipošto više ne može ispuniti – ili jedva još može – papir i pero, dnevnički zapis ili putopis unutarnjega, refleksivnog svijeta pojedinca, „kulturološkog” putovanja poput slavnog Heineova „Putovanja kroz Harz” iz njegovih *Slikâ s putovanja* (1824-1831), prožetog ironijom, sarkazmom i dosjetkom.⁰⁹ Premda je samo jedan slučaj iz korpusa kasnoromantičke putopisne literature danas relevantan sa stanovišta kulturalnih (a ne više samo nacionalno-književnih) studija, odnosno sa stanovišta tvorbe tzv. „orijentalnog diskursa”, izdvajam primjerak Heineova puta po srednjoj Europi (v. osobito *Die Reise von München nach Genua* iz 1828. god.) zato što egzotičnu dimenziju diskursa ne proizvodi iz stava subjekta prema predmetu „objektivno” drugog karaktera (izvanevropski svijet Istoka, tj. „Orijent”), nego iz stava subjekta prema istom predmetu (bogat evropski gradovi, evropsko građanstvo). Na tome Heineovu pothvatu možemo prepoznati da su Montesquieuova *Perzijska pisma* (*Les lettres persanes*) iz 1721. – počivajući na projekciji kritike Evrope u otuđeni, orijentalni pogled – anticipacija i objedinjenje dvaju diskurzivnih postupaka u potonjoj evropskoj književnosti, rasjed koji s jedne strane proizvodi egzotični orijentalizirani diskurs, ukoliko je riječ o objektu, i, s druge strane, ironizirani diskurs ukoliko je riječ o subjektu. Rascijepljeni jezik *Perzijskih pisama* vodi u dva pravca. Prvi diskurs konstruira svoj orijentalni objekt kao učinak imaginacije vlastite izgubljene ili otuđene biti, kako u bitnome glasi teza Edwarda Saida i njegovih nastavljača.¹⁰ To je ujedno teorijska osnova na kojoj se i velik dio Hegelove ozloglašene „evropocentričke” kritike indijske i „istočnjačke” filozofije općenito, u njegovoj *Povijesti filozofije*, ne može ispravno razumjeti bez pozadinskog konteksta njegove kritike Evrope koja kroz „orijentalizam” traži svoju izgublenu, drevnu i jednostavnu bit, prajedinstvo.¹¹

09 Usp. Heinrich Heine (1980), *Reisebilder. Mit einem Nachwort von Joseph A. Kruse und zeitgenössischen Illustrationen*.

10 M. Todorova (1997), *Imagining the Balkans*; R. Inden (1990), *Imagining India*.

11 Izraz „orijentalizam” uzimam ovdje anakronistički, *ante litteram*; za racionalizaciju Hegelova „evropocentrizma” upućujem na Wilhelm Halbfass (1988), *India and Europe. An Essay in Understanding*. Drugi, ironijski i

Suvremena putopisna literatura se, pored niza novih značajki, razlikuje od toga u jednoj bitnoj točki. Ne samo po tome što najvećim dijelom počiva na neverbalnom mediju foto-dokumentaristike, i ne samo po tome što se tom zamjenom medija i glavina reflektivnoga misaonog procesa preselila iz verbalnog u slikovni materijal, pa slika više ne služi samo kao ilustracija verbalnoga narativa nego, štoviše, fotografski zapis određuje diskurs i verbalnog dijela putopisa, uvjetujući književni žanr i stil. Tako artizam slike odgovara hermetičnosti teksta; dokumentarizam slike potvrđuje se kroz stvarnosnost teksta; ironijski karakter teksta odgovara ironijskim crtama slike, ili obrnuto. (Unakrsni odnos ili suprotnost u općim karakteristikama, npr. hermetično-dokumentarno, tragično-ironično čini se neprimjeren ili „nemoguć“.)

Pritom, točku pomaka u povijesti smjene medija tvori pomak u diskurzivnoj konstrukciji odnosa između naracije i narativne instance, u konstrukciji mjesta putopisca: ona više nije usmjerena na predmet, na prikazano, nego na prikazivača. Ako je Heineova putopisna ironija značajna po tome što je izdigla u temelju uzvišeni status romantičkog idolopoklonstva doživljava predmeta, njezin ulog je subjektivan: ironična distorzija predmeta učinak je neprikazanog (i netematiziranog) pogleda reflektivnog subjekta. U fotodokumentaristici taj je ironični pogled na predmet često zadržan, ali je kao pogled reflektivnog subjekta vidljiv uglavnom tako da (i ako) sâm subjekt stupi na mjesto predmeta. Naime, autofotografija je ta koja otkriva troje: moment nevidljivosti djelovanja samog medija, stvarnog nosioca pogleda kao produžetak ili na(do)stavak medija i, naposljetku, autoreferentnu sposobnost medija koja (slično znakovnom procesu beskonačne semioze) okončava (navodno) beskonačni proces medijacije tako da ga više ne produžuje već ponavlja (na drugoj instanci ili na drugoj razini) i tako – poput „posljednjeg značenja” ili granice u procesu semioze – stvara totalni medij kao „zadnji” medij (v. Eco 1973).

Zato nije čudno ako danas upravo slikovni medij kroz svoje diskurzivne procedure iznova stvara nevidljivost prisustva medija kroz odsijecanje svoga subjektivnog dovršetka. Na mjesto subjekta ona

kritički diskurs subjekta, kakav dekonstruira svoje kulturalne idiosinkrazije (kao kod Heinea), tvori paralelan niz koji ipak daje dopunu onog prvog utoliko što tvori autoironični diskurs subjekta o svome diskursu objekta. (Upravo ta rascijepljenost je, čini se, sav sadržaj evropskog na tome subjektu koji danas nije ni „istočnjački” ni „američki“.)

(nado)stavlja nove oblike medija.¹² Tako sâm medij na još jednoj instanci reprezentacije „dovršava” medijski proces nastavljajući ga potencijalno beskonačno, ali u drugom žanru: tv-spot, foto-reklama ili billboard u nekom specijaliziranom časopisu, brošuri turističke agencije ili tabloidu reprezentira još jednom knjigu putopisa dajući mu totalno medijsko okruženje. Pritom žanr citata ili izravne referencije proizvodi posve novo stanje stvari utoliko što i sam autor-putopisac, kao izvanmedijska instanca, postaje dio novog, medijski proizvedenog totalnog ili medijskog objekta: putopisac se javlja takoreći kao „poruka” ili „sadržaj” onog istog medija (putopisa kao forme) koji je prethodno sâm bio njegova poruka. Premda se ova shema beskonačne semioze medija čini kao spekulativno-dijalektički obrat mišljenja, radi se prije o konfiguraciji same strukture medija koja djeluje formativno na recipijenta i presudna je za daljnje čitanje. Ovdje je, *ad hoc* i po analogiji s pojmom „totalnog umjetničkog djela” (*Gesamtkunstwerk*) i u duhu analize Günthera Andersa, tentativno možemo nazvati *Gesamtmedienwerk*.¹³

Ovdje vidimo nešto presudno. Ako je medij postao porukom, tj. ako je fizički objekt (putopis sa svojim autorom) postao nov sadržaj (koji možemo simbolički predstaviti izrazom „Putopis slavnog putopisca NN”), on je to postao djelovanjem drugog medija, novim procesom medijacije (reklama). To je, kao što ćemo vidjeti, posve u skladu s McLuhanovom tezom da je sadržaj jednog medija uvijek

12 Za ilustraciju usp. formulaciju Waltera Benjamina za taj paradoks nevidljivosti faktora medijacije usprkos masovnoj prisutnosti medija, karakterističnog za odnos foto-medija i stvarnosti za razliku od slikarstva: „Thus for contemporary man the representation of reality by film is incomparably more significant than that of the painter since it offers precisely because of the thoroughgoing permeation of reality with mechanical equipment, an aspect of reality which is free of all equipment.”, cit. prema Janet Woolacott (1982), „Messages and Meanings”, u: M. Gurewitch et al., ur. (1982), *Culture, Society, and the Media*, 91-111 (cit. str. 98). Osobito pak upućujem na minuciozne i spekulativne analize stvarno-fiktivnog, fantomskog i ujedno paradigmatškog karaktera medijskih tvorbi kao potrošne robe i ujedno kao obrazaca mišljenja, doživljavanja i ponašanja u čijem suproizvođenju sudjeluju sami proizvođači kao subjekti svoje vlastite objektivacije, kod Günthera Andersa „Die Welt als Phantom und Matrizieren. Philosophische Betrachtungen über Rundfunk und Fernsehen”, u: Anders (2002): *Die Antiquiertheit des Menschen, Band I. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*, osob. §§ 19-20, str. 161-170.

13 Usp. G. Anders (2002) § 13, str. 140: „Već je i 'Gesamtkunstwerk' 19. stoljeća spekuliralo o *horroru vacui* i proizvodilo djela koja totalno ovladavaju čovjekom, koja su istovremeno spopadala sva njegova osjetila. Ali, kako su samo ti napadnuti bili time omamljeni, kako su samo predano uživali u tome totalnom oduzimanju slobode, to je povijesno poznato!”

samo drugi medij, a koju izražava njegova krilatica: „Medij je poruka”. No, promjena razinâ medijacije – koja ujedno predstavlja i kraj medijacije jednog medija i beskonačno produženje medijacije kroz druge medije, tako da se oni odnose na taj medij kao na svoj sadržaj – odaje posve drugačije, palintropsko kretanje ili retro-proces: poruka jednog medija nije ništa drugo nego poruka koja sama postaje medijem, prenosnik nekog drugog, novog sadržaja koji prethodno nije bio reprezentiran u tijelu medija, ali je proizveden upravo kroz tijelo medija. Putopis je (kao sadržaj-i-forma) postao dijelom novog (reklamnog) sadržaja ili poruke – kao što je tijelo hodočasnika-na-putu-do-svetišta koje transmitira poruku vjere postalo dijelom šireg medija autoceste i pridružene reporterske aparature – i zato je medijska reproducibilnost poruke sa svim njezinim konstitutivnim momentima (subjekt, poruka, medij) jedini imanentan i logičan „dovršetak” beskonačne progresivnosti medija u „totalitetu” koji daje reklamna forma (ili *high-tech* hodočašće).¹⁴ Čak kad se čini naknadnim efektom medija, poruka je trenutačni izraz same logike procesa medijacije, koji u trenutku djelovanja upućuje na samog sebe ili svoj izvor. Poruka je medij poruke koja se odnosi na medij (ili bilo koji drugi sadržaj a da nije ona sama).

Drugim riječima, to je strukturni razlog zašto se napretkom medija smatra učinak instantanosti, tj. smanjenja „razlike” ili „razmaka” između forme i sadržaja medija, odnosno između „medija” i „poruke”, koji se ujedno smatra kulturnim i civilizacijskim napretkom. Medij svih medija, najprisutniji, najmoćniji i najnevidljiviji danas je onaj tehnološki produkt koji u najkraćem ili najmanje zamjetnom vremenu realizira instantanu – „trenutačnu”, tj. dijakronijski najkraću ili simultanu – reprezentaciju stvarnosti i njezinu najbržu tehničku reprodukciju, širenje-rasipanje ili „rasijavanje” te pojedinačno (iako masovno) trošenje-uživanje (Anders). Nakon ere klasične foto-tehnike s razvijanjem i prijelaznog doba instant-kamere, to su danas

14 Pritom mislim na prethodno nagoviješteni Eco model okončanja procesa beskonačne semioze u kojemu „posljednje značenje” predstavlja „totalitet” ili (privremeno dovršen) skup raspoloživih značenja (konotacija) unutar jednog semiotičkog sustava. Taj je model Eco razvio, kao što je poznato, u drugoj fazi svoga rada, od *Odsutne strukture (La struttura assente)* iz 1968. i razvio u smjeru semantičkog realizma. Premda kritiziran za pozitivistički revizionizam u liberalnoj teoriji interpretacije, uporno je tvrdio kontinuitet svoje semiotičke teorije. Usp. Eco (1990), osobito pogl. I. 3, posvećeno obrani doslovnog smisla. (Za širu diskusiju v. esej „Nevolje s tumačenjem: što je ostalo od interpretacionizma?”, ovdje.)

digitalni uređaji poput mobitela koji su već postali „sve ujedno”: telefon, fotoaparat, foto-kamera, radioprijemnik-i-reproducent i video-player, mp3-aparat, smart-phone i konačno ‘tablet’, koji mahom postaje sve to zajedno i još mali desk-top editor.

Tako su se do danas s pojmom „medij” povezivali najprije ili isključivo radio i televizija, takozvani „elektronski mediji” i njima srodni tehnološki oblici posredovanja slike (film, video). Odnedavno, to reduktivno, selektivno, privilegirajuće shvaćanje medija još izrazitije se vidi u nazivu „novi mediji” s kojima se, s probojem elektronske tehnologije prema digitalizaciji na prijelazu 1970-ih i 1980-ih, asociraju kablovska televizija, kompjuteri, digitalni fotoaparati i kamere te strojevi za simulaciju kretanja u virtualnom prostoru i vremenu. Učinak toga ubrzanog i intenziviranog tehnološkog napretka u jedva stotinjak godina, koji se temelji na nekolicini benignih znanstvenih otkrića na polju kemije i fizike u drugoj polovini 19 st., danas je spektakularan. U međuvremenu, razlika između kablovske tv i Interneta premošćena je objedinjavanjem dviju tehnologija u Internet-tv.

Napredak se vidi u novim tehnološkim medijskim stvarnostima svakidašnjeg života, poput spomenutih mobitela, naprama kojima radio i tv uređaji, kakvi su se prodavali sve do 1990-ih izgledaju kao „pretpotopne” pojave, a o brzini tehnološkog razvoja kompjutera i mobilne telefonije, uključujući i dizajn, gotovo da je trivijalno govoriti. Forme našeg prisustva u komunikaciji, u „virtualnom” svijetu, koje se sve više pokazuju kao forme odsustva iz tzv. „stvarnog” fizičkog svijeta, danas točno reprezentiraju taj raspon prisustva koje prelazi u neprisustvo i odsustva koje prelazi u prisustvo: od kompjuteriziranih planova grada za vozače i malenih telefonskih aparata s moćnim ekranom, oblikovanih jednako kao i velike kino-dvorane kako bi intenzivirali naše pojedinačno-osobno uživanje (u dvostrukom značenju objektivnog trošenja i subjektivnog osjećanja) masovno disperziranih slikovnih i zvukovnih informacija te time uvećali ne samo estetički nego estetski, osjetilni doživljaj do erotskog uzbuđenja, pa sve do cyber-salona u kojima se, kao „nekad” u salonima za billard, video igre ili (erotsku) masažu, iznajmljuje stroj za mentalno preseljenje u „druge” svjetove kakvi se sve više pokazuju iluzornima u svojoj „drugosti”, a sve više kao otkrivanje nepoznatih predjela naših (produženih) tijela – fizičkih i mentalnih.

Tu dvojnost dobro ilustrira motiv „telefonskog seksa” iz filma *Kratki rezovi* Roberta Altmana koji se, karakteristično, odvija u LA-u.

Nije tek riječ o filmskom korištenju telefona kao novog (i već zastarjelog!) tehnološkog oblika prostitucije, nego socijalno-teorijski interesantnije, kao oblika normalne kućne radinosti za poboljšanje kućnog budžeta niže „prosječnih” obitelji postindustrijskog doba. Premda ta komično-bizarna epizoda fascinantno potvrđuje Andersove analize medijskog potrošača kao „kućnog suradnika” ili kooperanta („Hausarbeiter”, „Mitarbeiter”) na medijskom samo-porobljavanju, ona transcendirira horizont frankfurtske kritičke teorije koji karakterizira Andersovu analizu tako da u „proizvodnji masovnog čovjeka” primarno spočitava izolaciju, upojedinačenje, tj. manipulaciju putem „rasijavanja”. (Tako je kino za Andersa implicitno „bolji” medij od televizije već po tome što je po formi masovniji i, utoliko, iskreniji.) Naime, umjesto „upojedinačene masovnosti” Altmanov film nudi obrnute situacije, ponovljene slučajeve ili približne replike tipičnih situacija nesporazuma među ljudima (parovima, poznanicima, prijateljima, rođacima) koje pojedinci doživljavaju kao apsolutno individualne, svoje probleme, i preko toga, nesvjesno, stvaraju kontakte po „sličnosti”; to su subjekti koji tapkaju takoreći usred bijela mraka, jer ne postoji svevideće oko koje, poput Andersova, tumači njihovu situaciju. Tako, neobrazovana američka domaćica koja pruža verbalne seksualne usluge mušterijama preko telefona dok istovremeno pegla, premotava dijete, u filmu preuzima ulogu nositeljice metafikcionalnog diskursa objašnjavajući jednoj prijateljici, liku iz drugog „kratkog reza”, što je to „virtualna stvarnost”: „Virtual reality ... it's real, but not!”

Tako ipak razumijevanje medija ili (polu-) pismenost, a ne puki konzum ili potrošnja, postaje glavni moment u napetom odnosu između njihove doživljene stvarnosti, derealiziranih doživljaja-osjećanja te svoga interpersonalnog odnosa, kao i šireg socijalnog konteksta.

Tragikomična strana te derealizacije odnosa očituje se u tome da njezin muž, naoko dobroćudni debeljkoo koji zarađuje kao čistač bazena po LA-u, dobiva rječito prikazane, ali neverbalne napade ljubomore upravo zbog „retoričkog viška” seksa (vulgarna verbalizacija fizičkih radnji) od kojega se uopće i jedino sastoji telefonski – medijski teleportirani – seks. Na njegovo pitanje-traženje zašto i s njime ne „govori tako”, ona najprije ne razumije kontekst upotrebe izraza „govorenje”; seksualna komunikacija koju ona vodi prazna je („mere words”), ali je „dobro plaćena”, i ona je, uostalom, umorna od cjelodnevnog „šljakanja” i što on zapravo hoće...? Konverzacija u krevetu prije spavanja uz završavanje kućnih poslova razvija se tako

da žena nudi mužu ono što on oduvijek-već-ima, ali ne želi: „If you want to fuck, so let's fuck but don't talk bullshit.” Čak ni verbalne nježnosti poput „my teddy-bear” nisu dovoljne da kompenziraju njegovu prikraćenost kroz razliku između virtualnog-simboličkog-neposjedovanog i realnog-fizičkog-dobivenog, koju ona formulira o onome „it is ... but not” i održava kroz hladnoću profesionalizirane-komercijalizirane retoričke abundancije seksa na daljinu i askeze golog seksa za kućnu upotrebu.

Nervoza zbog uskrate sadržajne punine medijskog seksa, verbalne re-produkcije fizičkog koja se tu prikazuje kao ono izvorno i autentično, kao pre-produkcija seksa, ima doduše stvarne reperkusije („medo” na kraju postaje seksualni napasnik i ubojica), ali i ta stvarnost je posredovana retoričkim viškom od kojeg se uopće jedino sastoji stvarnost medija. To je interpretativno umnogostručenje činjenica ili višestruka ambivalencija događaja: napastvovane djevojke-izletnice na kraju filma ubijene su dvaput – za gledaoce filma, kamenom u ruci napasnika, a možda također i urušavanjem stijene od zemljotresa; za žitelje virtualne stvarnosti filma urušavanjem stijena uslijed zemljotresa prema svjedočanstvu dvojice izletnika koji su ih pronašli na mjestu događaja, kako su izvijestili mediji.

1.2 'MEDIJ JE PORUKA' ILI RAZUMIJEVANJE MCLUHANA

Bez obzira na opipljiv materijalni i tehnički napredak medija, stvarna tehnološka revolucija – a s njome i prateće konceptualno suženje „medija” na uvijek najnovije uređaje (sada one za elektronsku i digitalnu procesualizaciju verbalnih, slikovnih i zvučnih informacija) – postalo je vidljivo na temelju suvremenih teorija kao kvalificiranih oblika razumijevanja medija. Pritom, logika nevidljivosti dijelom zahvaća i njih same. Tako je McLuhanova teorija medija iz 60-ih postala opće poznatom, ili zapravo populariziranom, po jednom svome sastojku, po krilatici „Medij je poruka” koja čini tek naslov prvog poglavlja-eseja McLuhanove knjige iz 1964., *Razumijevanje medija. Proširenja čovjeka, i retoričku figuru koja se nekoliko puta sugestivno ponavlja u tekstu.*¹⁵ No, ona je postala brand name ne samo jedne teorije, o kojoj se danas govori slično kao o djelima renesansnih genija – „preuranjeno i neshvaćeno u svoje doba”, djelo „radikalnog sanjara

¹⁵ McLuhan (2001), *Understanding Media, the extensions of man*, pogl. 1: „The Medium is the Message”, str. 7-23.

i mislioca”, „proroka”¹⁶ – nego i šifra općenitog, prosječnog i kvalificiranog shvaćanja medija, geslo korisnika i proizvođača, masovnih konzumenata i medijske industrije koja postiže ekstraprofite. Koliko god da predstavlja ishodište današnjega standardnog razumijevanja medija, McLuhanovo geslo je isto toliko otkriveno, shvaćeno (ili čak možda „izumljeno”) u toj svojoj ishodišnoj funkciji nedavno – s novim (i višestruko ponovljenim) izdanjem knjige.

Ponovno se može izreći, ovog puta na polju teorije medija, isto ono pravilo koje važi za same medije kao tehnološki fenomen: teorija medija je kao diskurs sama postala vidljivom onda kada je prepoznata jedna njezina instanca – kapacitet za prenošenje ili posredovanje nečega drugog (nekog drugog sadržaja) nego što je ona sama. To, drugim riječima, znači sljedeće: McLuhanovo geslo ima ono glavno svojstvo koje smo već vidjeli i koje medij čini medijem, naime svojstvo da poruku ili sadržaj medija predstavlja sam medij ili, drugačije rečeno, da poruka nekog medija tvori medij druge poruke koja nije suizrečena, nego se uvijek samo suiskazuje.

Od McLuhanova blasfemičnog uvida, koji je sa zakašnjenjem od 30-ak godina revolucionirao teorije medija, iako je medijska ili tehnološka praksa revolucionirala taj uvid, do sada već klasičnih postmodernističkih socio- i političko-teorijskih spekulacija,¹⁷ razumijevanje medija počiva na teorijskom konsenzusu da se presudni revolucionarni učinak novih procesa i uređaja za medijaciju sastoji u povećanju ili optimalizaciji brzine stvaranja-prijenosa sadržaja, informacije, odnosno obrnuto, i možda točnije: u minimalizaciji strukturne distance između forme i sadržaja procesualizacije.

„Today the action and the reaction occur almost at the same time. We actually live mythically and integrally, as it were, but we continue to think in the old, fragmented space and time patterns of the pre-electric age” (McLuhan 2001, 4).

No, od trenutka formuliranja toga pravila do danas njegov dvojni sadržaj, kako kozmološki tako i spoznajno-teorijski, poprimio je

16 George Cook (1988), „Mantic Marshall McLuhan: is the legacy the legend?”, 7. Navod prema Derrick de Kerckhove (1989), „McLuhan and the Toronto School of Communication”, str. 73-79 (v. http://www.mcluhan.utoronto.ca/article_torontoschoolofcomm.htm)

17 P. Virilio (1977), *Vitesse et politique. Essai de dromologie*; Jean Baudrillard (1983), *Les stratégies fatales*.

izrazitije oblike socijalne i političke teorije svijeta.¹⁸ Premda je i McLuhanova teorija medija motivirana kao socijalna (ili, zapravo, sociološka) teorija, medij je ipak shvaćen kao zasebni tehnološki sektor svijeta, a socijalna dimenzija teorije tiče se psihičkih i socijalnih posljedica za čovjeka. Utoliko, socijalnost same teorije – a zajedno s njome i „revolucionarnost” – čini se izvanjskim momentom, ona imenuje utjecaj medija na psihički i socijalni život korisnika, a ne primarno strukturu samih medija.¹⁹ U „postmodernom” obliku te teorije – koji podrazumijeva i njezinu implicitnu, ali „fatalističku” kritiku koja više ništa ne može promijeniti na samoj stvari (na koincidenciji ili simultanosti „akcije i reakcije”, dakle na apsolutnom ubrzanju koje uvodi mitsku dimenziju „integralne egzistencije”) – posljedice su već postale integralnim dijelom ne samo medijskog doživljaja stvarnosti nego sâma medijska forma stvarnosti, a postmoderna teorija medija – koja i sâma predstavlja formu skraćivanja, odnosno nestajanja distance što karakterizira medij – našla se u posve drugom epistemičkom polju. Kod Virilioa, riječ je o radikalnom pomicanju teorije ka politologizaciji medija, koja nije puka zamjena terena nego je pomak teorije prema višem stupnju apstrakcije i diskurzivne promjene. Riječ je zapravo o polito-ontologizaciji, odnosno o poopćenju teorije medija i prijenosu na samu strukturu prirodnog i socijalnog svijeta. No, krajnji, ontološki referent ove socio-političke teorije postavljen je već kod McLuhana; to je model brzine svjetlosti. On se naziva „hiperteličkim” (Baudrillard), a njegove „posljedice” ili fizički efekt „inercijom”. Ona nije samo kozmološka ili fizičko-teorijska kategorija već i socio-politička: nemogućnost ili suspenzija informacije kao epistemičkog procesa (shvaćanja informacije) kroz hipertrofiju informacija.²⁰

18 P. Virilio (1977, 131): „La contraction des distances est devenue une réalité stratégique aux conséquences économique et politique incalculables puisqu'elle correspond à la négation de l'espace.”

19 O razvoju teorija medija u rasponu od behaviorističkog i formalno-strukturalnog pristupa u Americi do neomarksističkih pristupa masovno-medijske analize kulture u ranoj frankfurtskoj školi preko Gramscijeve teorije hegemonije do ideološke analize medija izraslih iz lingvističko-strukturalističke paradigme usp. Stuart Hall (1982), „The rediscovery of 'ideology': return of the repressed in media studies”, u: Gurevitch et al., ur. (1982), *Culture, Society, and the Media*, 56-90.

20 Usp. Virilio (1977), osobito 3. dio, „La société dromocratique”, str. 65-128. Anders (2002) naziva to nešto „staromodnije”, ali ne zato manje istinito, brkanjem informacije za stvarnost, činjenice (da se nešto negdje događa) za sam događaj ili događanje (str. 159-160).

Drugim riječima, ono novo na McLuhanovoj teoriji, što je nju učinilo teorijski vidljivom u globalnim razmjerima, premda naknadno preko postmoderne re-artikulacije, jest konstelacija ili konfiguracija posljedica medija na izvanmedijski dio stvarnosti: to da mi nakon McLuhana više ne mislimo i ne živimo „kao u pred-električno doba”. Pogođena je naša socijalna struktura i naša epistemička aparatura u kojoj se i sama („postmoderna”) teorija medija pojavljuje kao jedan od učinaka medija kakvi tvore i socijalnu strukturu i još više naš suvremeni epistemički aparat. Cirkularni karakter te zamišljene promjene samog sadržaja McLuhanove teorije (od socijalno-psihološkog i antropološkog prema onto-kozmoškome), kao i promjene njezinog položaja u teorijskom polju od partikularne teorije o isječku svijeta (McLuhan) prema totalnoj teoriji svijeta, opisuju riječi Jeana Baudrillarda o procesu stvaranja inercije „iza ubrzanja”, kroz ubrzanje; sudbina svijeta zasićenog brzinom je inercija.²¹

Dakle, ono što se za McLuhana javlja još kao epistemička prepreka, kao (kulturalna) inercija shvaćanja-razumijevanja („understanding”) prirode ili čak stvarnosti medija, tj. kao razlika između dviju ljudskih stvarnosti (s jedne strane medijske koju čini simultanost njihove strukture i, s druge strane, navike obične ljudske svijesti da misli fragmentarno), zapravo je dublja razlika unutar objektivne (upravo medijske) forme same svijesti. Ona se za McLuhana u svojoj istini pokazuje kao mitska, integralna nasuprot lažnoj, koja se pokazuje kao fragmentirajuća, racionalna, a zapravo je inercija navike ili empirijsko psihološko svojstvo ljudske spoznaje svojih sredstava spoznaje. U izvedenom obliku teorije, ta se razlika javlja kao fenomen jedne te iste stvarnosti, onkraj dihotomije svijest-svijet, subjekt-objekt.

Na toj pozadini promjene teorijâ, čini se da je i sama McLuhanova revolucionarna („sanjarska”, „vizionarska”) teorija u jednom svome dijelu ostala „pred-električna”. Ona se čini probodena momentom

21 J. Baudrillard (1983), *Les stratégies fatales*, 19: „Tant il est vrai que cette vitesse [de la lumière] est notre référentiel, notre Dieu, et fait pour nous figure d'absolut. [...] C'est ce qui se produit aujourd'hui ou, avec les media électronique, l'information commence de circuler partout à la vitesse même de la lumière. Il n'y a plus d'absolut à quoi mesurer le reste. Mais derrière cette accélération quelque chose commence de ralentir absolument. Nous, peut-être, commençons à ralentir absolument”. (Usp. također: „Revanche et sommation de la vitesse dans l'inertie. Les masses elles aussi sont prises dans ce gigantesque processus d'inertie par accélération. La masse est ce processus excroissant qui précipite toute croissance vers sa perte”, isto, str. 13.)

što ga ona sama predstavlja kao svoj vlastiti bitan medijski sastojak (socijalni faktor), ali ga kao teorija medija ne može integrirati u sam pojam svoje stvari. Naime, usprkos izvornoj strukturi medija (simultanost elemenata nasuprot sukcesivnosti), koja uvjetuje naše shvaćanje stvarnosti, upravo razumijevanje medija nailazi na otpor navike empirijske subjektivne svijesti da zadržava razliku između forme (medija) i sadržaja (poruke). Ispravno shvaćanje strukture medija, koja po pretpostavci uvjetuje naše shvaćanje stvarnosti, sve do percepcije, nemoćno je naspram premoći prosječne svijesti da pruža otpor novim obrascima medijacije stvarnosti. Nasuprot tome ograničavanju vrijednosti i dometa teorije medija, koju McLuhanu postavlja obična svijest, postmoderna spekulacija pokazuje se upravo u teorijskom smislu kao idealno ostvarenje ili instanca onoga što je zahtijevao sâm McLuhan. Izvan „mitske i integralne” svijesti, kakvu uvjetuje sama struktura medijacije stvarnosti, ne postoji nikakvo devijantno shvaćanje medija. Zato se u postmodernoj teoriji sâm svijet javlja kao totalni medij. Ili, rečeno s Andersom koji duhovito izvrće Hegelovu formulu o istini i cjelini: kao „cjelina koja je lažna” premda se sastoji od pojedinačnih istina (Anders 2002, 164). No, premda obično razumijevanje medija kao fenomena koincidira s teorijom medija, ono ga kao oblik prakse spontano uključuje kroz jednostavno poznavanje-kao-življenje, dakle kao oblik neposrednog znanja po poznavanju.

Naime, ako takva teza adekvatno izražava masovnu proširenost digitalnih medijskih aparata, onda odatle možemo vidjeti da ono što objašnjava masovnost medijske kulture doista nije samo izraz neautentičnosti i potrošačkog otuđenja ljudske biti, kako ne poučava samo pesimistička kritička teorija kod Adorna, Horkheimera i Marcusea (Gurevitch 1982; također Anders 2002) nego i fenomenološki egzistencijalizam i hermeneutika desne političke orijentacije (od Heideggera, preko Gadamera do čitave vojske kritičara „tehnike”). Sve veća srođenost novih naraštaja s tehnološkim produktima počiva na optimalizaciji stjecanja praktičkog znanja ili „poznavanja” same stvari, (u)poznatosti i bliskosti s njome. Otud suvremeno razumijevanje medija, ono prosječno i ono kvalificirano, možemo smatrati slučajem koincidencije dvaju temeljnih načina datosti ljudskog znanja – poznavanja, bliskosti, intimnosti sa stvari te, s druge strane, propozicionalnog znanja o stvari – koji se obično smatraju jasno razlučenim. Tako se znanje po poznavanju čak smatra neverbalnim dok propozicionalno znanje već po svojoj formi propozicije pred-

stavlja i jezični modus znanja (v. npr. Zagzebski 2004). Neposredna posljedica toga je shvaćanje da propozicionalno znanje izražavamo rečenicama bez principijelnih problema, stoga ono pokriva glavninu, ako ne i cijelo područje ne samo suvremene (analitičke) epistemologije nego se proteže unatrag do klasične antike, do Aristotelove teorije apofantičkog (iskaznog) logosa. No, to je, govoreći žargonom W. v. O. Quinea, više neanalizirana dogma analitičke filozofije jezika nego uvjerljiva teza o odnosu između „mišljenja i jezika”. Ona je u najmanju ruku trivijalna (redundantna) jer je rečenični karakter propozicionalnog znanja pretpostavljen po definiciji, a s njime i cijela povijest tematike istine kao adekvacije.²² No, zahvaljujući rascjepu unutar McLuhanove teorije na istinito i neistinito razumijevanje medija, možemo zadržati otpor prema mitskoj totalizaciji teorije o svijetu u teoriju kao totalni odraz svijeta.

Zauzvrat, može se reći da „mitska integralnost” ili gubljenje razlike-distance obilježava jedan dio ili isječak McLuhanove teorije. To je upravo geslo „Medij je poruka” po kojemu je ona poznata i koje izražava više strukturalni medijsko-teorijski nego socijalno-teorijski dio njegova pronalaska medija. To geslo prikazuje više na retoričkoj razini, kroz svoj jezično-materijalni izraz i logički proces iskaza, nego na razni iskazanog sadržaja McLuhanov zahtjev za „mitskom” strukturom našeg razumijevanja (i doživljavanja) medija: on je, za McLuhana, struktura ili konfiguracija simultanih elemenata, za razliku od sekvencijalne, fragmentarne sheme koja karakterizira i racionalno mišljenje i medij pisma, jedan drugome najprimjereniji upravo zato što su se međusobno stvorili.

U tome možda leži i objašnjenje zašto je McLuhanova teorija u svoje doba, dok je „još” vladala „predelektrična” svijest, obilježena i ograničena razlikom između medija i poruke, bila samo SF-narativ, premda je ono na što se odnosila već više od pola stoljeća bila empirijska stvarnost. Prevedeno na žargon Baudrillardove postmoderne derivacije teorije, McLuhanov narativ je u svoje vrijeme bio „figura apsoluta” u novom, revolucionarnom diskursu medijske teorije. On je tek kroz postmodernističko ubrzanje, gomilanje i zasićenje postigao vidljivost i – da anticipiram – stadij inercije i obustave kroz prijelaz u diskurs ideologije. Ako se doista pokaže tako, onda je

22 Za jedan, upravo veritativni, aspekt nepodudarnosti između propozicionalnog diskursa i propozicionalnog znanja upućujem na svoju diskusiju u „Znalac i lažljivac: prilog semiotizaciji spoznaje” (ovdje).

McLuhanov narativ bio „fiktionalna” anticipacija ne samo razumijevanja medija, za koje se danas može reći da je takoreći standardno, premda ne toliko u formi teorijskog diskursa o medijima koliko u životnoj praksi, u prosječnom doživljaju-korištenju medija u kojem više ne tražimo poruke „izvan” (tj. unutar) medija nego sâm medij, njegovo svakodnevno korištenje, sve do fizičke neodvojivosti u svim dnevnim i noćnim situacijama, doživljavamo kao sadržaj koji nas „ispunjava”. To znači da je teorijski narativ anticipacija i samog pronalaska ili invencije medija u suvremenom (postmodernom) smislu. Izražava ga upravo sâma bît McLuhanova otkrića, naime, da je medij kao tehnologija zapravo promjena obrasca funkcioniranja našeg perceptivnog aparata, odgojenog na modelu sekvencijalno, linearno funkcionirajućeg razuma. Utoliko, njegov narativ iz 1964. nije samo anticipacija današnje masmedijske prosječne svijesti gotovo posve apsorbirane u konzumiranju medija, nego je – prividno paradoksalno – ponavljanje kritike instrumentalnog uma u obliku apologije tehnike kao najvišeg oblika instrumentalnosti uma. Riječ je zapravo o tehnološkom izrazu čežnje za apsolutom kao formom slobodnog djelovanja: ono što izgleda kao gesta pukog prepoznavanja već postojećeg i danog (poput McLuhanova primjera električnog svjetla) zapravo je gesta raz-otkrivanja posve nove funkcije jednoga tehnološkog pronalaska i njegovo prevođenje u polje teorijske vidljivosti. McLuhanova analiza medija teorijsko je izumijevanje medija kao optimalnog oblika psiho-socijalnog, epistemičkog i praktičkog ljudskog života.

U daljnjem izvođenju pokušat ću kroz blisko čitanje teksta izvući na vidjelo retoričke konfiguracije McLuhanova gesla kao takvog anticipativnog-apokaliptičkog narativa da bih predočio mehanizam koji stvara diskurzivnu krizu u samoj teoriji medija i prijeti njezinom suspenzijom. Radi se o tome da teorija koja apsolutizira medij (u Baudrillardovom smislu izraza „apsolut”) stvara uvjete za prevođenje medija kao diskurzivnog procesa u performativni, nediskurzivni akt reprodukcije govora-bez-ideologije, akta u simboličkom prostoru bez ikakvoga simboličkog efekta, prema obrascu „deklaracije” o nepostojanju bilo kakvog višeg smisla trčanja iz onog „besmislenog”, „besadržajnog” trčanja-kao-medija u Forrestu Gumpu. Ipak, kao što sam već sugerirao, smisao leži u akciji koja proizvodi „prazninu sadržaja”, i ona sama nije time nužno ideološki neutralna ili lišena svakog sadržaja. U pitanju je, dakle, diskurzivni potencijal samog procesa medija što ću ga pokušati objasniti na krivom razu-

mijevanju toga primjera kod Slavuja Žižeka.²³ Dok Žižek u idiotizmu doslovnog govora Forresta Gumpa, koji zbog autizma ne shvaća laž, vidi isključivo Zemeckisovu apologiju konzervativne teorije značenja i političko-ideološku regresiju, mislim da je to odveć doslovno čitanje manifestnog sadržaja filma, uslijed kojeg Žižek preskače formu iskazivanja i zajedno s „prljavom vodom baca i dijete”, da upotrijebim njegovu omiljenu retoričku figuru.

Naime, „idiotski” govor Forresta Gumpa nije samo psihološka značajka koju Zemeckis koristi kao medij za prijenos svoje ideologije, nego je upravo njegov socijalni ili simbolički habitus: Forrest je autist odgojen kroz uporni formativni govor majke koji nije prirodan, pa čak ni samo socijalan u elementarnom smislu nego je upravo politički. Ona mu stalno utuľvľuje poruku socijalno-političke naravi da je on „doduše malo spor” (dakle, retardiran i utoliko „poseban”), ali ljudski i socijalno posve vrijedan (tj. općenit) te da ima ljudska i socijalna prava što ih demokratski politički poredak svakome jamči po definiciji. Drugim riječima, demokratsko društvo je već tako-reći predvidjelo Forresta kao ravnopravnog člana i maternji jezik, koji je usvojio Forrest, nije efekt ideološke regresije u teoriji jezika koja teži prirodnosti, kako implicira Žižek. Naprotiv, maternji jezik je socijalan i politički u jakom smislu riječi, on je progresivan u smislu političke obaviještenosti govornog subjekta, a „doslovnost” navodno prirodnog jezika počiva samo na vjernosti slovu i duhu demokratskih načela usprkos njihovim empirijskim izigravanjima.

Ako se to može sumnjiti kao naivna (ili ideološka) apologija demokracije, onda je to barem nenužan, ako ne i pogrešan zaključak jer protiv takvog čitanja govori stav iskazivanja, koji je „idiotski”, a ne iskazi. Naime, film pokazuje da su „idioti” ili prirodni autisti, za razliku od većine „normalnih”, još jedini koji doista vjeruju da je ono o čemu su naučeni o demokraciji doista slučaj, tj. istinito. Štoviše, samo je ta nerascijepľena vjera („idiotsko inzistiranje”) ono što im naspram cinizma „normalnih”, koji žive u kao-da-svijetu, ne daje samo „šansu” nego omogućuje ljudski život. Prevedeno u registar psihoanalitičke teorije socijalnosti, autist Forrest je preko majke naučen da veliki Drugi, Zakon, Ime-Oca, subjektivira ljudsku jedinku mimo instance nesvjesnog, štoviše, Forrest je naučen da preuzima inicijativu koja (prema strukturnoj teoriji, koju dijeli Žižek) uvijek

23 Usp. Slavuj Žižek (1996), *The Indivisible Remainder. An Essay on Schelling and Related Matters*, str. 200–201.

nužno pripada Drugom (tj. jeziku načelâ i normiranih vrijednosti demokracije). Lacanov teorem da je „želja subjekta” uvijek „želja Drugog”, da želja koja konstituira subjekt kao subjekt dolazi od Drugog, od Zakona, što je njezin temeljno nesvjesni karakter, Forrest vraća Drugom u izvrnutom (svjesnom) obliku, i to kao bezuvjetni akt ljubavi, delegiran naravno na druge subjekte – majku, Jenny, prijatelje, ratne drugove, predsjednika SAD-a, te naposljetku na sina.

Stoga možemo vjerovati da je autistični Forrest Gump model subjekta koji, kao da poput životinje nema nesvjesno, predstavlja granični slučaj nevidljiv za psihoanalitičku teoriju subjektivnosti zbog čega Žižek jedan alegorički narativ, postavljen u pogled autistične osobe, što je prepoznatljiv obrazac potuđenja ili „očuđenja”, ne čita kao kritiku cinizma demokracije nego ga poistovjećuje s ideološkom regresijom i konzervativizmom autora scenarija i režisera. Suprotno tome, čini se da forma retorike označitelja u filmskom narativu jedina omogućuje lakanovski plodonosno čitanje Forresta Gumpa, upravo ono što Žižek zahtijeva od diskursa.

To ću još jednom pokušati ispitati na tekstu McLuhanove teorije koji ću tretirati kao semiotički objekt u različitim registrima (logičkom, retoričkom, narativnom).

1.3 „PORUKA JE MEDIJ” ILI ZLOSTAVLJANJE MCLUHANA

Smisao predikacijskog markera ‘je’ u MacLuhanovoj formuli „Medij je poruka” identifikacija je subjektnog i predikatskog izraza (odnosno, iskaz nije atribucijska predikacija niti je egzistencijalan nego identifikacijski). To znači da razumijevanje sadržaja ili poruke ovoga iskaza, koji sâm govori o poruci, zahtijeva strukturalno, a ne linearno kretanje od riječi do riječi i na temelju prethodnog semantičkog znanja. Ono koristi samo onoliko koliko je potrebno za predrazumijevanje stvari, odnosno za suočenje sa strategijom rečenice ili strategijom iskazivanja. Na temelju našega semantičkog predznanja, reći: „Medij je poruka” znači samo razumjeti da nešto drugo nije rečeno (naime, „Sadržaj je poruka”). Odnosno, ono znači razumjeti stratešku intervenciju u diskursu o medijima. Jednostavno nije rečeno, sâma McLuhanova rečenica sadrži ubrzanje, prekraćenje, i zato njezinu poruku ne možemo dobiti mimo jezične strukture. Ona nije površinska ni linearna, nego dubinska jer počiva na supstituciji čiji proces nije vidljiv na sadržajnom planu. Posve obrnuto, ono površinsko, naglasak i ton kao elementi stila, tek upućuju na unutarnji pomak, na supstituciju sadržaja i revoluciju teorije. „Me-

dij je poruka” emfatičan je iskaz zato što, rečeno baudrillardovski, teži figuri „apsoluta”. Čita se gotovo „predsokratovski”: on je skraććen, ubrzani oblik koji sažima i nadomješta složeniji diskurs koji ima samo jedan član a sadrži još najmanje negaciju i obrazloženje. Ako ga montiramo od elemenata iz McLuhanova teksta on glasi:

„Medij je poruka, a ne sadržaj. Jer jedini sadržaj medija je samo drugi medij” (McLuhan 2001, 8, 19).

Na toj pozadini vidi se da iskaz „Medij je poruka” ne supstituira samo veći komad diskursa koji ga transcendiraju leksički, semantički i logički (više riječi, više sadržaja, više obrazloženja), nego da počiva na sažimanju i supstituciji elemenata koju potom i sâm transcendiraju: izraz ‘medij’ stoji na mjestu izraza ‘sadržaj’ i potpuno prevrće (revolucionira) naše uvriježeno razumijevanje medija koje McLuhan naziva „linearnim”, „sekvencijalnim” jer se zasniva na upotrebi pisma:

„In other words, we have confused reason with literacy, and rationalism with a single technology [...] In Forster’s novel the moment of truth and dislocation from the typographic trance of the West comes in the Marabar Caves. Adela Quested’s reasoning powers cannot cope with the total inclusive field of resonance that is India” (isto, 16).

Obično razumijevanje govori da je poruka (medija) u sadržaju, ili izravnije: Sadržaj je poruka. Ako umjesto toga kažemo, medij je poruka, to ne povlači za sobom promjenu značenja riječi ‘medij’ (medij je i dalje shvaćen tehnološki, materijalno), nego metaforizaciju značenja izraza ‘poruka’ koju McLuhan na tome – i samo na tome – odlučujućem mjestu svoga teksta piše s navodnicima:

„For the ‘message’ of any medium or technology is the change of scale or pace or pattern that it introduces into human affairs” (isto, 8).

Riječ ‘poruka’, pisana s navodnicima, time označava nešto drugo ili nešto više nego što podrazumijeva uvriježeno shvaćanje o odnosu medija, sadržaja, poruke. Ono drugo ili više, što sad označavaju izrazi ‘poruka’, ili ‘pravi sadržaj’ medija, sad je „the change of pattern that [the media] introduces into human affairs”.²⁴ Pritom, „ljudski

24 Usp. McLuhan (2001, 8): „The instance of the electric light may prove

poslovi” nisu samo „osobne u društvene posljedice” (isto, 7, 9) ili „psihičke i socijalne promjene” (isto, 20), premda je upravo to puni i krajnji smisao McLuhanove definicije medija.²⁵ To je, štoviše, najdublji psihički i socijalni sloj, naš osjetilni život ili još preciznije:

„The effects of technology do not occur at the level of opinions or concepts, but alter sense ratios and patterns of perception steadily and without any resistance” (isto, 19, kurziv moj; v. također 20-21).

Medij ili materijalna „forma” procesualizacije može biti poruka (sadržaj), i obrnuto, zato i samo zato što je medij po sebi struktura sastavljena od odnosa forme i sadržaja, u njoj su forma i sadržaj točke (skupine točaka) čije funkcioniranje ovisi o relacijama, o kretanju, brzini, prostoru – dakle, struktura razmaka, nepodudaranja ili diferencije koja nije naprosto dana već se odvija i uspostavlja kao ‚oprostorenje’ kroz diskurs, u smislu koji je tome izrazu dao Derrida. Medij je upravo ono što ta razlika ili ne-podudarnost, ne-poklapanje, ne-sustizanje ili kašnjenje između stvarne forme i sadržaja zaposjedaju i stvaraju tim zaposjedanjem. Kod McLuhana, na razini eksplisitnog teksta, ta je struktura predstavljena puno jednostavnije nego kod teoretičara *différance*: premda mediji za običnu ljudsku svijest postaju vidljivi kao mediji tek kad prenose neki sadržaj, ipak sadržaj medija ne čini ništa drugo do drugi medij.²⁶ No, sad bolje vidimo da to ponavljanje izraza ‚medij’ u McLuhanovoj rečenici stvara prividnu, jer nemoguću, identifikaciju: njezin smisao je afirmacija neukidive razlike (ili bolje: *ràzluke*) između forme i sadržaja. To da uvijek samo drugi medij čini sadržaj nekog medija znači da ga čini uvijek nova razlika, nepodudarnost ili kašnjenje. Instantanost jednog i drugog ili „figura apsoluta”, o kojoj je prethodno bilo riječi, pokazuje se time kao figura želje subjekta za pra-trenutkom stvarnosti,

illuminating in this connection. The electric light is pure information. It is a medium without a message, as it were, unless it is used to spell out some verbal ad or name. This fact, characteristic of all media, means that the ‚content’ of any medium is always another medium.”

25 McLuhan (2001, 10): „The same kind of total, configurational awareness that reveals why the medium is *socially* the message...” (KURZIV MOJ).

26 McLuhan (2001, 9): „[It] is only too typical that the ‚content’ blinds us to the character of the medium [...] The electric light escapes attention as a communication medium just because it has no ‚content’. And this makes it an invaluable instance of how people fail to study media at all. For it is not till the electric light is used to spell out some brand name that it is noticed as a medium.”

a ne kao sama struktura asubjektivne stvarnosti. Da bi se ostvarila figura instantanosti, odnosno, da bi se ukinula razlika, potrebno je, ali ne i dovoljno, ukinuti jedan relat iz diferencijalnog odnosa.

Upravo to iskazuje McLuhanova krilatica: identifikacijski iskaz koji počiva na ponavljanju istog ili na preformulaciji tautološkog iskaza ("Medij je medij") posvjedočuje ili odaje trag nemogućeg ukidanja (ili pokušaja ukidanja) razlike. Isto je uvijek drugo isto (sadržaj medija je uvijek drugi medij). Otud, McLuhanovo geslo ne znači niti može značiti da medij kao sâm-svoja-poruka gubi sadržaj i postaje imun na sadržajne analize. Naprotiv, ono znači da medij sâm, autonomno, proizvodi sadržaje i da tek postaje interesantnim za analizu. Za teoriju koja to ne uviđa, medij postaje više-manje nedostižan predmet.

Zamjećivanje/opazanje/uočavanje medija kao medija-bez-poruke ima dalekosežne posljedice za revolucioniranje samog shvaćanja medija već zato što, slijedeći McLuhanov citat, skida veo epistemičkog sljepila za medij kao medij koje McLuhan identificira na uvriježenom razumijevanju medija, za ono koje ostaje slijepo za sâm medij (usp. prethodni citat) ali, dodajmo, ustrajava na uvjerenju o prethodnoj, genetičkoj razlici između medija i poruke, forme i sadržaja, kao samorazumljivom i prirodnom.

Naime, na ovome mjestu moguće je konstruirati kod McLuhana implicitnu kritiku tradicionalnog („pred-električnog”) razumijevanja medija u tom smislu da racionalno shvaćanje medija, ono koje pretpostavlja razliku medij-sadržaj, zapravo predstavlja pseudoracionalnu tvorbu jer svoje shvaćanje temelji na samorazumljivosti, prirodnosti, intuitivnosti. Tako uvriježena i „kriva” svijest o strukturi medija može naime prihvatiti McLuhanovu kritiku i reći otprilike ovo:

Da, istina je da ne zamjećujem medij kao medij, ali ono što primam, naime poruka, za mene je intuitivno različit fenomen od onoga što je prenosi; otud postoji svijest o razlici, iako ne postavljam pitanje što je druga strana te razlike.

Zadržimo li na umu da ono što McLuhan naziva istinskom strukturom medija – naime, gubljenje razlike između forme i sadržaja – stvara mitsku, integralnu, instantanu, konfiguracijsku i performativnu svijest, postaje jasno da je glavni uzrok „epistemičke lijenosti” i predmet sukoba između tradicionalne ne-svijesti o medijima i pravog razumijevanja medija zapravo strukturno pitanje razlike. Vidjet ćemo kasnije da je to slučaj i u teorijskom diskursu o ideo-

logiji, ali ovdje još možemo zabilježiti interesantan paradoks. Naime, dok tradicionalna svijest „ne vidi da postoji medij” (to jest, ne formulira propozicionalno su-znanje o njemu), ali zna za razliku između medija i poruke (tj. poznaje je, posjeduje neanalizirano znanje po poznavanju ili bliskosti), tako da ta svijest o razlici čini njezinu (pseudo-) racionalnost, dotle novo razumijevanje medija (prvo teorijsko, danas praktičko-upotrebno) vidi samo medij ali – ili upravo zato – ne vidi više razliku. Rečeno McLuhanovim riječima: hipetrofirano poznavanje medija, stalna bliskost i intimnost s njime, osljepljuje nas za razliku prema sadržaju. Taj epistemčki paradoks imenuje srednji, ali nedostajući (nevidljivi) član u strukturi same teorije koji povezuje dvije središnje teze kod McLuhana: novo „viđenje medija” i postajanje medijske svijesti „mitski integralnom”.

No, tek kad McLuhanovo objašnjenje da medij sadržava drugi medij prevedemo na logiku identifikacijske rečenice, postaje uočljiv izravniji dobitak njegove pozicije koji, čini se, transcendiraju njezin programatski domet. Naime, nećemo dobiti samo pukim tautiloški ekvivalent ‘medij je medij’, što bi se legitimno moglo očekivati, nego puno više: shvaćamo uvjet pod kojim medij može biti poruka, naime onda kad iščezne zamjetljiva relacija između forme i sadržaja, kad struktura dosegne takoreći nulti stupanj ili, baudrilardovski rečeno, kad postane inercija ili „suspens total de l’univers” (Baudrillard 1983, 21).

Logika McLuhanove rečenice navodi, dakle, na očigledan apsurd: medij postaje poruka kad nestane uvjet medijacije, a to je prostor razlike između forme, koja je imanentna mediju, i sadržaja koji je izvanjski. Drugim riječima, medij jest (postaje) poruka ili kad nestane sama medijacija ili, obrnuto, kad ne postoji ništa drugo osim same procesualizacije, nikakav sadržaj (smisao) koji bi mogao biti odvojen od forme medija.²⁷ No, apsurd je samo prividan: forma medija ili ono što čini medij medijem, samo je poseban moment procesualizacije sadržaja koji nipošto nije naknadan u odnosu na „sadržaj” tako da bi mu uopće tek davao oblik, nego tvori njegov autentični dio. Sadržaj nije „tvar” u odnosu na „formu”, sadržaj uopće postoji kao

27 Usp. za to sljedeće karakteristično mjesto (McLuhan 2001, 21) koje će se pokazati višestruko iskoristivim: „[L. Doob tells of] one African who took great pains to listen to the BBC news, even though he could understand nothing of it. Just to be in the presence of those sounds at 7 P.M. each day was important to him. His attitude to speech was like ours to melody – the resonant intonation was meaning enough.”

informacija, ona je zapravo sâmo ime za stvarnu neodvojivost stvari od medija, a ne za nepostojanje „stvari” koju reprezentira sadržaj.²⁸

To je razlog zašto McLuhanova teza o konstituciji medija zapravo ne cilja na formalni, „strukturni” aspekt, pa ni na virtualnu dinamičku teoriju koja bi sa svoje strane ciljala na optimalno smanjenje distance, već upravo na in-formacijski ili formativni aspekt medijacije koji doživljavamo kao sadržajan. Ne treba čekati na specifičnu informaciju nakon što aktiviramo medij; ona je već tu u trenutku njegova aktiviranja, njezino je značenje u njezinoj informacijskoj vrijednosti konfigurirano samim medijem. Drugim riječima: televizijske informacije nisu iste informacije koje čitamo u novinama, one su upravo televizične poruke, specifične koincidencije forme i sadržaja, koje in-formiraju (McLuhan: „oblikuju i kontroliraju naše asocijacije i akcije”) drugačije od novinskih. Uređivanje teksta je, vidimo tu, figura apsoluta.²⁹ No, rezultati koji pokazuju da tehnološki napredniji oblik svijesti nije ništa manje imun na utjecaj klasičnih ideologema nego onaj zastarjeliji oblik svijesti – u čemu se iznova može prepoznati motiv sukoba između formalnog progressa i sadržajnog regressa – ipak kazuje više o nečemu drugome. Naime, o tome da ideološki sadržaj ne ovisi i ne proizlazi iz same forme (medijacije) nego da iz ove potonje može proizaći jedino sama forma ideološkičnosti, što drugim riječima znači, faktor nevidljivosti ideologije. Taj smo moment već susreli kroz paradoks nevidljivosti vidljivog i vidljivosti nevidljivog. On se odnosi na točku razlike koja je inherentna odnosu medija i poruke, ali epistemski nije koekstenzivna s njime.

Time je, međutim, samo iskazan uvjet za efekt na kojem počiva digitalna procesualizacija informacijskih sadržaja: naime, informacija istovremeno ima status stvarnog-ostvarenog, eficientnog-efektirnog, učinkovitog-djelujućeg. Taj je efekt „u stvarnom” moguć samo

28 Usp. sljedeću ideju: „It could be argued that [brain surgery or night baseball] are in some way the ‚content’ of the electric light, since they could not exist without electric light [...] because it is medium that shapes and controls the scale and form of human associations and action” (McLuhan 2001, 8–9).

29 Doseg ove fundamentalne McLuhanove pretpostavke, koja je u razvijeni obliku izložena u McLuhan (2002), „Media and Culture Change”, danas osporavaju rezultati istraživanja o ideološkom i vrijednosnom utjecaju medija na različite tipove svijesti (fragmentarne, novinske, linearne nasuprot integralnog, elektroničkog, simultanog). Usp. Paul Grosswiler (1997), „A Q Methodology Study of Media and Ideology Orientations: Exploring Medium Theory, Critical Theory, and Cultural Studies”.

uz poništenje (ili simulaciju poništenja) svijesti o razlici između riječi naspram stvari. Drugim riječima, od svijesti koja poznaje tu razliku zato što ju je, rečeno hegelovski, ona sama proizvela, traži se da se ponaša kao „lijeno oko”, kao organ čije funkcioniranje počiva na „kašnjenju”, na „nesavršenosti”, koji vidi (cjelinu) zato što ne vidi (dijelove). Drugim riječima, simultana ili strukturalna narav medijskog obrasca spoznaje stvarnosti, koja je proizvod teorije, zahtijeva za svoje funkcioniranje isključenje ili „retardizaciju” onoga što je omogućuje kao uvid: upravo teorijsku svijest koja poznaje razliku i povezuje ono razlikovano. U tome zahtjevu, koji izražava novo totalizirajuće poimanje medija, sadržana je magijsko-performativna dimenzija arhaiskog poimanja simboličkog sustava. Zato je sama teorija integralnosti medija arhaična i ideološki sumnjiva. Točnije, teorija medija koju sažima i reprezentira geslo „Medij je poruka” predstavlja poruku-medij novog sadržaja koji nije reprezentiran u samoj teoriji. Sadržaj te poruke-medija je, McLuhanovski rečeno, drugi medij-poruka.

Drugim riječima, teorija medija i sâma je medij-kao-poruka jedne druge teorije koja nije izrečena u sadržaju, nego je su-iskazana kroz izricanje sadržaja, tj. kroz sam medij. To je implicitna teza o neideološkoj naravi novih (konfigurativnih, elektroničkih) medija nasuprot starim obrascima racionalnosti medija (linearnima, sekvencijalnim, tiskovnim) koje – kako McLuhan nalazi u Forsterovom romanu *A Passage to India* – obilježava ideološki (kulturalni, civilizacijski) sukob između primata sadržaja pre-formiranih (in-formiranih) u jednom mediju (tisak) i jednom kulturnom krugu („Zapad”) pred primatom pluralnosti oblika medijacije (usmenost, osjetilnost) koji poznaju druge civilizacije („Istok” ili „Afrikanac”).

2. Diskursi regresije

2.1. IDEOLOGIJA ILI NEMOGUĆNOST PRESTANKA MITA

Da je tehnološki napredak stvorio nove medije na osnovi nulte distance akcije i reakcije i, ujedno s time, teoriju nulte distance, formulirao je, kao što smo vidjeli, sam McLuhan. Riječ je o teorijskoj rehabilitaciji mitske ili „integralne” svijesti, a s njome i mitsko-magijskih konfiguracija ljudskih ustanova ili kulturne stvarnosti. Radi se dakle o ultimativnom obliku pojave regresivnosti medija koja više ne postoji kao efekt sukoba (progresivne) forme medija i (regresivnog) sadržaja, nego kao inherentni vid same strukture medija. Što je medij tehnološki savršeni, to je više mitska („integralnija”)

svijest koju on izražava. Taj rezultat dobiva na značenju ako imamo na umu okolnost da vrijeme McLuhanove teorije medija pada ujedno s dobom diskursa o „kraju ideologije”. Nije riječ o kronološkoj koincidenciji diskursa već o simultanoj konfiguraciji teorija s istom strukturom: „nestajanje ideologije” ili kraj ideološke ere čovječanstva nije ništa drugo do manifestni teorijski izraz drugog, latentnog sadržaja. Krilatica o „kraju ideologije” ponaša se kao poruka-medij jednog drugog sadržaja-poruke koji nije reprezentiran u sadržaju nego je, ponovno, su-iskazan kroz sadržaj: riječ je o „kraju” racionalnosti koja omogućuje razlikovanje između ideoloških i neideoloških oblika mišljenja. Rečeno u terminima prethodne analize: riječ je o ispunjenju zahtjeva na svijest da zaboravi spoznatu razliku i da se ponaša prirodno, kao „lijeno oko” koje vidi samo homogenu cjelinu (gibanje) bez diskrecije, diferencije i diskontinuiteta, da ostane, takoreći, u rajskom stanju nevinog neshvaćanja razlike.

Stoga paradoks napretka racionalnosti od prosvjetiteljstva 18. stoljeća do druge polovice 20. stoljeća ne leži, s jedne strane, toliko u tome da je samo prosvjetiteljstvo – ostavši slijepo za ideologiju samog razuma – učinilo ideal razuma novom religijom, kako se može čitati od Nietzschea do Heideggera, Adorna i postmodernih, ili, s druge strane, u tome da je doprinijelo stvaranju pojma ideologije kao same znanosti i iz same znanosti. Naprotiv, paradoks leži najprije u tome da je upravo racionalnost koja živi od svijesti razlike poništila razliku između logosa i mita koju je jednom sama uspostavila.

Da teza o „kraju ideologije” iz 50-ih godina 20. st. i sama spada u repertoar velikih društvenih narativa s ideološkim karakterom, danas je možda samorazumljivo, ali ta samorazumljivost rezultat je kasnijih diskusija s kraja 80-ih, preplavljenih zbornicima i monografijama o „dijalektici” moderne i postmoderne. Međutim, na ideološki karakter teze o kraju ideologije upozorio je u svojoj ranoj kritici američki filozof Alasdair MacIntyre.³⁰ Budući da je ostala malo poznata u kasnijoj diskusiji evropske (marksističke i hermeneutičke) filozofije o ideologiji iz 70-ih godina i posve nepoznata-izolirana u anglosaksonskoj tradiciji, navest ću ekstenzivniji citat koji će poslužiti u svrhe diskurzivne analize:

„The 1950s were a decade of immoderate claims made on behalf

30 Alasdair MacIntyre (1971), „The end of ideology and the end of the end of ideology”. Od novijih radova kod nas upućujem na Rade Kalanj (2000), „Kraj ideologije ili ‚velika priča’ o ‚kraju velikih priča”.

of what its defenders took to be moderation [...] messianic value was attached to the politics of social democracy. As in earlier apocalyptic and messianic moments, it was proclaimed intemperately that nothing but the sober truth was at last being told. The core of this prophesying was the 'end-of-ideology' thesis, first advanced by Edward Shils at a Congress of Cultural Freedom meeting in 1954 and later endorsed and developed by Daniel Bell and Seymour Martin Lipset. The central message of this thesis was that in the advanced industrial societies of the West, ideology was at an end because fundamental social conflict was at an end (...) [The] rival and competing interests which had been allowed expression within the official political order would therefore no longer breed disruptive conflict; and the presentation of ideological world views which might guide and inform a politics of passionate conflict would henceforth be out of place in the advanced industrial societies. (...) [It] still remains to ask whether the end-of-ideology thesis diagnosed correctly the nature of that to which it was sensitive. [...] The first is that when such writers spoke of the end of ideology in advanced societies of the West, what they plainly had primarily in mind was the final demise of the influence of Marxism in their societies [...], and it is therefore pertinent to ask whether they may not have confuse the local demise of Marxist ideology with the local demise of ideology. [...] For their thesis appears to be that it is because what they take to be profound social changes have occurred that ideology is no longer possible" (MacIntyre 1971, 3-5).

Na tome ključnom momentu izgradnje argumenta MacIntyre izriče tezu da je socijalno-demokratska kritika (marksističke) teorije ideologije posve ovisna o predmetu koji kritizira. Ona je post-marksistička u političko-historijskom smislu, a u karakteru i strukturi teorije ona je još posve marksistička:

„They were right to see that in the 1950s ideology was not what it was; and they were right also to relate this fact to the lessening of social conflict. But not only did they confuse the exhaustion of Marxism with the exhaustion of ideology, they failed to entertain one crucial alternative possibility: namely, that the end-of-ideology thesis, far from marking the end of ideology, was itself a key expression of the ideology of the time and place where it arose. Here again there is a strong reminiscence of classical Marxism

[...] It was, of course, only in the Communist future, when the social roots of ideological thinking had been finally destroyed, that ideology would finally wither away. But Marxism offers an anticipation of the apocalyptic culmination. This surely is the ancestor of that muted apocalypticism in Bell and Lipset which surrounds the announcement of the end of ideology” (isto, 5).

Racionalnost, koja proglašava kraj ideologije kasnih 1950-ih, ne čini to, kao kasnija kritika s kraja 60-ih, da bi sve postalo ideologijom i još manje zato da bi racionalnost smatrala najvišim oblikom ideologije, kako je to slučaj u najvećem dijelu diskusije iz 80-ih. Ona to čini iz znanstvenog (sociološkog i politološkog) uvjerenja da više ne postoji stvarna intrinzična društvena razlika koja proizvodi konflikt:

„In the view maintained by advocates of this thesis, there were no longer any social roots for a politics which proposed a revolutionary transformation of the social order” (isto, 3).

Marksistička anticipacija apokaliptičke kulminacije u „komunizmu”, bez socijalnih korijena ideološkog mišljenja, nastupila je sa socijalnom demokracijom postindustrijskog doba. Otud, MacIntyreov argument omogućuje uvid da proglašenje kraja ideologije nije nov (teorijski) cinizam ili lukavstvo pragmatičkog razuma, koji prilagođava teoriju političkim promjenama, nego teorijska naivnost koja ne pre-pozna je (tj. ne istražuje teorijski) odnos između teorije i stvarnosti koju izražava: taj nevidljivi predmet upravo je razlika između simboličke strukture i sfere označenog, između teorijskog narativa i teorijskog predmeta. Tek kad poništimo tu unutarnju razliku, teorija pada u svoje izvanjsko ostvarenje. Razlika leži u narativu, ona je sâm logos, ratio, jer samo teorija uspostavlja razliku između sebe i sadržaja na koji se odnosi. Upravo to je mjesto kroz koje se sociološki karakter teze o kraju ideologije (teorija socijalne strukture) prevodi u termine teorije naracije.

MacIntyre ne poduzima takvu vrstu analize, ostajući kod konceptualnih pretpostavki pojma ideologije, ali joj otvara prostor kad govori o sablasti koncepta „baze” i „nadgradnje” kod post-marksističkih kritičara marksističke teorije ideologije. Tajna te kritike je brkanje odnosa između (jedne) teorije stvarnosti i stvarnosti s promjenom unutar same stvarnosti kao izvanteorijske veličine.³¹ Politič-

31 MacIntyre (1977, 5) „For otherwise, surely they might have taken more

ko-teorijsko, odnosno socijalno-teorijsko ukidanje fundamentalnih socijalnih razlika prikazuje se kao stvarno nestajanje strukturnih razlika koje proizvode socijalne napetosti. Istinita teorija odražava objektivne strukture stvarnosti. Tako se u teoriji (kraja) ideologije ponavlja teorija istine kao adekvacije koja je svoj „klasični” oblik stekla tek s analitičko-filozofskom teorijom odraza kod Russella i Wittgensteina, premda se razlika između dviju teorija čini eklatantnom. Teorija istine ne ukida razliku između stvarnosti i teorijske konstrukcije, kao što to čini radikalizirana teorija ideologije, ali zato kao i teorija ideologije pretpostavlja njihovu podudarnost.

Diskurs o kraju ideologije ponaša se kao nesvjesni akt ukidanja same racionalnosti, a odvija se kao mitska prefiguracija diskursa ili čak kao povratak mita u striktnom smislu termina, kao jednog od historijskih oblika narativa. Zato na mjesto racionalizacije mita (ili na mjesto kritike ideologije) s post-industrijskim dobom ponovno stupa mit racionalnosti kao unutarnji problem ili proturječje prosvjetiteljstva.³² Logistiku toga povratka mita pruža razvoj medijske tehnologije jednako kao i njezina teorija. Njegova je diskurzivna strategija teorijsko svođenje dvaju historijskih modela diskursa, drevno-mitskog i digitalno-tehnološkog, dokidanje strukturne razlike između simbola i simboliziranog (sadržaja ili značenja). To znači: dokidanje razlike unutar simbola kao medija čiji je sastavni dio ono označeno ili simbolizirano. Povratak mita odvija se, dakle, kao udaljenje tehnološki „informirane” svijesti od diferencijalnog shvaćanja simboličkog sustava ka indiferentnom odnosu označitelja i označenog, medija i sadržaja, i otuda, u konzekvenciji, kao susret s mitskim modelom mišljenja u kojemu pojam istinitosti gubi ne samo jezični karakter i teorijsku autonomiju nego biva reduciran na puko događanje, na bitak kao zbivanje izvan, odnosno prije procesa predikacije.

No, sam historijski mit racionalno je dostupan zato što je i sam moment u diferencijalnom polju diskursa. Njegova opozicija je logički diskurs, koji i sam postaje racionalno dostupan u istom diferencijalnom polju u koji spada mit. Mit i logos, neograničeni narativ

seriously the possibility that it was because ideology was not what it was, that social and political conflict was not what it was, rather than viceversa.”

32 Za tradiciju kritičke teorije v. H. Blumenberg (1969), *Arbeit am Mythos*, također, *Das Lachen der Thrakerin* (1985); djelomičan prijevod u Blumenberg (1993).

i racionalnost, nisu dva suprotna pola u historijskom polju diskursa već imena za uzajamno (i međusobno) djelujuća načela proizvodnje diskursa.³³ Razlika između njih, koju poznamo samo kao izvanjsku, premda tvori unutarnje načelo diferencijalnosti znaka u dvostrukom registru (horizontalnom: diferencijalnost označitelj-označitelj, i vertikalnom: diferencijalnost označitelj-označeno), jest možda učinak prosvjetiteljske fetišizacije razuma i, otuda, apsolutizacije načela stroge konzistencije narativa. Ali važnijom od toga čini se posljedica da se razum i mit, bez obzira na napredak znanstvenog mišljenja, napredak u objektivnoj istini, ne javljaju kao unutarnja proizvodna načela diskursa, već kao suprotstavljeni tipovi diskursa s ambicijom međusobne supstitucije, potiskivanja, i što su kao takvi zapravo samo momenti širega kulturalnog narativa (ili „mita“) u kojemu je razum namjesnik progressa, a mit ime regresa.

U tome leži stvarna ambivalencija (prosvjetiteljskog) „fetiša“ racionalnosti: ona ne postaje ideološkom zato što proglašava pobjedu jednostavne istine (MacIntyre: „sober truth“) i povijesni poraz utopijskih diskursa (poput „marksističke priče“ o komunizmu i slobodi-pojedinca-u-kolektivu), kako to propagiraju ideolozi kraja ideologije. Taj vulgarno-teorijski zahvat, na kojemu danas počiva politička ideologija i propaganda „trećeg puta“ neoliberalne evropske socijaldemokracije, i sam je posljedica autodestruktivnog zahvata teorije kao izraza racionalnosti ukoliko se odriče principa koji je proizvodi i održava – to je princip diferencijalnosti koja uvijek upućuje na drugo, i princip ograničenosti koja označava domenu prisustva ili trenutak počinjanja drugog. Svoju izvanjsku pobjedu nad mitom „utopije“ teorija racionalnosti prenosi na samu racionalnost kao sustav razlikâ: ona briše mit kao formativni princip govora same teorije racionalnosti, odnosno formativni princip same mogućnosti njezine artikulacije. Racionalnost je nemoguća bez mita, on je njezin medij (narrativ), njezina forma (logika koherencije i konzistencije) i njezin sadržaj (skup iskaza o stvarnosti). Njihovo jedinstvo označava riječ-ime logos.

Reći, poput teoretičara medija McLuhana, da je sam medij već poruka, jer je sadržaj jednog medija uvijek samo drugi medij, ne znači naprosto tvrditi da je medij ideološki (sadržajno) neutralan, zato što je neutraliziran medijskom naravi svoga sadržaja (i tako u

33 Usp. Jean-Pierre Faye (1972), *Théorie du récit. Introduction aux langues totalitaires*, osob. II. dio, „Critique de la raison narrative“, str. 29–40.

nedogled). Naprotiv, to upućuje na shvaćanje medija kao strukture koja konfigurira, in-formira sadržaj i postaje njegov neodvojivi dio. Zato se tek u sudaru, u konfrontaciji s drugim medijima, otkriva prisustvo ideologije kako u sadržaju medija tako i u teoriji medija. Tradicionalno zapadno shvaćanje medija za McLuhana je linearno, ono je vrijednosno i proizvodi svoje vlastito ideološko opravdanje. Ali konzekvencija koju McLuhan ne razvija u svojoj teoriji medija, i koja se u njegovu tekstu (na primjeru romana E.M. Forstera *A Passage to India*) pojavljuje samo na čas, jest to da samo konfrontacija različitih teorijskih modela medijacije (linearnih, konsektivnih vs. simultanih, strukturalnih) omogućuje pojavu ideološkog karaktera i samog medija i njegova „sadržaja”.

Zato taj dobitak McLuhanove teorije medija nije moguće sačuvati slijedeći logiku identifikacije njegove teze *Medium is message*, čiji sadržaj tvori logika proliferacije medija na račun sadržaja („sadržaj medija je samo drugi medij”). Ona nužno vodi ili u beskonačni progres-regres medija ili pak u mentalističku teoriju reprezentacije koja se može ustanoviti i kod samog McLuhana.³⁴

Prema tome, naše mentalne reprezentacije posljednji su medij u nizu koje više nemaju daljnji medij za svoj sadržaj. U tome leži, čini se, neproblematizirani mentalistički (i metafizički) mrtvi čvor McLuhanove teorije medija koja se u toj točki vraća – regresivistički nesvjesno – na početak povijesti medijsko-teorijskih ideja, na Platonovu teoriju mentalnog kao jedinog istinskog medija reprezentacije stvarnosti naprama kojemu su svi drugi materijalni oblici medijacije (pismo, slike itd.) neautentični. Ta iznenadna koincidencija jedne suvremene teorije medija s klasičnom mentalističkom teorijom istine, diskursa i komunikacije nije slučajna ali ni tako jednostavna kako se čini, osobito ne s obzirom na Platonovu teoriju pisma (o tome v. ovdje dalje, 2.2). Naime, mentalne reprezentacije se kao krajnja granica u nizu medija, kao posljednji sadržaj, mogu interpretirati kao nov stupanj medija još samo metaforički ili po analogiji: one su reprezentanti nečeg drugog nego što su one same, kao što mediji sadrže i re-rezentiraju neki drugi medij nego što su oni sami. No, u slučaju mentalnih reprezentacija, ono drugo su još samo izvan-

34 Cf. McLuhan (2001, 8): „The content of writing is speech, just as the written word is the content of print, and print is the content of the telegraph. If it is asked ‘What is the content of speech?’, it is necessary to say, ‘It is an actual proces of thought, which is in itself nonverbal’.”

mentalni predmeti koje one, prema teorijama reprezentacije, ne sadrže nego reprezentiraju i supstituiraju u svijesti (ali ne ujedno s time i za svijest). Drugim riječima, za ono što reprezentacije čini medijima potreban je nov elementarni uvjet – znakovnost – i to je netematizirana granica koja teoriju medija inherentno povezuje sa semiotičkom teorijom svijesti. No, prva i najočitija konzekvenca susreta strukturne analize medija na njezinu rubu sa semiotičkom teorijom medija neizbježna je: medij ne sadrži ono što po pretpostavci sadrži nego reprezentira sadržaj na način znaka.³⁵

Pravi dobitak iz McLuhanove teorije moguće je održati, čini se, samo iz obrnutog čitanja njegove teze. Ono kaže da je poruka medij, odnosno da medijski sadržaj svojom formom posreduje još jedan ireducibilni sadržaj (ili višak vrijednosti sadržaja) koji nije identičan s njom samom. O vrijednosti toga sadržajno nedefiniranog, apstraktnog viška govori McLuhanov primjer „Afrikanca koji je uz velik napor redovito slušao radio vijesti BBC-a, a da nije razumio ni riječi”: sadržaj medija bez sadržaja jest materijalnost samog procesa medija, čija je jedina poruka uspostavljanje odnosa, bitak-za-drugo ili bitak-kroz-drugo. To je nov medij ili logistika jednog drugog sadržaja koji se daje opisati samo kao transfer između subjekata. „Sadržaj” medija koji je „identičan” s medijem i koji je, ujedno, ono više od samog medija-kao-poruke – jest uživanje, akt primanja govora Drugog u čistom obliku („nultog govora” ili lanca označitelja bez označenog).³⁶

Obrnuto čitanje McLuhanova gesla, koje sam ovdje predložio, nije samo logički legitimno. Ono otkriva ekstrapersonalni, nadindividualni, estetski moment na mediju koji dograđuje njegov etički karakter. Riječ je o uživanju medijacije kao odnosa bez sadržaja, o karakteru unutrašnjeg procesa autoreprodukcije medija kroz stalne

35 Za različite modele diskursa semiotičke teorije medija upućujem na citirani rad Janet Woollacott (1982), „Messages and Meanings”. Za hermeneutički pristup ovdje komentiranoj tematici pisma, slike i medija v. npr. Gottfried Boehm (1999b), „Begriffe und Bilder. Über die Grenzen sokratischen Fragens”. Za hermeneutiku medija osobito Boehm (1999c) „Vom Medium zum Bild”. (O Boehmovom doprinosu v. ovdje dalje, odjeljak 2. 2.)

36 Za analizu podudarnog slučaja „transfera između subjekata” u posve suvremenim medijskim uvjetima Hrvatske upućujem na svoj rad „Glasovi, znoj i diskurs. FAK kao nulti stupanj medija i povratak kulturne ugode”, osob. završno poglavlje II. 3: „Tipkanje na omarini ili glas nultog sadržaja”, u: Mikulić (2006). O mediju kazališta v. esej „Kazalište kao tranzicijska ustanova” (ovdje).

metamorfoze medij-poruka odn. poruka-medij. Taj karakter je konstitutivan izraz medijskog procesa koji se vidi na materijalnim značajkama same teorije: on pretvara diskurzivni akt teoretičara (sâmog McLuhana) u prizor uživanja subjekta teorije, u figuru teoretičara kao „Afrikanca” koji uživa u rezonanciji, čistoj materiji govora kao pravoj poruci, koja drži subjekt u uživanju, ne pitajući za razliku između instanci poruke i medija, sadržaja i forme. Uživanje njihove koincidencije proizvedeni je, ali netematizirani višak sadržaja koji, premda nigdje nije predstavljen, time postaje njegovim autentičnim sastojkom. On se kod McLuhana očituje u najelementarnijem obliku – kroz ritam teksta koji stvara sekvencijsko, sugestivno vraćanje istog motiva poput ponavljanja istovjetne teze. Uvodeći ritam, ona oslobađa estetski govor proznog teorijskog teksta.

Naime, progresivno, ritmičko čitanje teksta *Medium is message*, čiji sadržaj ili poruka glasi da je „sadržaj medija samo drugi medij”, stvara fatalno estetičko zasljepljenje da je medij lišen unutrašnje razlike između forme i sadržaja, i otuda, u konsekvenciji, da je medij indiferentan prema sadržaju budući da je sadržaj nekog medija uvijek samo drugi medij, i da stoga medij kao sama procedura re-rezentacije svijeta, u svojoj strukturi, nema povijest. Suprotno pretpostavci o indiferentnosti medija prema sadržaju, po kojoj svaki medij može posredovati bilo koji sadržaj, dobitak McLuhanove teze o stupanju medija na mjesto poruke sastoji se u tome da sâm medij predstavlja kondenziranu povijest svoga sadržaja ili prizor sadržaja.

2.2 HERMENEUTIKA OPAŽAJA: MENTALIZAM VS. ‘POVIJESNI RAD’ POGLEDA

Vidjeli smo da model tipskog razlikovanja medija počiva na faktoru poništenja vremena, točnije na njegovu ukidanju kroz poništenje diferencije između forme i sadržaja unutar medija (tehnoški rečeno: digitalizacijom medija). To je odlučujući kriterij za definiciju „novih” naspram „starih” medija (radio, tv) u koje spadaju i oni „zastarjeli” („spori”) poput tiska: knjige, časopisi, novine, pa čak i vizualne informacije poput reklamnih plakata. Kao što je tisak, koji se bazira na tekstualnoj poruci, bio prepoznat kao „medij” tek nakon izuma elektronskih oblika medijacije, isto tako je upravo tisak dospio prvi na listu za odstrel zastarjelih, sporih, radikalno temporalno uvjetovanih medija.

Kritika tekstualne kulture (tzv. „Gutenbergove galaksije”) odvija se sâma, ukoliko je riječ o teorijskoj produkciji, u zastarjelom vidu

prepirke „starih” i „modernih”: naime, između klasičara koji ne žele napustiti ne samo „ritual” (ili „kulturu”) čitanja knjiga nego i redovitog, „ritualnog” pohađanja knjižara (osobito dandyjevskog životnog režima „subotom”), te s druge strane, medijskih sljedbenika koji sebe drže avangardom postindustrijskog doba.³⁷ Pokušaji posredovanja između jedne i druge fronte vide se samo u komercijalnom sektoru knjižarsko-izdavačkih magnata koji će jednog pisca, ma kakav tradicionalist bio, preprodati pet puta u nekoliko medijskih varijanti. No, kritika tekstualne kulture više se odvija kao praktička kritika putem novih medija, točnije, kao ignoriranje, izostavljanje, preskakanje i pretjecanje teksta, odnosno kao nadomještanje klasične tehničke izvedbe digitalnim tehnikama. Tekst se nije samo već preselio uglavnom u digitalne forme pohranjivanja i nije samo poprimio narav multimedijalnosti. Za tekst u digitalnoj izvedbi kaže se da nije samo objekt već i „subjekt” čitanja: naime, u digitalnim enciklopedijama historijske osobe same govore, njima se mogu postavljati pitanja, s njima se može voditi „dijalog”; s druge strane, takav dijalog je ipak lažan, namješten, fingiran isto onoliko koliko je navodno fingiran i Platonov „sokratički dijalog” jer u njemu „svi već sve znaju”. No, takav prigovor je krivo usmjeren i trivijalan koliko je trivijalno i navođenje Platonovih dijaloga kao primjera za, navodno, prividni karakter dijaloga i komunikacije.³⁸

37 Onaj prvi oblik egzistencije dobio je nedavno u Zagrebu svoj institucionalni oblik kroz klupsku knjižaru „Booksa” u istočnom dijelu centra, u Martičevoj ulici. Za drugi tip v. npr. portretiranje „dandya informacijskog doba”, Agentur Bilwet (1998), „Datadandy”, u: *Arhiv medija*. Njegov lokalni institucionalni oblik mogao bi reprezentirati multimedijalni centar „MaMa”, u zapadnijem dijelu najužeg centra, u Preradovićevoj ulici. Pitanje koje bi se u slijedu McLuhanove teorije medija moglo postaviti glasi otprilike: Da li se i koliko društveni, politički i kulturni svjetonazor publike tih dvaju klubova razlikuje međusobno ukoliko samu instituciju kluba, uključujući i fizički prostor, uzmemo kao medij? Postoje li fundamentalne razlike vrijednosnog i ideološkog tipa između poklonika „guttenbergovske” i „digitalne” kulture svakodnevice?

38 Osim postojanja tzv. nepisanog učenja kod Platona, na koje upućuju kako sami Platonovi dijalozi i izravne Platonove izjave, a najpouzdanije nezavisno historijsko svjedočanstvo predstavlja Aristotelov izvještaj o sadržaju predavanja i kritika u *Metafizici* M, N (XIII i XIV) te kasnija doksografska tradicija, ništa drugo ne podržava uvjerenje o „fingiranju dijalogičnosti” u Platonovim dijalozima. Čak je i samo nepisano učenje po sadržaju i po obliku (metamatematičko učenje o najvišim principima stvarnosti) toliko različito od dijaloga da nipošto ne može ukinuti njihov karakter postupnog dolaženja do rezultata. Oni ne predstavljaju parcijalne istine samo po tome što nisu krajnje istine (s obzirom na „najviši poučak”, *mégiston máthema*) nego zato što su sektoralne istine

Premda je Platonova teorijska pozicija višestruko složena, višeznačna i polivalentna, i premda se ne može poricati da ona daje prednost ili barem inicijativu voditelju razgovora, koji „zna više” od svojih sugovornika, dijalog nije lažan sa stanovišta primaoca. To nije odlučujuće samo s obzirom na modernu hermeneutičku i recepcijsko-teorijsku tradiciju, gdje je primalac zamišljen kao subjekt odnosa tumačenja (on je mjesto promjene značenja i poprište povijesti djelovanja), nego i s obzirom na teoriju dijaloga samog Platona. Naime, vrijedi imati na umu da, iako Platon daje prednost voditelju dijaloga, dok je sugovornik (obično mlađi) više-manje pasivan odgovarač na pitanja i predmet „porodiljskog umijeća”, ipak nije opravdano uzimati da prethodno (pred-dijaloško) znanje voditelja razgovora uvijek ima apsolutnu vrijednost. Naime, čak ako je unutar dijaloga „već sve odlučeno” sa stanovišta voditelja – što, gledano u historiji dijaloga, važi samo za Platonove dijaloge iz kasne faze, gdje voditelj razgovora ionako više nije Sokrat, filozof bez doktrine opremljen samo „porodiljskim” umijećem, nego „stranac” s doktrinom – proces stjecanja znanja ipak je striktno diskurzivan, tj. uvjetovan medijem koji čine jezične forme i sadržaji konkretnog područja stvarnosti. S druge strane, za sugovornike postoji napredak u procesu znanja u smjeru novih područja i novih sadržaja, i ne sastoji se samo u napuštanju starih uvjerenja i oblika znanja.

Premda je već to dovoljno da se preispitaju interpretacije koje kod Platona vide jednoznačnu i apsolutnu prednost mentalnog govora pred verbalnim (mišljenje kao „razgovor duše sa samom sobom”) i osobito pred pisanim govorom (dok je glasovni zbog veće bliskosti s mentalnim legitimniji), Platon važi i dalje neupitno kao rodonačelnik klasične, „fonocentrične” filozofske teorije jezika, značenja i diskursa iza koje stoji metafizička teorija ideja u noetičkom prostoru. Osim toga, to je važno s obzirom na suvremeni interes za komunikacijske procese i teorije komunikacije: glavna veza između Platona i suvremenih modela procesualnog mišljenja leži u „digitalnom” shvaćanju odnosa medija i sadržaja mišljenja. Takav se noetički model može potvrditi u glavnim dijalozima srednjeg stvaralačkog razdoblja poput *Države*, *Menona* i *Fedona*, ali ne više u kasnijem dijalogu

dobivene s obzirom na kontekst istraživanja i stupanj ili tip logosa koji je primjeren tematici. Za širu pozadinu teorije i dramaturgije dijaloga v. Szlezák (2000), *Čitati Platona*; za diskurzivni odnos dijaloga s ‘nepisanim učenjem’ v. studiju „Znalac i lažljivac” (ovdje).

Teetet.³⁹ Umjesto ranije teorije odslikavanja ili participacije dijaloga Teetet donosi presudan jezično-sintetički model, u kojemu je noetički materijal duše, ono ‚zajedničko‘ ili univerzalije, svakako i dalje još nužan, ali ne više dovoljan konstituens spoznaje. Time Platon vrši implicitnu autokritiku i nadogradnju gledištâ iz navedenih dijaloga srednjeg perioda, što karakterizira i kasne dijaloge poput Parmenida i Zakona. Međutim, ono retoričko ili materijalno od prirodnog jezika na njegovim dijalogizima time ne prestaje postojati, bitno se mijenja njegov predmetni status, a time se premješta i težište dosadašnjih interpretacijskih sukoba izvan granica hermeneutike smisla prema kulturno-semiotičkim i medijskim aspektima.⁴⁰

Prevedeno na rječnik teorija interpretacije i teksta, dijalog više nije otvoreni tekst ili, možda bolje rečeno, materijalni prostor otvorenosti smislova, kako to još od romantike pretpostavlja suvremena filozofska hermeneutika. Kod Platona je riječ o mentalnom tekstu kao istinskom medijskom obliku koji gubi ograničenost znakovnosti (slova alfabeta ili slike hijeroglifa). Ona mu je još pridavala karakter semiotičkog, materijalnog predmeta zakrivajući i falsificirajući njegov ideelni karakter ili čist sadržaj, ali je poprimio formu virtualnog mentalnog i beskonačno proširivog entiteta koji se generira iz svoga koda. Otuda se virtualni tip materijalizacije čini jedinim adekvatnim i idealnim obličjem teksta. Platon je u tome glavnom, „idealističkom” dijelu svoje teorije „digitalni” mislilac: u čistom noetičkom mediju diskursa poništena je distanca između egzistencije stvari i njezine suštine, između spoznaje i spoznajnog

39 Za posebnost spoznajno-teorijske pozicije u *Teetetu*, bez otvaranja semiološke dimenzije, v. A. Silverman (1990), „Platon on Perception and ‚Commons’”.

40 Osim interesa za „digitalnog Platona”, u: K. O’Hara (2003), *Platon i internet*, v. socijalno-komunikacijsku reaktualizaciju Platonovog diskursa u G. Cerrri (1991), *Platone come sociologo della comunicazione*, osob. završno poglavlje „Elogio della scrittura”. Također J.J. O’Donnell (1998), *Avatars of the Word. From Papyrus to Cyberspace*, osobito pogl. 1 „Hearing Socrates, Reading Plato”. Dok O’Donnell ostaje na granici manifestne Platonove kritike pisma, ne ispitujući latentne teorijske postavke, njezina se prednost pokazuje, na drugoj strani, kod autorova kritičkog čitanja McLuhana. Naime, iako na više mjesta u pozitivnom smislu citira McLuhanovu devizu da je „sadržaj medija uvijek drugi medij”, O’Donnell daje historijske primjerke medija koji opovrgavaju McLuhanovu pretpostavku o temeljnoj strukturnoj razlici između starih medija (knjiga, tisak) koji su navodno linearni, i novih (elektroničkih) koji su ne-linearni, simultani. Usp. 4. pogl., „From the Codex Page to the Homepage” (za čitanje McLuhana, osob. str. 54–55).

predmeta, između pojave istine i istinitog. Time – dakako, s ograničenog stanovišta mentalističkog modela mišljenja – prestaje važiti tradicionalna dihotomija između nepisanog učenja i dijaloga. Oni se međusobno odnose kao kodirajući (sistemski) jezik i kodirani (generirani) govor.

Tako se eliminacija klasičnih oblika teksta u nadolazećoj kulturi novih medija odvija ne samo implicitno nego i deklarativno kao rehabilitacija Platonove glorifikacije mentalnog medija „živog logosa” nasuprot grafičkom zapisu u dijalogu *Fedar*. U mjeri u kojoj je tehnologija tekstualnog medija udaljena od neposrednosti digitalnih, toliko je pismo udaljeno od „živog logosa duše”, ukoliko je ovaj shvaćen kao mentalni govor. Ta hijerarhija od materijalnog medija kao nižeg do mentalnog kao višeg (ili krajnjeg), koja leži u pozadini McLuhanova shvaćanja proliferacije medija do granice mentalnog, tradicionalna je i potječe od ranijeg Platona. No, pravi semiotički karakter toga krajnjeg mentalnog sloja posredovanja ili reprezentiranja izvanmentalnog predmetnog svijeta, za moderno doba otkrio je John Locke, i to na krajnjem rubu svoga velikog *Traktata o ljudskom razumu*.⁴¹ Reprezentacije stvari u našoj svijesti jesu ideje ili ‘znakovi’. Znakovnost mišljenja ili materijalna strana mentalnih reprezentacija postoji uvijek, kako ističe i Hegel u *Enciklopediji filozofskih znanosti* (§497), samo na rubu psihologije ili logike, iako je sâm uvjet mogućnosti mišljenja jer je upravo ona način danosti sadržaja svijesti za samu svijest; znakovnost je uvjet same svjesnosti mišljenja.⁴²

Ipak, otkriće toga momenta puno je starije u povijesti ideja, i pripada kasnijem Platonu. Njegova teorija znakovnih upisa ili „pečata” u duši u *Tetetu* (*typoi* koje naziva i *semeía*) podrazumijeva troje: osjetilno ili pojedinačno, noetičko ili izvorno duševno (*tà koiná*, zajedničko ili najopćenitije kategorije poput ‘bitka’ koje ne primamo kroz osjetila) i jezični materijal (*glôse*) koji povezuje sve troje u jezičnu svezu (*syllogismós*), tj. doksastički iskaz ili rečenicu (*lógos*). Ta teorija mentalnog znaka kao i usporedba duše s voštanom pločom predstavlja više prešutnu nego eksplicitnu historijsku pozadinu kako za Lockeove ideje-znakove, za Kantove sheme i Hegelove zorove-zna-

41 Riječ je, kao što je poznato o kratkom, završnom poglavlju Lockeova *Traktata o ljudskom razumu* (XXII) odakle je za suvremene teorije preuzet izraz ‘semeiotiké’ (kao drugo ime za logiku).

42 Za obuhvatan i detaljan prikaz Hegelove semiotičke teorije svijesti upućujem na svoju raspravu u Mikulić (2017), „Osjetilna izvjesnost i jezik: Hegel, Feuerbach i jezični materijalizam”.

čenja, tako, u drugom smislu, i za Derridinu ideju transcendentalnog traga (*trace*) koja prethodi svakom pismu. Novi (digitalni) mediji na taj način, tehnološki ostvarujući mentalističku i ne-jezičnu Platonovu teoriju noetičkog prostora ideelnih predmeta iz *Države*, koja je starija i jednostavnija nego ona jezična u *Teetetu*, implicitno revidiraju uvjerenje o povijesnosti svih oblika medijacije na kojima počiva ljudska kultura, i to ne samo u smislu tehnoloških, moralnih i socijalnih dostignuća, već i u smislu ljudskog perceptivnog aparata. Novo na novim medijima njihova je tehnološka, virtualna materijalnost iz koje proizlazi i njihova istinska dimenzija – performativna moć neposrednog djelovanja. Ona je identična s načinom njihove datosti, sa strukturom, a njezin sadržaj identičan je onome što znamo iz mita: božanski savršena moć viđenja koja je božanski (ili demonski) neposredna moć djelovanja.

Teza o „povijesnosti” perceptivnih procedura na bazi ljudskih osjetilnih organa (vid, sluh, njuh itd.) historijsko je dostignuće humanističke filozofije spoznaje u rasponu od Kantove spoznajno-kritičke teorije produktivne uobrazilje, Hegelove povijesne teorije produktivnog pamćenja (nasuprot pasivnog sjećanja), Marxove materijalističko-povijesne teorije obrazovanja ukusa do Nietzscheove kulturno-kritičke teorije koncepta „istine”. U specifičnijem obliku, ona se razvila na Goetheovoj romantičko-estetičkoj teoriji znanosti i teoriji boja, eksperimentalnim saznanjima o postojanju „neurofizioloških boja” bez stvarnog nositelja (referenta), te na opservacijama svjetlosnog snopa u tamnoj komori. Rezultat tih spoznaja revolucionarno je shvaćanje da se obični prirodni opažajni proces, poput viđenja nekog predmeta, ne odvija kao mehanički prijenos slika niti kao izravno optičko odslikavanje, već kao „interpretacijski proces” oka u sprezi s drugim moždanim funkcijama. Na toj Goetheovoj interpretaciji ranijih spoznaja iz optike, i osobito na njegovim vlastitim opservacijama o bojama, izrasla je hermeneutička teorija kreativne subjektivnosti koja u spoznajni proces unosi procesualnost spoznaje kao događanja i ideju predmeta kao učinka ili proizvoda subjektivnih sintetičkih spoznajnih moći nasuprot teorijama danosti i prisutnosti predmeta i analitičkom postupku uma (svijesti).

Naime, u toj se točki teorija o bojama bez izvanmentalnih referencata približava koncepciji sinkategorematskih izraza u jeziku, poput veznika, članova, padežnih oblika itsl., koji su također bez pokrića u referencijama na izvanjezični svijet predmeta. Oni su materijalni dokaz izvorne sintetizirajuće moći jezika da stvara svijet smisla

nezavisan od predmetne referencije. Premda su sinkategorematiski elementi jezika tematizirani u Aristotelovoj jezičnoj teoriji, oni su sadržani već u Platonovoj teoriji jezičnih univerzalija iz *Teeteta* i presudni su za nastajanje jezičnog karaktera teorije istine. Iako je inače poznajemo kao teoriju korespondencije ili adekvatnog odslikavanja, riječ je o teoriji jezične sinteze osjetilnog i umnog na temelju subjektivnih moći. Ona je dobila svoje pravo značenje s jedne strane u Kantovoj dedukciji kategorija iz formi suđenja, a s druge strane, u jezičnoj kritici Kantova shematizma i aproprijaciji njegove teorije uobrazilje u krugu romantičara i potonje hermeneutičke filozofije.⁴³

Humanistička epistemologija perceptivnih oblika spoznaje insistira na tome da su već i najprirodnije ili „najneposrednije” funkcija ljudskog organizma, poput gledanja, zapravo medijacijski procesi s karakterom interpretacije jer njihov sadržaj ne čine paslike stvarnosti u svijesti nego značenja osjetilnih sadržaja za svijest. Rečeno u žargonu komunikacijskih teorija, ljudski osjetilni organi su mediji. Ako su u suvremenim teorijama tehnički mediji nazvani produženjem ili proširenjem čovjeka (McLuhan: „extensions of man”), jesu li ljudski organi digitalni? Približava li se humanistička teorija pretumačenjem prirodno-osjetilnih procesâ spoznavanja u procese interpretacije suvremenoj teoriji digitalne, instantane svijesti u kojoj medij i sadržaj predstavljaju isti proces, a svijest i značenje padaju ujedno, bez diferencije, pomaka „oprostorenja” ili „ovremenjenja” (Derrida)?

Tehnološka spoznaja vezana za medije, a s njome i kultura suvremenog doba, zahvaljuje jedno od najvažnijih dostignuća – prikaz pokreta kao sintetičke cjeline filmom – performativnom ili funkcionalnom nesavršenstvu oka, tj. nesposobnosti toga organa da pri određenoj brzini pomicanja predmeta razluči kretanje na sekvence. Na toj spoznaji o temporalnoj strukturi zamjedbe hermeneutička epistemologija gradi teoriju o povijesnosti prirodnog zamjedbenog procesa.⁴⁴ Ona gradi i obrazlaže tu tezu historijskom spoznajom da

43 Za kritiku danosti osjetilnih podataka u svijesti („myth of the Given”) i primata analitičkog postupka razuma u anglosaksonskoj tradiciji v. ishodišni rad u W. Sellars (1963), „Empiricism and philosophy of mind”. Na njemu se temelji ambiciozni projekt obuhvatne kritike klasične epistemologije u Rorty (1979), *Philosophy and the Mirror of Nature* kao i otvaranje anglosaksonske analitičke tradicije hermeneutičkim postulatima u epistemologiji.

44 Za sljedeća izvođenja upućujem na radove Gottfrieda Boehma, povjesničara umjetnosti i teoretičara slike, jednog od najistaknutijih predstavnika

je svijest o procesualnosti osjetilne senzacije kulturološko, povijesno otkriće. Nadalje, povijesnost osjetilne danosti u hermeneutičkoj se teoriji utemeljuje na tzv. „kritici osjetila” – poput, slikarskog eksperimenta s bojama ili drogama – koja je opet sa svoje strane dio povijesti kulture. Idejno-povijesna i eksperimentalna kritika osjetila kombinira se s poviješću civilizacije i stupa na mjesto tradicionalne analize prirodne konstitucije osjetila. No, rezultat koji dobivamo ovakvom analizom ne izgleda da dostatno opravdava hermeneutičke zaključke o strukturi predmeta.

Naime, riječ je o nekoj vrsti hermeneutičkog pre-eksponiranja fiziološkog učinka „produžene percepcije” (viđenja boja nakon nestanka podražitelja, senzacija „nepostojećih boja”, efekt komplementarnih kromatskih suprotnosti plavo-zelena itd.). Međutim, takva produžena percepcija u vidu autogene produkcije i reprodukcije senzacija ponaša se bez vanjskog ograničenja kao neuređeni i neograničeni kromatski tok, čija se paralela najbolje prepoznaje u govornom toku pod imenom ‘logoreja’. Prema tome, vremenska struktura zamjedbenih procesa poput viđenja nije osnovica njihove „povijesnosti” u smislu narativa koji pripada subjektu, ali se odnosi na procese i sadržaje koji ga objektiviraju, već u smislu indiferentnog protoka i beskonačnog, čak patološkog produženja sve do fenomena zamjedbenih halucinacija. Drugim riječima, povijesnost zamjedbe traži kriterij izvan same zamjedbe da bi bila povijesnost zamjedbe subjekta.⁴⁵

Da bi kulturološka spoznaja o procesualnosti osjetila sama postala integralni dio perceptivnog akta, ne čini se dovoljno rekurirati na vremensku strukturu percepcije (ili „faktor kašnjenja”), kako to pretpostavlja citirani Boehm. Povijesnost je u hermeneutici „subjektivna” kategorija, ona je horizont očekivanja ili interpretativni stav razumijevajućeg subjekta, i nije svodiva na vrijeme u smislu fizikalno iskazive veličine diferencije ili kašnjenja. Povijesnost mora dakle ležati u elementima koji čine složenost osjetila i koji djeluju simultano i sintetički bez obzira na trajanje fiziološkog procesa zamjedbe. Upravo tu simultanost heterogenih elemenata (osjetilnih podataka, noetičkih kategorija i jezičnog materijala koji dolazi

hermeneutičke epistemologije: „Bildsinn und Sinnesorgane” u Boehm (1980); ovdje osobito Boehm (1999a) „Hat das Sehen eine Geschichte?”. Nadalje, Boehm (1985), „Mnemosyne. Zur Kategorie des erinnernden Sehens”, te Boehm (1992), „Sehen. Hermeneutische Reflexionen”.

45 Pored navedenih radova usp. G. Boehm (1987), „Bild und Zeit”.

izvan duše) opisao je Platon u samokritičkoj fazi koju iskazuje dijalog *Teetet*, a preuzeta je u romantičkoj filozofiji jezika koja danas, usprkos pojačanom interesu istraživača, ostaje izvan vidokruga upravo u svome semiološkom aspektu (v. Mikulić 2016). Greška u hermeneutičkom modelu poput Boehmovog pokazuje se još eklatantnijom u tome što se hermeneutičkim krugom, kako to pokazuju argument „svijesti o povijesnosti” i argument „kritike osjetila”, neposredno identificiraju fiziološko-perceptivna procedura i elementi njezine kulturno-povijesne nadgradnje. Točnije rečeno, sintetički oblik percepcije, istovremenost faktičkog (to da vidim) i modalnog (kako vidim), u hermeneutičkoj se verziji koristi u svrhu poništenja analitički ustanovljive diferencije između modalnog i faktičkog. Ta teorijska svrha je višak hermeneutičke teorije ugrađen u sâmno načelo teorije. On pripada u ideologiju teorije.

Drugim riječima, ako se s hermeneutičkom teorijom može reći da je svako viđenje „povijesno”, odnosno modalno određeno iskustvom nataloženim u kategorijalnom aparatu i da je sintetičkog porijekla premda se prikazuje kao njegov apriorni sadržaj⁴⁶, povijesnost zamjedbenog akta ne proizlazi iz njegove faktičke, fizikalne vremenske strukture. Faktor vremena je univerzalni moment strukture zamjedbene moći (isključujući Marsovece i arhajske bogove), povijesnost je njezin modalni faktor. Bez toga, perceptivni akt, odnosno njegovi učinci i osjetilni sadržaji, produžuju se autogeno do u beskonačnost, postaju bez-vremeni i ne poznaju povijest osim ako nismo spremni svrstati halucionogene doživljaje u kategoriju povijesnosti. Halucinogeni doživljaji, ako se verbaliziraju ili oslikaju, sadrže mitsku matricu bezvremenosti i translogičnosti. Povijest nije sazdana od vremena nego od naracije razumljene kroz njezino vrijeme. Stoga temelj povijesnosti ne čini fizikani razmak u aktu percepcije između akta i aktuiranog, što je ponovno mentalistički proces opredmećenja predmeta za svijest, nego proces narativne produkcije značenja. Ona je instantan, simultan medijski ili semiotički proces ili – jednom riječju: jezični.

46 U tome je bit dalekosežnog hermeneutičkog zaokreta u analitičkoj filozofiji značenja koji je izvršio W. v. O. Quine svojim epohalnim tekstom „Dvije dogme empirizma” iz 1951., v. Quine (1953), *From a logical point of view*. Prividno paradoksalno, taj tekst čini ne samo drugi potporanij Rortyjeve destrukcije epistemologije nego i uporište za rehabilitaciju epistemologije protiv Rortyjeva „vulgarnog pragmatizma”. Usp. S. Haack (1993), *Evidence and Inquiry. Towards Reconstruction in Epistemology* (osob. pogl. 3, 6, 9).

U tom smislu, da bismo došli do humanističke teorije zamjedbenog akta, što je Boehmov cilj, čini se da je moguće, ili čak nužno, poći od teze suprotne hermeneutičkoj teoriji povijesnosti osjetila u Boehmovo verziji. Povijesnost kao element kulturološke (historijski akumulirane) spoznaje o funkcioniranju čula ponaša se spram zamjedbenog čina kao strani element koji tek treba integrirati. Povijesnost, upravo ukoliko u hermeneutičkoj teorijskoj verziji znači nastupanje novog sadržaja, ne može biti dio indiferentnog vremenskog protoka zamjedbe, dakle ne može se zamisliti kao koekstenzivna ili paralelna s vremenskom strukturom. Drugim riječima, ono što je povijesno u zamjedbenom aktu, ne može – upravo suprotno polazištu predložene hermeneutičke teorije zamjedbe kod Boehma – biti izogeno, već samo heterogeno fiziološkoj bazi zamjedbene moći subjekta. Da bi postalo „izogenim”, ono tek mora biti integrirano. Povijesnost ne možemo zamišljati samo kao karakter diferencije na osnovi fizikalne strukture (pomak, kašnjenje procesa) nego i kao semiološki i semantički proces između njezinih učinaka. Jezik nije tek izraz povijesne naravi zamjedbe nego njezina, kantovski rečeno, sinteza, produkcija. Ono što je povijesno u zamjedbenom aktu, ne pripada prirodnom, pa čak ni specifičnom rodnom (antropološkom) nasljeđu u subjektu, ono nije endogeni proizvod spoznajnih moći („fiziološke boje”) čistog empirijskog subjekta, nego se mora pretpostaviti kao nešto drugo, strano, ne-subjektivo. Ono je moment „realnog” koje nije dio osviještenog i opredmećenog procesa, ali ga omogućuje. To je, kako nas uči semiološka refleksija od Platona do Hegela, njegova znakovnost ili medijska funkcija materijalnih znakova koja stvara višak sadržaja na samim sadržajima i daje im univerzalni karakter nasuprot samo historijskim, partikularnim i kulturnim.

Time se, mislim, postiže točka na kojoj je moguće izbjeći nesuglasice i inkompatibilnosti koje karakteriziraju kulturno-povijesnu i strukturalnu argumentaciju u području medija. Nestaje paradoks da i ono što prepoznajemo kao povijesno novo, kao rezultat samo ljudskog razvoja, istovremeno prepoznajemo i kao univerzalno iako pod aspektom vremena. Ono povijesno i revolucionarno u svojoj je naravi univerzalno, a u svojoj strukturi nužno je i pojava u vremenu, ono pada u vrijeme i zato čini „epohu” ili „povijest svoga vremena” („Zeitgeschichte”). Iako nije odraz ili efekt historije, ono povijesno revolucionarno jest dio historije, i utoliko postaje podložno i dostupno akumuliranom historijskom znanju i historijskim

vrijednostima. Povijesni činovi, revolucije, restauracije, utopistički, antibirokratski i apokaliptički pokreti postaju povijesnim samo iz Kantove perspektive entuzijastičkog subjekta-promatrača; to je epohalni horizont očekivanja u kojemu instantano djeluju dijakronijska i sinkronijska perspektiva, prošlost i budućnost, konkretno i utopijsko. To je dimenzija povijesno ispunjenog „sada”.⁴⁷

Time se gotovo u potpunosti mijenja kulturalni efekt medija koji je vidljiv najprije u njihovu razumijevanju ili teorijskim diskursima o njima. Niti su mediji stvar tehnološkog napredovanja u posredovanju neovisnih, apriorno postojećih sadržaja, niti između medija i sadržaja postoji odnos autentičnog približenja, dokončanje teleološkog procesa. Razočaranje u takvom očekivanju može rezultirati samo beskonačnom potragom za novim, autentičnijim oblicima medijacije, takvima koji će se bez ostatka približiti „samoj stvari”, posredovati istinski sadržaj⁴⁸. Ili pak, kao u slučaju biografske i autobiografske naracije u različitim medijskim oblicima, poput postnacističkih filmova Leny Riefenstahl ili Heideggerove filozofske auto-apologije: od autentičnosti tu-bitka, preko nacizma istine kao neposrednog poriva denuncijacije do amoralizma naknadnog samotumačenja.

Mediji su i jedno i drugo: proces posredovanja između forme i sadržaja koji ujedno održava razliku i proizvodi njihovo strukturno preklapanje. Tehnološki progres medijacije proizvodi pitanje o primatu forme ili primatu sadržaja. Naličje progressa iskazuje se kao ideološki regres u teoriji koji nužnost strukturne razlike između forme i sadržaja ispostavlja kao dihotomiju: ili nestajanje razlike ili hipertrofiju primata.⁴⁹

47 Za hermeneutički pristup v. ponovo G. Boehm (1995), „Eine kopernikani-sche Wende des Blickes”; Boehm (1996), „Die Arbeit des Blickes. Hinweise zu Max Imdahls theoretischen Schriften”. Za povjesnost percepcije kao ljudskog samo-stvaralačkog čina v. M. Kangrga (1984), *Praksa, vrijeme, svijet* (pogl. „Povijesni smisao odnosa percepcije i apercepcije”). Politički karakter „pogleda subjekta” kao horizonta očekivanja koji pripada entuzijastičkom promatraču kod Kanta v. R. Riha (1992), „Kant in praktischer Absicht”. Za drugačije, medijsko čitanje Kantove figure „gledaoca” i „instantane autohistorizacije” v. moj rad „Kazalište kao tranzicijska ustanova” (ovdje).

48 Usp. Agentur Bilwet (1998), *Arhiv medija*, osobito „This world has lost its glory” te „Der Faschismus der Schönheit”.

49 Agentur Bilwet (1998), esej „Medien oder Barbarismus”.

2.3 KRITIČKO-TEORIJSKA PSIHOANALIZA: U APORIJI TEHNO-NA- PRETKA I RETRO-KULTURE

Odatle se vidi da fenomen regresivnosti medija u smislu diskrepancije između tehnološke usavršenosti i nazadnosti sadržaja (primjerice nacistička ideologija krvi i tla, totalna ekologija New Agea, kršćanski fundamentalizam itd.) nije primarno rezultat kulturološke neuroze i prirodne sklonosti ka regresiji kao antipoda progresu, kako to u svom prilogu psihoanalizi medijske kulture predlaže predstavnik kritičke teorije Hartmut Heuermann, već konstitutivni dio samog procesa medijacije.⁵⁰

Za razliku od Daten Dandyja Agenture Bilwet, Heuermann u svojoj knjizi *Mediji i mitovi. Značenje regresivnih tendencija u zapadnoj medijskoj kulturi*, klasičnim postupkom znanstvenog pisanja polazi od rekapitulacije svog znanstveno-teorijskog ishodišta, Freudova otkrića i analize fenomena regresije u individualnom i kolektivno-psihološkom domenu, da bi je primijenio na medijsku kulturu klasične moderne u rasponu od književnosti (W. Irving, E. T. A. Hoffmann, J. Conrad), preko glazbe (R. Wagner, *Heavy Metal*), slikarstva, religijskih učenja do televizije i reklamnih plakata. Na matrici individualno-psihološkog fenomena regresije Heuermann izrađuje sve one njegove nepatološke aspekte koji čine ulog kulturološkog progressa da bi primjerenije istaknuo bipolarnost rečenog fenomena, njegove utopijsko-progresivne i apokaliptično-regresivne potencijale, sve do katastrofičnih i nihilističkih efekata.

Pritom se problem regresivnosti suvremenih medija u ovakvom psihoanalitičkom pristupu kulturi prikazuje – na nizu izvanredno zanimljivih analiza – samo kao nesrazmjer između naprednog stupnja racionalnosti novih dostignuća kulture, s jedne strane, i pada u mitske oblike mišljenja i doživljavanja svijeta. Polazeći od Freudove maksime „Wo Es war, soll Ich werden“ („Gdje je bilo Ono, trebam postati Ja“) Heuermann promatra kulturološki napredak kao postupak progresivne, iako mučne i nipošto zajamčene racionalizacije historijskih stanja i procesa, kao postupak individualnog i kolektivnog (ontogenetskog i filogenetskog) prihvaćanja historijskih dostignuća, ili, rečeno jezikom psihoanalize, povećanja ugone i smanjenja nelagode u kulturi, kao kretanja ka holističkoj slici svijeta. Aktualni pluralizam perspektiva i vrijednosti, gubitak centrističke

50 Hartmut Heuermann (1994), *Medien und Mythen. Die Bedeutung regressiver Tendenzen in der westlichen Medienkultur*.

slike svijeta, tu „novu nepreglednost”, autor odbacuje, oslanjajući se na Habermasove dijagnoze, kao katastrofične i nihilističke produkte postmodernističkih teorija u umjetnostima i filozofiji, i sâm zagovara cjelovitu i koherentnu sliku svijeta i čovjeka.⁵¹

Cijena takvog racionalizatorskog pristupa pokazuje se u tome da je psihoanalitička dijagnoza regresivnosti medija sama više nesvjesno regresivna nego analitična. Njezina nesvjesna regresivnost sastoji se u tome što na analitičkoj razini sâma zahtijeva i pokušava nadomjestiti ono što u medijima navodno nedostaje – cjelovitu, koherentnu, preglednu i racionalnu sliku svijeta. Taj zahtjev je formuliran doduše progresistički – sadržaji medija moraju odgovarati neopozivim dostignućima i progresističkoj naravi ljudske civilizacije – no, regresivna narav tog zahtjeva sastoji se u normativno postavljenoj ideji da mediji moraju posredovati cjelovitu i preglednu sliku svijeta. Prevedeno na rječnik strukturalnog prikaza medija s početka ovog rada, ono što se zahtijeva je apsolut – poklapanje sadržaja i forme medija do stupnja identiteta.

Medij doista mora posredovati poruku da bi bio medij, čak i ako je poruka samo drugi medij (McLuhan), ali sâma poruka više ne postaje nikakav medij nego se, kako to pokazuje G. Anders, prikazuje kao sâma stvar, događaj. Medij može posredovati cjelovitu sliku svijeta, on to upravo i čini, ali samo po cijenu „totalne laži koja počiva na nizu pojedinačnih istina” (Anders). Otud je poruka (ili rečeno s Andersom: „činjenica” za razliku od događaja) unutrašnja granica procesa medijacije, ona je posljednji referent ili medijski reprezentant mentalne reprezentacije autora poruke. No, vidjeli smo, da bi odgovorili tome zahtjevu, mediji moraju postati mitskim („lažnim”), tj. postižući podudarnost forme i sadržaja bez ostatka, oni poništavaju unutrašnju diferenciju između forme i sadržaja (činjenice i događaja), tj. upravo ono što omogućava proces medijacije. Taj efekt se vidi, da ponovimo, samo ako se McLuhanova krilatica

51 Za diskusiju o filozofskoj i znanstveno-teorijskoj pozadini psihoanalize između kritičke teorije frankfurtske škole i francuske lingvističko-semio-loške tradicije usp. rani i još uvijek instruktivan rad Slavoj Žižeka (1976), *Znak, označitelj, pismo*. Za pokušaj posredovanja između lakanovske psihoanalitičke teorije subjektivnosti i hermeneutike usp. Hermann Lang (1973), *Die Sprache und das Unbewußte*; Manfred Frank (1984), *Was ist Neostrukturalismus?* Usp. također hermeneutičke priloge u: Obrad Savić, ur. (1988), *Filozofsko čitanje Frojda*. Nadalje, Ljiljana Filipović (1997), *Nesvjesno u filozofiji* te priloge u tematskom bloku *Filozofija i psihoanaliza*, u: *Filozofska istraživanja*, 10 (3/1984), str. 295-349.

čita obrnuto: Poruka je medij, poruka je ta koja posreduje nov sadržaj (višak sadržaja) koji nije reprezentiran u njoj samoj kao mediju. Bez toga obrtnja, nemoguća je sadržajna analiza medijskog učinka, a s time ni njegova interpretacija. Umjesto refleksije ostaje uvijek samo imanencija.

Otuda, analizirajući fenomen regresivnosti u klasičnim medijima poput literature, glazbe i slikarstva na nivou kritike sadržaja, Heuermann gubi iz vida okolnost da je regresija sadržana u samoj naravi, u strukturnoj dispoziciji medija za poništenjem dispozicije u smjeru identifikacije. To znači, regresija leži upravo u onom momentu koji on sâm zagovara kao progres. Najeklatantniji primjer dvoznačnosti njegovih analiza u tom smislu jest fenomen tzv. elektronske, „televangeličke” crkve u SAD-u. Jedan od „najskandaloznijih” primjera za spoj tehnološkog progressa u medijima s regresijom u mitske obrasce mišljenja i ponašanja, televangelička praksa, ujedno je najviši oblik posredovanja holističke slike svijeta. Ali ona nije regresivna samo po svojim religioznim sadržajima, kako prikazuje Heuermann – u tome sigurno nije regresivnija od fanatizma bilo koje vrste, pa bio on i racionalno-tehnološki. Regresija se vidi prije svega u tome što televangelička crkva svoj nauk smatra neposrednom istinom i što ga adekvatno tome prakticira – naime „neposrednim” i totalnim prisustvom u svakidašnjem životu svojih vjernika. Između njezina nauka, ideološkog sadržaja i elektronskih medija, kojima se prenosi, ne postoji nikakva strukturna distanca: oni su živi paradoks neposredne medijske stvarnosti. Štoviše, neposredna stvarnost ili totalno prisustvo nauka nije samo učinak suvremenih medija, nego je upravo konstitutivni dio ideološkog sadržaja nauka.

O „mediju” se može govoriti još samo u pukom tehničkom smislu aparata koji bi tako, zbog svoje upadljivosti, jednom mogao zasmetati u svijetu savršeno instantane medijacije, u kojemu akcija i reakcija nisu samo istovremene, nego su jednovremene – bez kašnjenja, bez posredovanja. Riječ je dakako o svijetu totalne denuncijacije kakav se može vidjeti u tragovima ili zamecima i izvan fundamentalističkih životnih zajednica, u gradskim četvrtima ili čitavim naseljima s takozvanim „nadzirućim susjedstvima”, kvartovima u kojima na ulazu, u sloganu dobrodošlice, stoji upozorenje da posjetilac dolazi u zonu „neposrednog dojavljivanja svake sumnjive djelatnosti”: od trenutka kad stupaš u prostor, svako tvoje djelovanje povlači za sobom trenutačno protudjelovanje, kao u mitskom prostoru. Takva koncepcija i praksa civilne zajednice ne iziskuje, očito, nikakvu

posebnu medijsku logistiku osim ljudskog oka i uha, tih prirodnih „produženja” paranoidne konstrukcije čovjeka.

Priča o medijima može se stoga ispričati samo ukoliko i onda kad se u medijskoj stvarnosti ukažu pukotine, nesavršenosti, nedovršenost, upravo ne-holistička medijacija.⁵² Istina medija o kojoj je ovdje riječ ne leži dakako u kompleksu fikcije, privida, laži, zabave, *entertainment* itsl. nasuprot medijaciji ozbiljnih sadržaja (političke vijesti, kultura, znanost). Ona leži tamo gdje se postavi pitanje nemedijativnog, nesavladivog ostatka medijacije. Taj pak ne leži u tzv. vanjskom, stvarnom, istinskom svijetu nasuprot mediju, već u samoj njegovoj strukturi. Istina medija, njihovo stvarno drugo, uvijek je samo dio njihova pogona, i stoga, kako to pokazuje medijsko-teorijski spisateljski rad autorske kooperative Agentur Bilwet, da bi kritika medija bila plauzibilna, ona sâma mora biti imanentna medijska produkcija. Samo u tome leži mogućnost da, nasuprot regresivnosti zahtjeva za holizmom, bude progresistička – upravo u smislu Heuermannove dijagnoze: da putem refleksije i kritike preuzme kulturološko dostignuće stvarnosti, prakse i izazova novih medija.

Paradigmatičan medijski primjer regresije, i ujedno paradigmatičan slučaj regresivnosti analize u Heuermannovoj knjizi, daje pripovijetka Washingtona Irwinga „Rip Van Winkle” (1819) o američkom holandskom naseljeniku Ripu Van Winkleu, sklonom dangubljenju, koji je pod pritiskom nelagode u koži svakodnevnog građanskog života (osobito pak zbog svoje čangrizave žene) pobjegao od kuće u slobodu divlje prirode. Tamo mu se dogodi da nabasa na bizarnu družinu s kojom se do sita nakuglao i potom napio do besvijesti. Kad se probudio, bio je posve posijedio, brada mu je bila duga do

52 Instrukтивne primjere za takvu napuklinu nesavršenog totaliteta davao je (i još uvijek daje) dominantni društveni medij, televizija. Tako se burnih 1990-ih često dešavalo da voditelj ili voditeljica „središnjeg dnevnika” HTV-a umjesto novopropisane riječi *izvješće*, koja je trebala istisnuti „srbizam” izvještaj, izgovori bastardnu, lingvistički i psihološki višestruko zanimljivu tvorevinu *izvješčaj*. No hipertrofija ideološke revnosti prema oktroiranoj jezičnoj politici kao da ne poznaje granice: tako će sportski novinar HTV, čije ime i prezime jednoznačno sugerira nepoželjno etničko porijeklo, u svojoj kroatoidnoj revnosti koristiti ne samo germanizam „šport”, uvriježen u lokalnom zagrebačkom idiomu, umjesto „sport” koji je općehrvatski (i srpski) standardni izraz, nego će i riječ *start* zamijeniti sa *štart*. Rečeno rječnikom lakanovske psihoanalize, to je školski primjerak provale želje subjekta da bude priznat od Drugog. O ideološkim aspektima jezika na primjeru tranzicijskih procesa, usp. npr. socijalno-lingvistički rad u Škiljan (1996), „The processes of ideologisation in language”.

peta, i vrativši se u mjesto gdje je nekad živio, ništa više nije bilo kao prije, nikoga nije poznao niti se njega itko više sjećao. Kao stranac u eri otimačine za američke kolonije između Engleske i Holandije i političkih previranja, Rip bude čak osumnjičen kao špijun engleskog kralja. U kritičnom trenutku, sjeti se neka žena priče da je nekada davno nestao neki čudak, da se uvijek pričalo o nekim čudnovatim družinama u brdima. I stvarno, Rip Van Winkle bude ostavljen na miru i živješe u selu u kojemu su ga svi pazili i obožavali kao primjerak iz davno prohujalih vremena.

Što se desilo? Rip Van Winkle je pod neobjašnjivim okolnostima prespavao američku revoluciju, iako se samo htio spasiti čangrizave žene koja ga je tjerala na svakodnevne poslove, dok je on – suptotno Sokratu koji je spas od privatnog građanskog života našao u ne-privatnom, javnom – dane volio tratiti u kuglanju, pijuckanju i igrama s djecom.

Na otvoreno pitanje o istinitosti te bizarne zgrade, koje se postavlja u samom literarnom djelu (Irwing je to pitanje riješio tehnikom okvirne priče, prenijevši pitanje istinitosti sadržaja na autoritet kronista), Heuermann, kao psihoanalitičar medijske kulture, reagira regresivno. Istinu, odnosno pravo značenje analizirane medijske forme, on traži izvan nje: ono se sastoji u tome što je Rip Van Winkle klasični, iako književno-historijski (1819) primjerak regresivca *ante litteram*, tj. prije Freudove razrade fenomena regresije (Freud 1930): umjesto da se suoči s problemima modernog doba, Rip Van Winkle bježi (prespava, opija se) u tzv. divlju i autentičnu prirodu, zapravo u mit o prirodi nasuprot pragmatičkoj racionalnosti građanskog društva na pragu svog nastanka.

Slično kao i u analizi Coppolinog filma *Apocalypse Now* (koju Heuermann smatra prešutnom ekranizacijom pripovijetke Josepha Conrada „Heart of Darkness” iz 1899.) Heuermannova znanstvena medijacija analiziranih slučajeva preseže preko medija u autentičnu realnost, ovaj put poznatu samo znanstveniku. I ovdje i tamo istina leži u psihoanalitičkom objašnjenju regresije – kod Irwinga individualno-psihološke, kod Coppole kolektivno-psihološke – u apokaliptičkom viđenju ljudske civilizacije. Reduktivistički manevar znanstvene medijacije ovakvog tipa eklatantan je: umjesto da fokusira način na koji se unutar analiziranog medija (literatura, film itd.) postavlja pitanje istine i da ujedno s time osvjetli način na koji se unutar medija reproducira njegov ideološki postav, ona umjesto njih, i izvan njih, traži istinu u drugom ključu. Rezultat toga vidi

se kao pretvaranje analitičkih nalaza znanstvenog postupka u ideološki diskurs same znanosti. Kod Heuermanna se ona javlja, još jednom, u zahtjevu da mediji posreduju holističku sliku stvarnosti, dakle, upravo ono što oni rade.

Suprotno Heuermannovu tumačenju, u Irwingovoj pripovijesti se dostatno jasno vidi da je pitanje istinitosti bizarne zgode s Ripom Van Winkleom riješeno na jedini ispravan način, i da je registar značenja pripovijesti prije politički nego psihoanalitički, kako bi ga upravo Heuermann morao najprije detektirati, s obzirom na kritičko-teorijsku, „frankfurtsku”, pozadinu svoga modela književne psihoanalize. Činjenica da se Rip Van Winkle „vraća” u selo koje više nije njegovo, da se on ne sjeća nikoga niti se itko u selu može sjetiti njega, u potpunosti isključuje mogućnost obostrane identifikacije, a time i pitanje objektivne istine. Umjesto toga, jedna se žena u selu iznenada – dakle na vrhuncu Ripove drame gubitka svijesti i identiteta, ali i drame sela u kojem se odjednom pojavljuje čovjek iz legendi – prisjeća da su nekada postojale legende o ljudima u brdima. Identifikacija Ripa, a time i njegovo uključenje u zajednicu, odvija se stoga kao dodir fiktivnih ploha, međusobno pristajanje vremena legende u vrijeme sadašnjosti, odnosno kao smještanje nepoznatog (štoviše posve bizarnog) elementa, Ripa, u simbolički sustav „novog” sela. Drugim riječima, Ripov identitet postiže se učinkom intersubjektivnog pristajanja u kojemu je izvjesno samo postojanje legende, ali ne i njezin referentni svijet.⁵³ Točnije – i upravo u tome se čini sadržanim politički sadržaj (istina ili ideologija) priče – integracija Ripa u kolektiv novog sela ne događa se kao re-integracija na osnovi pre-poznavanja, i stoga ne na osnovi „stvarne istine”. Ona se odvija kao integracija ili pri-znanje za nov poredak stvari (novi simbolički poredak) onoga što stvarna svijest bivšeg sela nije mogla preraditi-priznati-prihvatiti („dangubljenje”), što je bilo zazorno i čemu je pripadalo da ode u nevid – iza gora,

53 To je naoko posve obrnut slučaj od Odisejeva povratka i procesa njegove identifikacije-reintegracije i intersubjektivnog pristajanja, premda i tamo auktorijalno jamstvo istinitosti jamči samo kontekstualni identitet, koherenciju, i ništa više od toga; ono nastupa samo protiv svih ostalih faktora otvorenosti. Naime, upravo iz takve maglovite pozadine i Penelopa nastoji namamiti Odiseja da oda svoj identitet pitanjem o „rodu od hrasta iz starodrevne priče”. Za analizu „prepoznavanja” Odiseja na Itaki kao intersubjektivnog pristajanja na legendu (mit i epos) o Odiseju upućujem na svoj rad u Mikulić (2006), „Čavrljavo srce. Zaziv Muza u arhajskom epu, mit istine i postanak epistemičkog subjekta” (osob. dio l. 3).

iza svijesti. Činjenica da je taj isti sadržaj sad „odjednom” (nakon Ripovog odsustva u komi od nekoliko desetaka godina!) dopustiv, vidljiv, nezazan, iako bizaran, ne znači da su se stubokom promijenile vrijednosti društva (ljenčarenje umjesto rada), nego znači doslovno i samo ono što se posreduje Irwingovom pričom: da je Rip postao predmet opće pažnje i brige sela upravo kao primjerak nezamislivo davnih i nepredstavljivo drugih vremena, ono minulo kao drugost koja tek omogućuje svijest o novom.

Drugim riječima, Rip je, kao ostatak radikalno drugog svijeta običaja nego što je poslovno-pragmatički postao živim ogledalom napretka. Bez njegova prisustva – bez Ripa kao inherentne razlike – ne bi bilo nijednog dokaza o samom napretku. Legenda o čudnoj družini iza brda i gora, koja je u starom svijetu imala status isključenog drugog u su-vremenoj stvarnosti, postala je onim što doista jest, legendom, time što je dobila realnu funkciju u novom društvu: funkciju muzealizirane društvene i kulturne prošlosti. Tek s tom izmjenom vremenskih ploha društvo je progledalo u svoju prošlost i proširilo polje viđenja. Ono je re-integriralo svoju legendu o napretku time što je dopustilo postojanje radikalno drugog („nazadnog”, „zaostalog”) unutar sebe nakon što se ono pojavilo u bezopasnom obliku. Legenda je postala prihvatljivom samo kad je, i time što je, izgubila snagu, immanentnu onom nesvjesnom, kad je postala trivijalnom ili u najboljem slučaju, bizarnom. Legenda o družini u planinama pojavila se u isprva šokantnom i bizarnom, ali banalnom liku zapuštenog i izgubljenog starca. U novoj, denaturaliziranoj velegradskoj okolini naprednog industrijskog i napose postindustrijskog doba, takvim „spodobama” vrve ulice, a da ne postaju ni šokantna ni bizarna već samo „banalna” pojava gubitnika napretka. Ona ne dolazi medijski do izražaja toliko kroz spektakularno praćenje karitativnog sklanjanja beskućnika s ulica kad temperature padnu niže od „minus deset” koliko u hollywoodskim filmskim pričama o prošnjacima koji slučajno i nakratko (ili pak zauvijek, ovisno o scenariju) postaju „milijunaši”.

Otuda, Irwingova pripovijest se, upravo s obzirom na eksplicitno pitanje o istini ispričane zgrade, može čitati istovremeno, ako ne i primarno, kao povijest o progresu i integraciji, a ne samo kao povijest o regresiji i re-integraciji. Ta su dva momenta u svakom slučaju komplementarna, ali je spoznajni dobitak iz analize Irwingove priče za teoriju medija sadržan u tome što se primarni (ili prirodni) kognitivni činioci poput viđenja i prepoznavanja odvijaju kao način

političkog viđenja, tj. kao priznanje, kao integracija drugog, stranog bez prisilne redukcije na normirano. Progresivna relevancija Irvingove pripovijesti za medijsko-teorijsku analizu leži u strukturi same medijacije (u naslovu „Rip Van Winkle”), a ne toliko u njezinu sadržaju (u sudbini junaka priče Ripa Van Winklea). Točnije rečeno, ona leži upravo u diferenciji između forme i sadržaja, u onom detalju koji sprečava prelijevanje jednog u drugo, a s njime i totalizaciju unutrašnje perspektive pripovjesti, odnosno totalizaciju fikcije. U Irvingovoj pripovjesti to su pitanje o objektivnoj istini i narativnoj (medijacijskoj) strategija njegova rješenja.

Sličan slučaj unutrašnjeg samoograničenja medija, odnosno odustanja autora od totalizacije fikcije i od prelaska u ideološku propagandu sadrži Coppolin film *Apocalypse Now*, koji Heuermann također analizira kao slučaj regresivne kulturološke tendencije. Ona je katastrofičnog, a ne apokaliptičnog tipa zato što, po Heuermannovu čitanju, na kraju filma, nakon scene s krvavim ritualom za vrijeme kojeg specijalac uspijeva likvidirati odbjeglog i podivljalog pukovnika američke vojske u Kambodži, sve izgara u požaru apokaliptičnih razmjera, a da Coppola ne sugerira nijednu perspektivu obnove. Za razliku od katastrofične i destruktivne regresije, apokaliptična se nagoni preobraća u perspektivu spasenja.

Analitička greška kod Heuermannu u ovom se slučaju, kao i u prvom, sastoji u prijenosu analize izvan imanencije naracije, odnosno u traženju ključa u smjeru tzv. stvarnog, izvanfiktionalnog značenja medija koji se poklapa s prikazanim, reprezentiranim sadržajem. Prigovor da Coppola nakon prikaza rituala ubijanja – a radi se o arhajske ljudskoj žrtvi, i utoliko „doista” o kulturalnoj regresiji odbjeglog oficira u arhajske divljaštvo – ujedno s požarom svijeta otvara perspektivu obnove, implicira da bi Coppola sâm trebao vjerovati u žrtveni ritual koji se odvija u njegovom filmu, vjerovati naime da žrtveni ritual kao simbolički čin polučuje stvarnost spasenja. Da je Coppola doista ispunio to očekivanje, postao bi ili iskupitelj američke ratne katastrofe i apologet pentagonske ideologije (likvidirati odbjeglog časnika znači otkloniti nakaradni i nenormalni efekt rata, naime podivljanje discipliniranog vojnog kadra na stupanj ritualnog homicida) ili pak propovjednik ideologije vječnog vraćanja istog.

Umjesto toga, perspektivu čitanja treba opet izokrenuti: poruka je medij (neprikazanog viška) sadržaja. Tako, utuženi nedostatak perspektive „obnove” iz velikog požara ne simbolizira nužno potonuće svijeta u besperspektivnost, nego prikazuje rat onim što on

jest: homicid koji se ne može opravdati iz višnje istine i smisla. Pri-
kazati ritual žrtve, a ne otvoriti „perspektivu obnove”, znači upravo
ne vjerovati ni u ritual ni opravdanost ubijanja, i zato Coppolina
ne-intervencija ne znači nužno pretvaranje apokaliptične regresije
u nešto još gore, u katastrofu lišenu dimenzije onostranosti, nego
upravo zaustavljanje kotača vječnog vraćanja što ga simbolizira ritual.
Sadržajni višak koji nastaje kroz medij poruke mora se formulirati
na temelju kontrastiranja uvriježenog razumijevanja smisla rituala
(simbolizacija obnove) i nedostatka toga smisla u fenomenu rata.
Upravo zbog ljudske katastrofe rata mi ne znamo polučuje li ritual
obnove obnovu, i zato se ona ne može izravno integrirati u medijski
prikaz bez pada u ideološku zloupotrebu. Utoliko, „kulturalna regre-
sija” u Coppolinoj medijskoj verziji nije ni katastrofična ni apoka-
liptična, nego, ako postoji, ona je agnostička ili radikalno kritička.

Medijsko dovršenje slike svijeta nema pokriće u sadržaju iz već
navedenog razloga, upravo zato što je poruka medija i sama nov me-
dij drugog sadržaja: totalizacija medijske perspektive ostaje prikra-
ćena za totalno dovršenje sadržaja. Istina ritualnog homicida samo
je gola istina materijalne radnje klanja koja ne može dokučiti višu
svrhu prema kojoj teži, budući da je ona fiktivna i sadržana samo
u radnji rituala. Holistička slika svijeta, bez napukline onog radi-
kalno stranog, nemoguća je. Integracija je moguća samo po cijenu
napukline, preskoka, zadržavanja heterogenog.

No, artikulirati takvu poziciju programatski, na nivou metateo-
rije, znači ne moći izbjeći autoironiju. Jedna od tih konzekvencija
je ta da se faktički mora pribjeći intermedijalnom kretanju, otkri-
vanju napuklina u medijaciji, a ne cjelovitost; mora se tematizirati
praznine, tražiti „krajeve medija”, sadržajne identifikacije praznine
zване medij.⁵⁴ Riječ je o praksi kritike medija koja – onkraj parame-
tara dekonstruktivizma i semiotike i zamki beskonačne semioze, ali
zato u ništa manje sličnim parametrima word processinga – arbi-
trarnim metodološkim sredstvima na medijskim fenomenima traži
veze i kontra-smislove koji prije nisu postojali: u knjigama za djecu
o svijetu budućnosti, o totalnoj ekologiji, o novim tehnologijama, o
težno-tijelu, o novoj ljudskoj vrsti data-dandya što nadomješta ese-

54 Tako, „Agentur Bilwet” = Akademija za ambulante znanosti, Zaklada
za unapređenje ilegalne znanosti. Centar za meta-realizam, Odsjek za
turističku epistemologiju. Kontra-intuitivni komesarijat za politiku itd.
(v. Agentur Bilwet, 1998).

jiste, feljtoniste ili književni žanr dandya (zaljubljenike u naliv-pero ili stari pisaći stroj) itd. Ambulantna znanost ima u programu samo to da proširuje refleksivnu intervenciju.

Zato je rubna (i komička) pozicija Agenture Bilwet s obzirom na ozbiljni akademsko-znanstveni i feljtonističko-esejistički diskurs u Evropi također predmet samoironičnog prikaza: Bilwet se definiše kao provizorna asocijacija kućne radinosti čiji cilj, suprotno očekivanju, nije njegovanje alternativnog mišljenja kao izvornog, nasuprot neautentičnom etabliranom, već – takoreći sokratičkom gestom u postmodernoj varijanti – spriječiti intelektualno iskliznuće i povratak u društvenu ugodu bez kritičke napetosti. Odnosno, izbjeci sudbinu etabliranja kulturne disidencije i spasiti ironijski odmak refleksije od katastrofe postpolitičkog konformizma kakav predstavljaju (ili točnije: pretendiraju da predstavljaju) neki oblici „otklona” od nacionalističkog mainstreama kulturne proizvodnje u tranzicijskim društvima, poput nove „stvarnosne” književnosti ili novih formi društvene ugone u navodno kritičkim procesima. ¶

[Književna djela]

Heinrich Heine (1828), *Reisebilder. Mit einem Nachwort von Joseph A. Kruse und zeitgenössischen Illustrationen*, Frankfurt/M.: Insel Verlag, 1980.

Charles-Louis de Montesquieu (1721), *Perzijska pisma (Les lettres persanes)*

Washington Irving (1819), *Rip Van Winkle*.

[Filmovi s književnim predlošcima]

Robert Zemeckis (1994), *Forrest Gump*, prema istoimenom romanu Winstona Grooma.

Robert Altman (1993), *Kratki rezovi (Short Cuts)*, scenarij prema kratkim pričama Raymonda Carvera.

Francis Ford Coppola (1979), *Apokalipsa danas (Apocalypse Now)*, scenarij inspiriran pripovijetkom Josepha Conrada *Srce tame* (1899).