

## MEDIJSKO SAGORIJEVANJE SEKSUALNOSTI

Sead Alić<sup>1</sup>

Centar za filozofiju medija, Zagreb

316.776:159.922.1

316.77.929 Маклаух М.

ID: 183371788

### **Apstrakt:**

Rad promatra seksualnost ljudskih bića u suodnosu s dominantnim tehnologijama doba u kojemu se seksualnost realizira. Od početka 20 stoljeća, a posebno od tekstova Marshalla McLuhana (60-te godine) raste svijest o utjecaju tehnologija medijskih posredovanja na cjelokupno ljudsko iskustvo, pa i seksualnost kao takvu.

Postmoderno rastakanje ideje i diskursa ima svoje korijene u kulturološkim i mediološkim uvidima u (neosvijestenu) određenost i odredivost ljudskog iskustva, pa i ljudskoga građenja teorijskih sistema – o obrascima tehnologija. Ovaj se tekst osvrće na doprinose malo poznatog McLuhanovog djela *Mechanical Bride*.

Iz tako postavljenog konteksta izvodi se povezanost tabua sa suvremenim masmedijskim uobličavanjem 'zatvora bez zidova' kao oblika manipuliranja sviješću suvremenih građana kao gledatelja.

Slika ženskoga tijela postala je sredstvo unapređenja prodaje. Seksualnost je u svom području dobila dimenziju koja nije zanemariva. Sredstvo unapređenja prodaje unapređuje ljudsku seksualnost prema pornografskim dimenzijama.

Nasilje se ne pojavljuje kao zamjena za seks (na način kako je to Reich interpretirao) McLuhan uviđa trend (koji je već odavno zaživio) da sam zamor pritiscima tehnoloških ekstenzija zahtijevanja seksualnosti u točno određenim (strojnim) oblicima – već sam dovodi do kulta nasilja.

To je kontekst u kojemu se analizira medijsko sagorijevanje seksualnosti.

### **Ključne riječi:**

mediji, seksualnost, tabu, pornografija, psihoanaliza, McLuhan, *Mechanical Bride*, tehnika, oglašavanje, Hollywood.

Svako pitanje o ljudskoj seksualnosti dolazi iz nekog konteksta. Taj kontekst ne samo da određuje koordinate istraživanja, nego određuje i prostore mogućih odgovora. U odgovoru samo potvrđujemo relevantnost horizonta iz kojega dolazi pitanje. Pitanje ljudske seksualnosti danas postavljamo iz horizonta utjecaja medijskih/tehnoloških posredovanja i promjene ljudskoga iskustva (ponašanja) upravo zbog tih utjecaja. Pitanje glasi: Je li u temeljima ljudske seksualnosti (u onim oblicima u kojima ona nadilazi snagu i određenost nagona) tajna, tabu, najmanji zajednički nazivnik koji seksualnosti propisuju religijske hijerarhije ili nešto četvrto? Odnosno: Koliko je ljudska seksualnost kao medij prožimanja oprečnosti racionalnog i iracionalnog, tjelesnog i emotivnog, biološkog i duhovnog, identiteta i onoga drugoga... pod utjecajem medija i tehnologija koji prodiru do nesvjesnih dimenzija ljudskoga bića i aktivno sudjeluju u onom najosobnijem – činu tjelesno-duhovne ljubavne igre?<sup>2</sup>

Seksualna igra ljudskih bića zbiva se u rasponu od nesvjesne realizacije tjelesne potrebe do artistske igre koja je zaboravila propisanu osnovnu prirodnu zadaću materijala na kojemu radi. Seksualni čin danas je uglavnom oslobođen uloge 'puke' reprodukcije. Nameće se, međutim, pitanje: koliko je svijet suvremene *copy-paste* kulture, svijet reproduktivnosti, množine kao takve – počeo određivati uloge tijelima. Koliko logika ponavljanja i proizvodnje istoga (u različitim oblicima) ljudsko tijelo uzdiže iznad zadaće reprodukcije, ali ga istovremeno zarobljava u zatvore bez zidova.<sup>3</sup>

2 Ovdje ćemo se uglavnom baviti mogućim doprinosima ranog i malo poznatog djela *Marshalla McLuhana: Mechanical Bride* (McLuhan 2002). Ta činjenica, koliko je ograničenje toliko je isto i pretpostavka temeljitijeg pristupa fenomenu seksualnosti u kontekstu međuutjecaja čovjeka i njegovih ekstenzija, ljudskog ponašanja i tehnologijom određenoga društvenog konteksta.

3 *Freud* u djelu *Totem i tabu* piše:

„...najupadljivija podudarnost prisilnih zabrana (kod nervoznih osoba) s tabuom sastoji se u tome da su ove zabrane jednako nemotivirane i zagonetne u svom nastanku. Do njih je jednom došlo i sada se održavaju zbog nesavladivog straha kao posljedice. Prijetnja kaznom izvana je suvišna...“ (*Freud* 2000: 43).

Rečenice su te koje rubno potvrđuju uspostavljanje psiholoških i socijalnih dimenzija onoga što zovemo zatvorom bez zidova. Područje je to društvenosti na kojemu zajedno i intenzivno rade dominantne tehnologije vremena, interesi vlasnika tih tehnologija, političke elite kao i njihovi privjesci, ali i protivnici.

Pokušaj da se seksualnost veže uz tabue<sup>4</sup> uz zabrane, uz ponašanje inicirano onim društveno nedopustivim – nailazi u suvremeno doba sveprisutnosti pornografije na situacije koje takav koncept dovode u pitanje.

U svijetu u kojemu dominiraju *medijski orkestrirani tabui* (prikriveni interesi nalogodavaca na svim razinama) moraju se mediološki propitivati pomaci u ljudskoj psihi. Tabui<sup>5</sup> su orkestrirani, nesvjesno je postalo skladište pornografskih sadržaja, seksualnost je opterećena stereotipima proizvodnje slika namijenjenih najnižoj razini zajedničkog nazivnika.

Svaka je tajna poetička snaga. Ona tijelo i dušu hrani onim neizgovorenim, onim što se zadržava za sebe i što živi odvojeno od drugobivstva.

Ideja slobode koja ne respektira utemeljenost punine, snagu erotičnosti pa i istinske seksualnosti u neiskazanome, šutnji, tajni – u bitnome promašuje ono što pokušava označiti.

Bilo je vremena, kada su u zemlju zaljubljena plemena, tu istu zemlju oplodivala činom simuliranja koitusa. Bila je to ljubavna igra u obliku molitve nadahnute seksualnom energijom, igra koja je naglašavala značenje zemlje i tehnologije oranja (penetriranja u tu riznicu hrane). Čovjeka pluga zamijenio je pisar kojemu je svetost pisma stoljećima opravdavala vrlo svjetovne i vrlo izrabljivačke prozne odnose (muškarac–žena, rob–robotovlasnik, feudalc–kmet, religijski hijerarstvenik–vjernik). Vrijeme elektroničkih ekstenzija otvorilo nas je prema digitalnom oceanu u kojemu se trenutno pokušavamo snaći.

4 Da je upravljanje podsvjesnim uz pomoć straha na putu uspostavljanja zatvora bez zidova, potvrđuje i sljedeća slika:

„Suprotnost tabuu na polinezijskom se naziva noa = uobičajeno, općenito pristupačno. Time se pojam tabua povezuje s nečim kao što je pričuva, a on se sam često izražava kroz zabrane i ograničenja. Često bi se naša složenica *sveti strah* mogla poistovijetiti sa smislom koji je obuhvaćen tabuom...” (Freud 2000: 33).

5 Zabrana nametnuta izvana mijenja samo medij svog ispoljavanja:

...tabu je prastara zabrana nametnuta izvana (od strane nekog autoriteta), usmjerena protiv najjačeg užitka čovjeka. Užitek koji se pruža kršenjem te tabu-zabrane nalazi se u njegovoj sferi podsvjesnog; ljudi koji se pokoravaju tabuu, imaju ambivalentan stav prema onome što tabu pogada. Magična snaga koja se pripisuje tabuu, dovodi nas do sposobnosti kojom on ljude dovodi u iskušenje; ona se ponaša gotovo kao zaraza, jer primjer prekršitelja lako može prijeći na druge, te jer se zabranjeni užitek u podsvjesnom pomiče na nešto drugo. Pokora odricanjem, do koje dovodi kršenje tabua dokazuje da se i u samoj osnovi pokoravanja tabuu također nalazi odricanje...” (Freud 2000: 53).

Suvremeni čovjek, gledatelj, svakodnevno izložen pornografiji koja oblike rada (parnih) strojeva preslikava na oblike parenja ljudskih tijela, pred dilemom je koju u njega usađuje ponavljanje slika ljudskih strojeva u činu bezgrešnog funkcioniranja.

„Čišćenje“ podsvijesti civilizacijski je obustavljeno uslijed sve većih kontaminiranja medijskim mrljama na digitalnom oceanu.

U podsvjesno su se ugurali obrasci (stereotipi) masmedijskih, ratničkih pornografskih, crnokroničnih slika.

U svemu tome psihoanaliza polako ali sigurno gubi tlo. Odroni eksplicitne golotinje podsvijest mladoga bića zapadne civilizacije dovode pred pitanja koja se bitno razlikuju od onih koja su mučila odabrane pacijente (odabrane socijalne grupe) *Freuda* i njegovih nastavljača.

Onako kako sloboda oglašavanja nije sloboda i može joj proturiječiti, tako isto i sloboda pornografije predstavlja samo pornografski oblik slobode.

Pornografski prikaz seksa neodoljivo oslikava rad dobro uigranog, podmazanoga stroja. Muški je spolni organ u većini takvih filmova samo klip motora s unutarnjim ili vanjskim, uglavnom medijskim sagorijevanjem. Žena je stroj koji ima zadaću dati do znanja da klip funkcionira i da je energija probuđena.

Pornografska industrija srušila je *Freuda*, ali je dala na značenju *McLuhano*-voj kritici seksualnosti, koja je određena tehnologijama strojeva okoliša u kojemu se ta seksualnost zbiva.

## 2.

Pitanje bi se s *McLuhanom* moglo postaviti i ovako: Zašto je mlada (nevješta) postala mehaničkom? Što *McLuhan* vidi u problemu koji bi se u drugom diskursu nazvao postvarenjem ili otuđenjem? Na koji ga način on povezuje s uplivima medija i ekstenzija medijskih tehnologija? Krenimo s onim što je očigledno.

Da je uporaba ženskog tijela u suvremenim medijima znakovita, česta, i da ukazuje na pervertiranost odnosa u društvu, jedva da je danas ikome potrebno dokazivati. No, činjenica da je riječ o procesu koji je ozbiljno zahvatio ljudsku zajednicu svjedoči nam o snazi koja je utkana u korijene tog problema.

Korijeni su pak uvijek povezani s dominantnim tehnologijama koje nas, prije nego se snademo, zahvate i odvedu u svoje putanje.

Nikome tko analizira reportaže u popularnom tisku – pisao je *McLuhan* – nije teško prepoznati dominantan obrazac povezivanja seksa i tehnologije, premda će se nekome učiniti da je riječ o pojedinačnim slučajevima. Ne inzistirajući na tome da u potpunosti razumije obrazac o kojemu želi govoriti, *McLuhan* ga na svoj poznati način uočava/detektira i stavlja poput sonde na raspravu i uvid intelektualnoj javnosti. Žensko je tijelo postalo sredstvom unapređenja prodaje. Kao takvo ono je katalizator, ono je dodatak sustavu proizvodnje i prodaje, ono je činjenica razmjene.

I u doba pisanja *Mehaničke mlade* (dakle, četrdesetih i pedesetih godina) dijelovi ženskoga tijela bili su oglasnoj industriji sredstvo za skretanje pozornosti na određene proizvode ili usluge. Danas i mnogo više. Stereotipi su ovladali psihologijom građanina kao gledatelja i kupca pretvarajući ga u sredstvo koje kupnjom održava stereotipe na životu. A što je s osobama čija se tijela koriste za te stereotipe?

Uviđajući mogućnosti/iskoristivost/uporabljivost tijela – bilježi *McLuhan* – fotomodeli ga počinju doživljavati kao dijelove opreme, i to takve opreme koja taj ljudski stroj vodi k uspjehu. Erotski ili osjetilni potencijal ostaju potisnuti ili gurnuti u nesvjesno. Grudi, noge i ostali dijelovi tijela postaju, dakle, sredstva proboja do Olimpa vidljivosti, prepoznatljivosti, stereotipa zvjezdana noga sjaja.

Ima doista nešto od muškobanjastog strojevog hoda u pokretima (hodu) manekenki i njihovoj glumljenoj snazi i sigurnosti. Noge i poprsja su – zamjećuje i *McLuhan* – postali izvori moći uz koje se „daleko može dogurati.“ Oni su mamac za mušku pozornost, oni su zamjenjivi dio modernog stroja koji razvija i oblikuje kulturnu dinamiku ljudske zajednice.

Vremenu u kojemu se govorilo da je dobro imati ideju koja je na nogama, suprotstavljeno je, smatra *McLuhan*, novo vrijeme u kojemu se traže „noge s idejom“, noge koje su samosvjesne, koje govore, imaju svoju publiku, koje se može izvesti van. Koje, danas bismo dodali, znaju i mogu – izvesti van.

U ovom fokusiranju medija i oglasnih agencija na pojedine dijelove ženskoga tijela *McLuhan* vidi razbijanje povezanosti osobe s vlastitom seksualnošću.

Ukradeno i u fotografiju pretvoreno žensko tijelo suprotstavlja se jedinstvu i prožetosti tijela i osobe. Fotografija krade i odnosi, suprotstavlja jedinstvu... kao da realizira staro primitivno vjerovanje o potrebi skrivanja fotografije ili imena zbog mogućnosti da se oni upotrijebe protiv osobe koja se fotografira odnosno kojoj se zna pravo ime.<sup>6</sup>

Tijelo manekenke izlažući se, natječe se. Ono je, *Benjamin* bi rekao – izašlo na tržište. No, u ovom slučaju ne nudi se cjelovita osoba (koja je istovremeno i trgovac i roba), nego njeno tijelo ili samo dio tog tijela. To natjecateljsko, izloživo tijela samoga, *McLuhana* je – ono narcističko, uvijek vezano uz tehnologijsko. Strojevi nas pozivaju na natjecanje u igru koju smo unaprijed izgubili.

Biti u igri, za mlade 60-ih godina snažniji je motiv za upuštanje u seks – od samog nagona. To pogoduje instrumentaliziranju seksa kao simbola/nositelja/pokazatelja moći u osvajanju svijesti i pozornosti potrošača. Danas izazovu narcističkih (medijskih) tehnologija, hipnozi isijavajućih ekrana i izazovu seksualnih igrica ne odolijevaju niti djeca. Dob na koju utječu medijske ekstazije nepovratno se spustio do neprihvatljive razine.

Istovremeno, onaj tko je u igri teško se može vratiti „običnom“ životu osobnih, medijima neposredovanih doživljaja. Iskorak iz djetinjstva u ono tehnologijom posredovano narcističko – put je bez povratka.

Taj se problem pojavljuje i kod muškaraca i žena. I dok je ženama (manekenkama) nakon fetišiziranja nekog dijela njihova tijela, te pozornosti koju je taj dio tijela izazivao – teško preživjeti vlastitu prošlost – muškarac ima osjećaj da je prisiljen odgovoriti „u stilu“. Od njega se, naime, očekuje da – posjeduje.

Muškarac se prepušta mehanizmu koji ga gotovo mehaničkom zakonitošću tjera u njegovu ulogu kupca, no u njoj, smatra *McLuhan*, ne može biti sretan: Okružen nogama na pijedestalima, muškarac se osjeća poraženo i usamljeno. Kupio je i u činu kupnje negirao realiziranje svoje najdublje potrebe: biti u činu prožimanja svih razina odnosa s drugobivstvom u činu tjelesne i duhovne ljubavi.

6 Jedno od najčudnijih, ali i najpoučnijih žalobnih tabu običaja kod primitivnih naroda je zabrana, da se uopće izgovori ime umrloga... (v. *Freud* 2000: 76).

„Takva jedna tabu bolesnica koju sam poznavao izbjegavala je napisati svoje ime iz straha da bi to moglo doći u ruke nekoga, tko bi time postao vlasnikom jednog dijela njene ličnosti. U grčevitoj vjernosti kojom se borila i štitila od iskušenja svojih fantazija, zadala si je zapovijed 'ne dati ništa od svoje osobnosti'“ (*Freud* 2000: 79).

Seks kao sredstvo unapređenja prodaje (kako bismo rekli danas) ostavio je traga kako na sudionicima u procesu oglašavanja, tako isto i na potrošačima, to jest kolektivnoj svijesti cjelokupne ljudske zajednice. Industrija glamura i svijet zabave do te mjere razdvajaju seks od tijela da otvaraju prostor apstraktnom doživljaju seksa, odnosno, seksu „problematičnih orijentacija“. Stroj, pojednostavljeno rečeno, ne poznaje spol.

*McLuhan* se poziva na *Samuela Butlera* (i njegovo djelo *Erewhon*) koje je istraživalo načine na koje strojevi mogu sličiti ljudskim organizmima (među ostalim i svojevrsnim oblikom evoluiranja). *McLuhanu* je tu važan uvid u „organski karakter stroja“ tj. razmišljanje koje ide u smjeru otkrivanja međusobne interakcije čovjeka i stroja.

Ono izvanjsko i lako vidljivo nekog odnosa, nikada nije ono bitno tog odnosa. Stroj ne može misliti, niti ima iskustvo. No problem je dublji. *McLuhan* otkriva načine na koji strojevi i „strojno“ korištenje ljudske seksualnosti dovode do nesavladivih utjecaja i neočekivanih promjena.

I ranije su, *McLuhan* sugerira, u vremenima mačevalaca i konjanika, sredstva kojima su se oni koristili, utjecali na njihovo iskustvo. Koliko li su tek danas ti utjecaji jaki kada je riječ o korištenju strojeva nemjerljivo veće snage?

U rezultatu se pojavljuje određena zasićenost seksom i zamor, te pretvaranje ljudskog tijela u neku vrstu ljubavnog stroja oblikovanog i priređenog za određenu vrstu zadovoljstva.

Ovo ekstremno prakticiranje seksa, smatra *McLuhan*, svodi iskustvo seksa na pitanje mehanike i higijene. Razdvajanje reproduktivne uloge seksa, od zadovoljstva u seksu, otvara put prema homoseksualizmu. U eri mislećih strojeva, približili smo se tako ljubavnom stroju, koji također misli.

Već *Edmund Wilsonova Sjećanja na Hekatu County*, piše *McLuhan*, ženu vide kao izravan seksualni stroj koji ujedinjuje rad na traci i vještinu unošenja raznovrsnosti. Engleska je prva država koja je razvila *know-how*, ali je također i prva zemlja koja je razvila ideju frigidne žene.

Još jednom se, dakle, provlači paralela između onoga što jesmo i ekstenzija služeći se kojima smo postali to što jesmo.

*McLuhan* sugerira dva načina razmišljanja. Jedan je način *Wilhelma Reicha*, koji je u nasilju očitavao zamjenu za seks. Drugi put je ideja da sam zamor pritiscima tehnoloških ekstenzija zahtijevanja seksualnosti u točno određenim (strojnim) oblicima – već sam vodi do kulta nasilja. Nasilje je, sjetimo se, uvijek povezano s pitanjima identiteta, njegova gubljenja i opasnosti napada izvana.

Cilj sadističkog izivljavanja nije, dakle, realiziranje seksualne želje. Ovo izivljavanje hoće „više“ i ide dalje. To je napastvovanje koje ima svoju gotovo metafizičku dimenziju. Ciljevi su, s onu stranu seksa, iza granica seksa. Tako se destruktivni nagoni vežu sa zadovoljstvom. U idealima *Marquisea de Sadea*, *McLuhan* vidi logičan slijed instrumentaliziranja seksa od strane oglašivačke industrije i industrije zabave. Mentalni pipci šire se na sve strane.

Seks i brzina postaju dosadni bez elementa opasnosti. Instrumentalizirani i tijelo-duhovno razdvojeni seks traži novu odgovarajuću vrstu uzbuđenja. To uzbuđenje sličnije je uzbuđenju kojeg u muškarcu stvaraju buka motora, dim i lijepo oblikovana karoserija, nego uzbuđenje duševnog i duhovnog pronalaženja, prožimanja, uzimanja i davanja.

Na mjesto „amaterskog“ drhtaja, iskrenog doživljaja, dolazi „profesionalnost“ zavedenog zavodnika. Muškarac instrumentalizira svoj odnos prema ženi na način na koji je i sam indoktriniran suvremenim medijskim sredstvima indoktrinacije. Stroj u nama očitava manual za uporabu.

Umjetnik boje bi rekao da je najveća razlika među bojama ona između dvije nijanse. *McLuhan* sugerira kako su osjećajnost i sadizam – blizanci!<sup>7</sup>

Rđava beskonačnost seksualne nezasićenosti tijela isprepletenih u koloplet mehaničkih pokreta traži emociju koja je na razini situacije. Traži se opasno, eksplozivno, zapaljivo. Na listi su mučenje, ubojstvo, samoubojstvo. *Frankenstein* se sveti zbog neposjedovanja duše.

U tom kontekstu postaje razumljiviji *McLuhanov* stav koji kaže da *Reich* pojednostavljuje stvari. Nije, naime, problem u nesposobnosti ili nerealiziranju seksualnog zadovoljstva koje vodi izravno u nasilje odnosno fašizam. Patri-

7 *Life* je u siječnju 1948. godine donio priču „10 sekundi prije smrti“. Priča je to o ženi koja je s balkona skočila u smrt i o novinaru koji ju je uspio fotografirati neposredno prije njezina skočka. U ovom primjeru, *McLuhan* prepoznaje 'lešinare' i 'vampire' ljudskog duha koji se skrivaju iza interesa za „pravu priču“, odnosno, iza onoga „što ljude interesira“.



jarhalnom autoritetu robovanja onom mehaničkom *Reich* suprotstavlja učestalost i kompletnost seksualnog zadovoljenja u cjelosti. *McLuhan* bilježi i mogućnost o kojoj piše *D. H. Lawrence*, da razumna osoba snova i rada, završi u zamci stroja kao smiješan objekt, iz koje ga samo divlji smijeh može oslobadati.

Elektroničko doba koje umnoženo, golo (uglavnom žensko) tijelo koristi kao sredstvo unapređenja prodaje, kao robu, te kao sredstvo vršenja pritiska na elektroničkog muškarca – pitanje seksualnosti pomjera od nesvjesnog prema ogoljenom i prinudnom. Nije, dakle, nedostatak seksa proizveo agresivnost, nego uloga odrađivanja obaveze seksa propisivana i proizvedena (dakle izmanipulirana) od strane medija, takozvanog slobodnog tiska i ostalih sredstava neosvijestene prinude.

Seks, tehnologija i smrt, piše *McLuhan*, grade misterij mehaničke mlade. Za dešifriranje procesa *McLuhan* se okreće analizi medija: oglasima, tekstu, fotografijama, tehnikama manipulacije... Reklamni oglasi polje su koje najviše obećava.

### 3.

Zašto oglasi reklamnih agencija?<sup>8</sup>

Ti oglasi, ističe *McLuhan* u tekstu *Radna vrpca, boginja ljubavi*, upućuju (često) na tehniku. Istovremeno i sami su oblikovani uz korištenje načina koji sugeriraju nove tehnologije. (Tako se žensko tijelo da prikazati u dva dijela od kojih je jedan prikazan kao da je izložen rendgenskim zrakama, dakle, na isti način na koji se prikazuje presjek motora).

Ono što gledamo djelomice određuje i način na koji gledamo. Način gledanja ide pod ruku s onim što će biti viđeno. U igri suodređivanja penjemo se i spuštamo po stepenicama spoznaje, ovisno o pomagalima na koje se oslanjamo. Istovremeno, svako nas pomagalo mijenja. Naše iskustvo dijelom postaje ponutrašnjenje sredstava spoznaje/pomagala/medija.

U temeljima velikih pojmova kao što su politika, kultura, znanost, društvo... male su jezgre jednostavnih obrazaca umnoženih do svih pa i najudaljenijih

8 U ovom tekstu samo ćemo dodirnuti tek nekoliko oglasa. Više o *McLuhianovim* analizama može se pronaći u Alić 2010.

područja našega gledanja, doživljavanja, mišljenja. Zabluda da se o tim pojmovima može govoriti kao autonomnim monadama koje postoje neovisno o svojim izvorima, zabluda je koju nove tehnologije čine sve jasnijom. Njihov glavni kanal prema uporabi čovjeka za vlastite interese je nesvjesno. Pojava tog nesvjesnog najbolje se odražava u sustavu oglašavanja.

Oglasi donose ono još neosviješteno, ono što živi svoj život u kolektivno nesvjesnom i prema kojem se čovjek doba strojeva nesvjesno ravna. Tako se iza sjene tehnike i oglasnih pozivanja na znanost, zapravo nalaze strukture još neosviještenih obrazaca izmirenja tehnologijskih utjecaja i ljudske psihologije.<sup>9</sup>

„*Bodies by Fischer*“ oglasna je rečenica (sintagma) koja ovom analitičaru realnih procesa znači više od nekih filozofskih pojmova. Ona kao na pladnju donosi svjetlo u odnose koje *McLuhan* želi promatrati. Riječ je, prije ostalog, o tome da je riječ o tijelima, a ne tijelu, o mogućnosti da se tijela steknu/nabace/oblikuju/posjeduju na način na koji se posjeduju proizvodi; riječ je o brandu (*Fischerova* tijela) koji kao da otkriva specijalizirane osobe i pristupe pomoću kojih se uspješno, dapače, garantirano stiže do uspjeha. Konačno, „*Bodies by Fischer*“ indikativno je slično sloganima korporacija ili trgovina koje proizvode ili prodaju motocikle, automobile, prehrambene proizvode i slično. Tijela sa zamjenjivim dijelovima dio su industrijaliziranog svijeta koji proizvodi svoju sebi svojstvenu svijest.

Pri tome treba imati na umu da iza oglašavanja proizvoda ženskog glamura (oglasa koji inzistiraju na relaciji prema strojevima) ne stoje, smatra *McLuhan*, samo *copywriteri* u reklamnim agencijama. Povezivanje seksa sa tehnologijom, nije, dakle, izmišljotina ljudi koji su pisali oglase, niti je nešto slučajno, trenutačno. Nije u pitanju izolirana, površna i prolazna pojava.

Nimalo slučajno nisu, smatra *McLuhan*, ženske lutke u oglasima za proizvode ljepote, tako hladne posložene u linije, postrojene u redove uvijek istih, zamjenjivih dijelova. One su pokretna traka energije koja pokreće pokretne trake industrije iza kojih stoje umorni poslovni ljudi, koje ovakvi redovi zamjenjivih ženskih tijela bude iz seksualne obamrlosti (zbog čega sjede uvijek u prvim redovima na mjestima gdje se ta tijela pokazuju).

9 Za razliku od *Bergsona*, koji je, kako se tada govorilo 'navukao korzet apsolutu' – *McLuhan* ustvrđuje kako ne trebamo toliko očekivati od filozofije u vremenu u kojemu smo mi sami sadržaj tog apsoluta.

Medije smo svikli doživljavati površno. Pozivamo se na njihov sadržaj. Zariniti u dubine medijskih posredovanja znači uvidjeti sudbinsku povezanost čovjeka i svih oblika njegova suodnosa s drugobivstvovanjem. Seks u medijima nije samo slika gologa (ženskog) tijela. Riječ je o ljudskom izvršavanju naloga dobivenog od tehnologija koje je čovjek kreirao i kojima se podredio. Svaki čovjek je zamjenjiv. Svaki dio ljudskoga tijela samo je nesavršeni stroj. Svako novo tijelo uzbudjenje je posjedovanja nove karoserije...

Na pitanje: što djevojku čini prihvatljivim, dobrim brojem, 'komadom', *McLuhan* odgovara da je to činjenica što izgleda kao druge i dodaje da je „kvaka“ naprosto u tome da se predstavi/pokaže/učini – zamjenjivom. Biti dio velikog stroja, utopiti se u gomili, učiniti od sebe zamjenjivi dio, bez pretenzija, zaleta, očekivanja, promašaja, dio je to nove strukture kojom se društveni organizam podvrgava obrascima rada i preciznosti stroja. Dio je to i neizrečene filozofije velikih korporacija: uniformirane je lako obući u uniformu.

Ako uzbudljivima postaju sintetičke plavuše (vještački oblikovanih tijela), onda to znači da je na djelu obrazac koji djeluje na sve. Ako je prestiž biti u društvu s takvim ženama (brojevima/komadima) onda, taj obrazac određuje dinamiku jedne ljudske zajednice. Opijenost masom, *McLuhan* promatra u njenim korijenima – utjecajima tehnologija na ljudsko ponašanje. Pa, čak i suprotstavljanja tom obrascu, smatra *McLuhan*, samo podcrtavaju njegovu snagu.

Iskustvo *Hollywooda* svjedoči o živoj vrpici ženskih osoba (tijela) koja na jedna vrata *Hollywooda* ulaze, a na druga izlaze. Ta su tijela gotovo identična, odnosno, takvim u najmanju ruku žele biti. Ta je *hollywoodska* ljepota tako slična, da te ljepotice, prema sugestiji *Cecila de Millea*, ne bi trebalo imenovati nego – numerirati. Njihova je uloga uvijek ista, kao što je stereotip proizvodnje uvijek istih emocija prototip zatvaranja u zatvore bez zidova.

Kako razumjeti obrasce koji se ponavljaju? *McLuhan* sugerira kako folkloristi i antropolozi moraju pronaći put od pojavnog do razumijevanja temeljne dinamike.

Svaka kultura hrani one svoje segmente koji joj nisu strani. Svira se, dodaje slikovito, ista melodija s puno varijacija. No, te varijacije, upravo zato što imaju odnos prema temeljnom obrascu, melodiji – ukazuju na postojanje određenih „zakona“ tog društva koji modelira sve oblike izražavanja u društvu.

Oglasi izražavaju kolektivne tendencije društva, njegove snove i njegovo nesvjesno. Oni otkrivaju skrivene namjere, impulse, pojašnjavajući odnose koji bi se na drugi način teško mogli predočiti, a onda i analizirati. Agencijski se ljudi, pojašnjava *McLuhan*, stalno probijaju u svijet *Alice u zemlji čudesa*. Istovremeno, koncentrirani na ono poslovno, otkrivaju ono nesvjesno.

Na sličan način, samo mnogo snažnije, s prosječnim gledateljem komunicira *hollywoodska* industrija zabave. *McLuhan* se poziva na *Parkera Tylera*, koji je ustvrdio da je film psihoanalitička klinika za prosječnog radnika. Riječ je, dakle, o gledatelju koji sniva dnevne snove u zamračenom teatru kina.

Tako *Hollywood* postaje multimedijaska terapijska klinika, ali i kontrolor kolektivnog nesvjesnog, američke, odnosno, svjetske zajednice, naravno ne iz samaritanskih, nego poslovnih razloga. *Hollywood* je neka vrsta kolektivnog romanopisca, koji može biti vrlo opasan za osobe koje ga prihvaćaju bez ogledala kritičke refleksije. Takvi su u opasnosti, piše *McLuhan*, pretvoriti se u bespomoćne robote: „ljudski život pred licem ovakvog mehanizovanog sna nije moguć bez ogledala razuma“.<sup>10</sup>

#### 4.

Svjetlo dolazi zajedno s vatrom koja je grijala i omogućavala ukusniju i jestiviju hranu. No isto onako kako je vatra znala opeći (poput sunca) – tako i danas, oglašavanje proizvodi svoje nusprodukte. Oglasi su upoznali javnost s proizvodima, možda su ih i prodali, no, uz to su uglavnom nesvjesno radili na proizvođenju „mentalne rutine“ koja je vodila do stanja nemoći i gotovo potpunog prihvatanja zavodničkih industrija oglašavanja i zabave od strane potrošača. I još dublje: usmjeravali su ljudske navike prema potrebama proizvođača, odnosno oglašivača. Ljudska se seksualnost počela seliti prema interesima korporacija koje su u tom području istinski ljudskoga imale što utržiti.

10 Predgovor jubilarnom izdanju *Mechanical Bride*, *McLuhan* započinje konstatacijom koja je koliko točna, svima prezentna i neupitna, toliko isto iz određenog kruga promatranja – začudna. *McLuhan*, naime, vidi kako pripada prvoj generaciji analitičkih umova koja se pokušava probiti do razumijevanja načina kreiranja, kontrole i/ili manipuliranja kolektivno nesvjesnim i samom javnošću. Ulazeći u ovo područje *McLuhan* je morao otvarati i pitanja ljudskoga tijela, seksualnosti, nesvjesnoga, utjecaja tehnologija i medija na ljudsko iskustvo, te pitanja kulturnih i civilizacijskih promjena koje su u seksualnost ljudskih bića unijele nove tehnologije i posebno masmediji.

Snaga industrije oglašavanja iznimno je velika. Za nju rade dizajneri, pisci, psiholozi, glumci, likovni umjetnici, novinari, ekonomisti, pravnici. Oblikuju timove koji rješavaju partikularne zadatke, nikad se ne osvrćući na cjelinu. Njihov cilj, naime, mora biti ostvaren neovisno o kolateralnim štetama.

Otuda *McLuhanovo* inzistiranje na činjenici da je riječ o svojevrsnom obliku komercijalne edukacije u koju se ulaže i više novca i koji ima na raspolaganju više ljudi, više medija, tako da se standardno učenje u sustavu obrazovanja s tim ne može mjeriti. U tom je kontekstu seksualno obrazovanje u školama samo karikatura u usporedbi sa snagom i utjecajem masmedija. *Copy-paste* društvo svoj porobljeni narod uči množinama. Matrice prodaje ne mare za interese pojedinaca, unatoč zaklinjanju u isto.

Pitanje svih pitanja, i samom *McLuhanu*, kako se tome suprotstaviti? *McLuhan* je prije ostalog nudio svijest o tom problemu, smatrajući to prvom pretpostavkom otpora. U mnogo je navrata, na mnogim mjestima, spominjao priču E. A. Poa *Pad u vrtlog*, priču o mornaru koji se uspio spasiti iz vrtloga (vodenog vira) i to nakon spoznaje da je spasenje moguće samo u suradnji sa samim virom.

Poov vir, danas, stvaraju reklamne agencije, novine, radio, televizija, *internet*, mobilni telefoni, filmska industrija, industrija zabave. Čovjek je uhvaćen u mrežu vijesti, *imagea*, zvijezda, tračeva, filmskih priča, refleksnih reagiranja na reklamne poruke. U svijetu u kojemu pojedinac sve više postaje sjecište brendova (odjeće obuće, mjesta izlazaka, turističkih destinacija, nikotinskih i alkoholnih otrova...) – prostora za otpor, jako je malo. Razgovor ljudi-gledatelja postao je prebiranje po brendovima, aktualnim tračevima, zabavnim vijestima i sl. Neprihvatanje te mreže svojevrsno je napuštane premreženog svijeta.<sup>11</sup>

Količini indoktrinacije industrije oglašavanja u svakom njenom ostvarenju odgovara i određena količina zabave/razonode ugrađena u taj oblik. Ključ je to i za razumijevanje *McLuhanove* knjige: duhovita je to, britka ali i zabavna knjiga koja odbacuje moralne jadikovke – problem je dublji i on se mora rješavati.<sup>12</sup>

11 *McLuhan* je s *Mechanical Bride* htio čitatelje smjestiti u samo središte procesa koji je na djelu. Na temelju oglasa reklamne industrije on je na samom materijalu razotkrivao stavove i tendencije koji će se u kasnijim djelima samo potvrditi i bolje (atraktivnije) elaborirati. Sve to s nadom da bi njegove analize mogle potaknuti mnoge individualne, nove, zasebne strategije.

12 Novi svijet nije niti nadrealan niti nihilistički. Gledan iz perspektive poginulog američkog vojnika na Južnom Pacifiku koji umire sa slikom *hollywoodske* dive u rukama, *McLuhanu* je taj

Reklamne agencije, studiji za snimanja i laboratoriji, postaju za *McLuhana* folklor industrijskog čovjeka. Ovom sintagmom, *McLuhan* želi naglasiti utjecaje koje na današnjega čovjeka imaju nove tehnologije, nove institucije, oblici rada, prenošenja informacija i sl.

Propagandna industrija ne ostavlja prostora za interpretaciju. Audio-vizualna metoda, smatra *McLuhan*, nudi rješenja bez mogućnosti da se poruka kritički sagleda.

Za razliku od paralizirajućih načina djelovanja djela reklamne industrije, *McLuhan* želi ponuditi demistificirajuću sliku, osvježavajuće i osvježujuće rečenice.

Pozivajući se na kraju svog uvoda u *Mechanical Bride* na *Machiavellia*, to jest njegovu strategiju bijega iz izravnog racionalnog diskursa u artistički obojeno pripovijedanje, *McLuhan* sugerira proces koji može ići i u suprotnom pravcu: ako je, naime, moguće u književno, umjetnički ili likovno oblikovanim tekstovima/sudovima/interpretacijama sudjelovati u procesu distribucije moći u nekom društvu – onda, mora da je moguće, smatra *McLuhan* i analizom umjetničkih, artističkih, medijskih nastojanja – otkriti logiku unutarnjih procesa nekog društva.<sup>13</sup>

U oglasu korporacije RCA (*Radio Corporation of America*) u kojemu se razvija (slično *Timeu*) koncept „od ljudi za ljude“, svijet, tvrdio je oglas, postaje sve manji, istovremeno kako raste važnost internacionalnog komuniciranja

---

svijet izgledao više određen podsviješću, alegoričnim i iracionalnim svijetom. Za razliku od takvog viđenja, slaže se *McLuhan* s *Robertom Paynom* – europski nihilizam bio je logičan, svjestan i određen.

- 13 Put nije bio unaprijed određen. Kratko nakon objavljivanja *Mehaničke mladenke*, Amerika se upoznala s onom „elektroničkom“. Pojavila se, naime, televizija, koja će *McLuhana* ohrabriti u njegovu ukazivanju na utjecaje medija na oblikovanje društva.

Niti folklor, niti religija, smatra *McLuhan* ne određuju nas u našem društvenom ponašanju koliko to čine *massmediji* – mediji za mase. Profitiranje upravljanjem kolektivnom podsviješću, posao je *Hollywooda*, detektirao je *McLuhan* puno prije pojave suvremenih blockbustera. Vezu sna i filma spustio je na zemlju.

*Mechanical Bride* je knjiga u kojoj je svijet (na svom putu prema „globalnom selu“) još uvijek jedan „grad“. A da je taj svijet na putu postajanja sve manjim, *McLuhan* je mogao i pročitati u jednom od oglasa (za radio) kojeg je interpretirao. U provokativnom početku *Mechanical Bridea*, *McLuhan* je povukao paralelu između naslovnica dnevnih novina, moderne znanosti i umjetnosti. Nešto je od vizualne tehnike *Picasa* ili one književne *Joycea*, smatra *McLuhan*, zajedničko tim pristupima. Na te su pristupe, odmah postavlja tezu *McLuhan*, veliki utjecaj imale tehnike medija i industrije oglašavanja. Vijesti su djeliči mozaika iz cijeloga svijeta i najrazličitijih oblasti. Smještajući te vijesti jedne do drugih, novine su postajale svojevrsnim novim romanima ili u najmanju ruku onim što je utjecalo na preoblikovanje suvremenog romana.

i (samo)razumijevanja svijeta. Radio se oglašavao kao „glas mira“, kojeg je bilo moguće čuti bilo gdje na planetu.

Kupnjom radijskog prijemnika, slobodni smo – slušati. Ovom ironičnom do-  
sjetkom *McLuhana* ukazuje na budućnost medija: Nesloboda mijenja svoju  
odjeću, a sama sloboda prikazuje se kao mogućnost nesmetanog konzumira-  
nja sadržaja koji se emitira posredstvom medija.<sup>14</sup>

Kritika takozvane slobode medija u svom je nukleusu sadržana u ovoj zajedlji-  
voj, ali ispravnoj primjedbi.<sup>15</sup> Kritika pornografije na sličan način danas zavr-  
šava u slobodi gledanja ili negledanja. Kritika rata u mogućnosti sudjelovanja  
i nesudjelovanja. Kritika uništavanja svijeta u mogućnosti uzimanja udjela u  
tom procesu ili slobodnom promatranju puta prema kataklizmi. Vezan lanci-  
ma sadržaja vijesti, ukrašenih ideologijama kolonizatorskih korporacija, su-  
vremeni je čovjek uništavač svog vlastitog vremena kao postojanja.

Dok je, naime, za tribalnog čovjeka problem bio prostor, tehnološki odrede-  
ni čovjek u panici je zbog vremena. Oslobađa se te panike „ubijajući vrije-  
me“. Način je to oslobađanja od odgovornosti u povezanom svijetu u kojemu  
jesmo samo spram onoga Drugoga. To drugo može biti drugi oblik pisma,  
druga dominantna tehnologija, druga iz nje proizlazeća kultura, drugi oblik  
(samo)realizacije...

14 „U tom smislu je sudbina slobode takode postala zavisna od medija, od svih medija, odnosno, tačnije, od načina na koji ljudi odluče da ih koriste.

Demokratija se najpre i pre svega definiše kao volja da se pojedinci zaštite od svih oblika tira-  
nije, bilo da je reč o tiraniji jednog čovjeka ili slobodno izabrane većine“ (*Balle* 1997: 126).

15 Na koji način oglasi ulaze u područje kolektivno nesvjesnog i uspijevaju njime upravljati, *Mc-  
Luhana* pokazuje i na primjeru oglasa za sredstvo za glačanje.

Oglas, naravno, neće propitivati tko u obitelji pegla, kakva je podjela poslova, prolazi li u tome  
jedna strana lošije i kakve emocije u njoj to stvara ili potiskuje; na koji se način realizira poti-  
snuta agresivnost i sl. Oglas nudi stroj kojim žena može peglati košulju mužu bez istovremenog  
osjećaja mržnje prema svom mužu.

Pronađena je, dakle, mehanička zamjena, mehaničko rješenje za pitanje koje se odnosi na po-  
dručje morala, granica slobode, ljudskih odnosa u obiteljskoj zajednici.

Ono moralno, pokušava se, dakle, premostiti na mehanički način – strojem. Negativnih emo-  
cija (prema oglašivačkoj industriji) ne rješavamo se osvješćivanjem odnosa, nego strojem koji  
taj odnos čini takvim da je uz njega ili u njemu nečija patnja manje vidljiva.

Sama tehnologija donosi nam, smatra *McLuhana*, socijalne revolucije. Vlasništvo nad proizvod-  
nim snagama (rekli bismo marksističkim diskursom) određuje odnose proizvodnje, rada i ži-  
vota. U tom kontekstu, on vidi „ekonomsku logiku feminizma“, rođenog iz odluke o upošljava-  
nju ženske radne snage. Suknja se skratila, a sve se kroz medije prikazalo kao kampanja protiv  
tiranije starih muškaraca.

Na više se mjesta, *McLuhan* probija do dokaza o mogućnosti usporedbe i do usporedbe same, između različitih tehnologija u umjetnosti, između tiska, umjetnosti, ekonomije, između svega ovoga i promjene percepcije svijeta u tehnološki promijenjenom okolišu. Poziva se na mnoge autore. Među ostalima citira i *Einsteinov* navod *Renea Guillerea* koji je, istražujući odnos između jazza i kubizma, eksplicite sugerirao mogućnost jednog zajedničkog zakona koji se u vrijeme *Picasa* provlačio kroz slikarstvo, dizajn, film i poeziju.

Ova knjiga, *Mechanical Bride*, na putu je detektiranja tog zakona koji će, kako znamo, biti i posljednjim životnim naporom *McLuhana* uknjiženim posmrtno (uz pomoć njegova sina) u djelu *Laws of Media*.<sup>16</sup>

## 5.

Ponavljajući oglasne slogane svakodnevno kreiramo svijet utemeljen na sloganu kao horizontu interpretacije. Odazivajući se slikama pornografske kulture ostajemo zarobljeni horizontom narcizma kao nusproizvoda (medijskih) tehnologija. Naša je seksualnost determinirana ulaskom u svijet tehnologije a ne tek sličnošću poruka koje se tom tehnologijom umnažaju. Utjecaj tehnologije tiska na našu seksualnost završila je u milijardama seksualnih oglasa u tisku

16 Već u *Mechanical Brideu*, *McLuhan* se poziva na na *Marinettija* i njegov manifest objavljen u Pariškom *Figarou*. U pozivanju *Marinettijeva* manifesta na strojeve, energiju, tjelesno, vitalnost, brzinu, ljubav prema opasnosti – *McLuhan* je već vidio mješavinu obećanja i naredbodavnih sugestija, tako karakterističnih za oglase, odnosno, proizvođače podsvjesnih pritisaka na ljudsku odluku: „Odgajan na *Shopenhauerovom* pesimizmu i *Nietzscheovoj* energiji, on je u stroju pronašao pravog/istinskog zastupnika/agenta supermena/natčovjeka i jedini izlaz iz straha i estetske slabosti.“

Rečenica *Marinettijeva* manifesta koja govori o ljudskom povlačenju iz kaosa novih osjetilnosti i priklanjanju onome što ih zamjenjuje – mehaničkom blještavilu – jedna je od ključnih rečenica *McLuhaneve* filozofije medija. Ona potvrđuje relevantnost pristupa koji ukazuje na uplive tehnologije na našu svijest, ali i svjedoči o ogromnom stimulansu kojeg je na teoriju i filozofiju medija učinio avangardni pokret s početka 20 stoljeća, ponajprije u Europi, a onda i Americi. Senzibilnost umjetnika prema (epohalnim) promjenama, *McLuhan* prati uz uvide proizvođača sredstava za umnažanje, odnosno, sugestije njihovih reklamnih agencija, da se prodaja obavlja bolje ukoliko se u funkciju stave i umjetničke sposobnosti dramatziranja priče, primjerice. *McLuhan* bira Kodakov oglas koji u poslovnim filmovima otkriva važnu funkciju fotografije, odnosno, filma. Njihova je poruka doista indikativna: ona sugerira kako film omogućuje pravi teatar za prezentiranje. Otuda i poruka: Unesite filmom dramske elemente u svoju priču, priču kojom prodajete proizvod.

*McLuhan* se probija kroz slojeve značenja oglasnih poruka. Predstavljajući tako oglas naftne industrije (Zajednice za informiranje) o rivalstvu kao temelju razumijevanja Amerike (čime se propagira „specifičnost“ američkog liberalnog kapitalizma) *McLuhan* tu poruku prevodi. Ona u njegovoj interpretaciji glasi: Razumjeti suparništvo znači razumjeti zašto je u vašem životu auto sve, a zašto ste vi sami, nitko i ništa.



u kojima je tijelo stroj kojega treba zadovoljiti. Pornografija uzdignuta do satelitskih prijenosa srušila je berlinski zid, ali je stvorila zatvore bez zidova u kojima se osjećamo poput strojeva: uspješni i nesretni.

## LITERATURA:

- Alić, Sead. 2010. *McLuhan, najava filozofije medija*. Zagreb: Centar za filozofiju medija.
- Balle, Francis. 1997. *Moć medija* (Mandarin i trgovac). Beograd: Clio.
- Freud, Sigmund. 2000. *Totem i tabu*. Zagreb: Stari grad.
- McLuhan, Marshall. 2002. *The Mechanical Bride*. Berkeley, Ca: Gingko Press.

## MEDIA COMBUSTION OF SEXUALITY

### Summary:

---

*The paper observes sexuality of human beings in correlation with the dominant technologies of the time in which sexuality is realized. Since the early 20<sup>th</sup> century, and especially with the texts of Marshall McLuhan (the 60s), an increased awareness of the impact of media technology mediation on the entire human experience, including sexuality as such, has been growing.*

*Postmodern dissolution of ideas and discourse has its roots in the cultural and mediological insights into the (unaware) distinctness and definition of the human experience, and even human construction of theoretical systems – around patterns of technology. This article reviews the contributions of little-known work of McLuhan entitled: *Mechanical Bride*. It is focused on modern mass media which shape a 'prison without walls', being a way of manipulating the consciousness of modern citizens as spectators. So, the image of the female body has become a means of improving sales. Sexuality has in its field obtained a dimension that is not negligible. Means of sales promotion advances human sexuality according to pornographic dimensions.*

*In that sense, violence does not appear as a substitute for sex (as interpreted by Reich). McLuhan sees a trend (which has already come to life) that fatigue itself, caused by pressure of technological extensions of demanding sexuality in specifically determined (machine) forms – leads to the cult of violence. This is the context in which the media combustion of sexuality is analyzed.*

**Keywords:** *media, sexuality, taboos, pornography, psychoanalysis, McLuhan, Mechanical Bride, technology, advertising, Hollywood.*