

Religijska snaga logotipa Korijeni suprotstavljanja

Pile Sead ALIĆ



Utjecaj propagande postao je globalno evidentan. Suprotstavljanje sustavu koji omogućuje bogatstvo grupe koje posjeduju znak/logo - paprima oblike koje je nekada imalo suprotstavljanje privilegijama Crkve. Kritika upućena velikim korporacijama koje izrabljuju djecu radena je po povijesno poznatom obrascu suprotstavljanja hijerarhiji Crkve, njezinim privilegijama i pravu da utilitarno tumači znakove Biblije.

Vjera je već odavno prešla u područja ritaala, folkloru i političkih igara; nedjeljni odlasci na misu bivaju zamjenjivani odlascima u velike shopping centre. Preporivanje vjere iz područja filozofije definitivno rezultira nesnalženjem i lutanjima... Osnivači propagande (Crkva) zburado se mogu veseliti još jednom propadaju. Oni koji su im preoteli snagu propagande i učinili je svjetovnom - nisu naučili poglavlje o prepoznavanju i padu... Naime, i religioznost koja se spustila do razine propagandnog znaka, postaje iz dana u dan sve upitnijom. Mali logo-bogovi potrošačkoga politeizma razotkriveni su u osnovnoj ideji svoje kalkulacije: mi ćemo vam dati (božiji) znak, a vi ćete raditi. Novi feudalizam i nova (svjetovna) crkva otkrivaju svoje ružno naličje. Otuda potreba vraćanja korijenima znaka. Poradi razumijevanja ishodišta. Poradi uviđanja budućnosti propagande.

Znak znaka bio je znak

Vrata je otvorio strukturalizam, uvjeren da je pronašao ključ za razumijevanje našega života. U temeljima svega vidjeli su - znak. I to je bilo osnovom za čitav jedan pokret domiljanja i nadogradnje. I onda kada se negiralo dostignuće strukturalizma, uvijek se radilo o nekom novom aspektu promatranja ideje detektiranja stvarnosti pomoću znaka. Tako su, primjerice, poststrukturalisti bili čvrsto uvjereni da je strukturalizam pretjerao s idejom znaka kao nečeg što se treba promatrati kao čvrsta, stabilna cjelina te također da se književno djelo (kad je riječ o književnosti) ne smije promatrati kao cjelovito, zaokruženo i jednom završava određeno, ali sa nastavili na njihovu tragu. Sve je postalo znak, a sve discipline koje se radale postajale su dijelovi jedne velike znanosti o jeziku. S puno prava mogla bi se zagovarati teza Charlesa Piercea (osnivača semiotike) da su sve discipline koje istražuju jezik, na neki način varijante semiotike: Znak je svuda oko nas; mi smo znak; misli su znak; znak je na stroju na kojemu tipikamo tekst... Znak je pojavljivanje sunca ili kišnih oblaka ujutro, cvrkat peica, povjetarac, mrav na podu; znak je

leptirov let na drugom kontinentu, iznutrica životinje u staroj Grčkoj; znak je svaki naš pogled, podizanje obrve, svaki tik, pokret ruke... "Nikada nisam sumnjao u istinitost znakova Adsona, oni su jedino čime čovjek raspolaze da bi se snalazio u svijetu", kaže Vilim Umberta Eca u *Imenu ruže*. Znak može biti ugrađen u pozadina filmskoga kadra; može bitno utjecati na očitavanje slike, znak je plakat, letak, fotografija na plakat, slovo na letku... Znak je sadržan u redateljskoj odluci da na određenom mjestu koristi rez umjesto pretapanja ili da podloži ton prijašnjeg kadra pod sliku koja nailazi... Ako je sve znak, onda znak može biti sve. Tako su mislili kreatori zbilje načinjene od znakova koji emaniraju svoje korporacijsku snagu... Dio po dio ljudskoga života, jer ka i svakodnevnice počeli su preuzimati znakovi i kampanje njihovog uvjeravanja. Onako kako danas umjetnici slike ili riječi koordiniraju našu pozornost (svojevrsnim oblikom manipulacije) tj. određuju način očitavanja znakova - stoljećima i tisućama godina predstavnici religijskih hijerarhija interpretirali su znakove u horizontu/kodu izgradnje/održavanja i dogradnje mita: munja je bila znak božje srdžbe, ustalom kao i velika suša, poplava, požar. Svaki, pa i najmanji znak bio je dokazom veze sa Svevišnjim odnosno povezanosti hijerarhije s nadnaravnim. Crkveni velikodostojnici nositelji su Znaka; oni su uzimali pravo obilježavanja onih koji nisu smjeli biti dio zajednice; u ime znaka i znakova oni su mogli udijeliti milost, ali i započiniti ratove...

Na sličan način, u današnje doba citatnosti, samo upućeni čitatelji/gledatelji razotkrit će (i uživati) u očitavanju znakova umjetničkog stvaratelja. Minski je kod zamijenjen jednim od kodova umjetnosti, ali strukturalno, igra kao da je ostala ista. Umjetnost je područje koje u pravilu inicira spoznavanje tektonskih socijalnih pomaka. Na svoj način, blago i nejasno. Nakon umjetnosti dolaze svi ostali... Kritika crkvenog znaka danas se pretvorila u kritiku korporacijskoga znaka.

Buka u kanalu

Dugo se smatralo da je temeljni problem bilo kojeg oblika komuniciranja u onome što je semiotika nazvala komunikacijskim kanalom. Beker u *Semiotici i književnosti* navodi neke primjere koji pokazuju širinu lepeze smetnji u komunikacijskom kanalu: "Na primjer, ako zbog magle značak onako prožuri kroz crveno svjetlo koje nije bilo vidljivo. Reći ćemo semiotičkim terminima da je došlo do prekida u komunikacijskom kanalu. Mogu to biti naravno i smetnje u onom često upotrebljavanom smislu smetnji pri prijemu radio emisija. Totalitarni režimi često pribjegavaju postavljanju kompliciranih uređaja za proizvodnju smetnji u pokušaju da spriječe prijem nezelenih emisija..." Nesumnjivo da će takvi primjeri pomoći u razumijevanju problema na koje često prelaze skraćeno pozornost. No smetnje u komunikacijskom kanalu, nažalost, puno su dublje te zahvaćaju i označitelja i označen i označeno, dakle sve što je uključeno u bilo koji od segmenata procesa komunikacije.

Mi živimo u posljedicama tih smetnji. Mi smo rezultat komuniciranja s velikim brojem pogrešaka. Sljedbenici smo teorija, znakova, projekata i sl. koji su često ostali nejasni i neodređeni, krivo shvaćeni u komuniciranju; donositelji smo ili korisnici pojmova nastalih na potpuno ili

djelomice različnim doživljajima, pojmova koji su proistekli iz različitih skustava u mijenjanju i promijenjenim kulturnim i civilizacijskim kontekstima... Otuda još veća snaga propagandom etabliranih znakova velikih korporacija, sebeljubivih političara i globalno distribuiranih brandova. Živimo manje više u nepoznavanju tehnika i načina funkcioniranja medija pomoću kojih komuniciramo, bez obzira je li riječ o riječi, fotografiji, televizijskoj ili filmskoj slici, telefonu, e-mail... No još manje znamo, odnosno skraćeno pozornost na cilj, smisao, svrhu, kontekst komuniciranja, moguća očitavanja, moguća iskrivljavanja smisla i poteškoće koje iz toga proizlaze.

Beker navodi Barthesov primjer iz Mitologija o afričkom vojniku u francuskoj vojsci: "Nalazim se kod brijača i pri ruci mi je Paris-Match. Na naslovnoj je stranici mladi Crnac u francuskoj uniformi s uzdignutim očima, vjerojatno prema naboru na trkolu. To je sve značenje slike. No, bez obzira da li je navino ili ne, vrlo dobro razabirem što to meni znači: da je Francuska velik imperij, da svi njeni sinovi bez ikakve diskriminacije obzirom na boju kože, vjerojatno zbog njenom zastavom, te da nema boljeg odgovora kritičarima navodnog kolonijalizma od revnosti koju ovaj Crnac pokazuje, služeći svom tzv. Tlačiću." Primjer je to slikovne proizvodnje ideologizirane poruke i prečica onoga što svakodnevno gledamo na sustavnom proizvođaču takvih ideoloških igara - u televizijskim vijestima. Evo jednog od banalnijih, ali često korištenih obrazaca: I onda kada novinari pokušavaju svoje vijesti oblikovati tako da izgledaju neutralno, svjesno ili nesvesno, iskazuju svoj sud. Ako ga ne izgovaraju riječima znak će se pojaviti na nekom drugom mjestu. Primjerice, vijesti o odnosu Židova i Palestinaca često se pojavljuju u dva dijela. U jednom dijelu govori se o stavovima i političkim potezima Izraela, dok se u drugom dijelu vijesti, odnosno u sasvim drugi, dakle samostalnoj vijesti, govori o potezima i stavovima Palestinaca. Naizgled korektno. No ukoliko se svakodnevno, uporno i dosljedno uvijek na prvo mjesto stavlja vijest o samobilačkim napadima Palestinaca, a na drugom (završnom) mjestu (koje funkcionira kao komentar) vijest o izraelskim upadima na palestinski teritorij, dakle državnom terorizmu kojemu se daje ime "odmazda" - onda je riječ o implicitnom, ali jasnom proizvođenju vrlo određene slike odnosno političkog stava. Premalo se, dakle, razmišlja o približavanju informaciji odnosno diskursu neutralnosti. Ponekad je pak dovoljno samo promijeniti zvukovnu podlogu za potpuna promjena poruke koja se odaslije. Primjerice, umjesto neprijateljskog dočeka predsjednika zemlje - slika bez zvuka s dodatnim tekstom u ofu koji sugerira uobičajenu atmosferu - proizvodi televizijsku vijest koja s realitetom nema gotovo nikakve veze. A da je istodobno slikovni dio korektno prenešen. I da istodobno nema nikakvih posebnih montažnih zahvata. Znak je u tom primjeru sadržan u odsutnosti, dakle u onome što je izostalo, što nije emitirano... Pierce, De Saussure, Barthes, Jakobson, Levi-Strauss, Edmund Leach i mnogi drugi, polako ali sigurno, mukotrpno ali uspješno probijali su se do korijena komuniciranja čineći bitne i nezaobilazne predradnje za široko ali i specijalizirano istraživanje medijologije, za istraživanja koja će nas osloboditi nekih novih bogova; koja će nas osloboditi za ono od čega stoljećima intenzivno bježimo - sebe samih. Prvo je u osnove istraživanja trebalo postaviti znak. Bio je to pontonski most koji nije izdržao dugo, ali je pomogao u detektiranju sveukupnosti problema komunikacije... Hegelova pojmovna zgrada vrhunac je te pontonske gradnje. Veličanstveno je, ali i trunsko gradeno uvjerenje u hijerarhiju pojma. Zbilja je podržavana potrebama dokazivanja svjesnosti misaonog aparata... Nikada u povijesti jezik se nije popeo više, ali nikada nije nit morao pasti s veće visine. Njemački je idealizam svojevrsna teologija jezika koja je igru riječi i pojma pokušala interpretirati kao zakon: Rečenica "U početku bijaše riječ" može se interpretirati rečenicom: "Riječ je, dakle, bila samo u početku" Ne ljubimo, nego sudjelujemo u kodu ljubavi. Poststrukturalisti su upozoravali da je značenje svake riječi konstantirano značenjima različitih interpretacija, ali i drugih riječi. Svaki je

tekst mreža koja pletu generacije, tkivo sastavljeno od suznača, konteksta (citata, kodova). Kada danas, zajedno s Viktorom Žmegačem, analiziramo poimanje ljubavi u srednjovjekovnom tekstu, dolazimo do naizgled zapanjujućih zaključaka: naime da od izražaja puno više dolaze konvencije i riječi koje objašnjavaju kontekst, a manje riječi koje pojašnjavaju autentični ljubavni doživljaj aktera.

U povijesnom naime motrenju odjednom nam se otkriva da smo (kao ljudi) pišući srednjovjekovni roman, možda ipak premlado mislili, premlado bili slobodni svoji i autentični, a previše zarobljeni društvenim pravilima ponašanja, govorenja, komuniciranja... No dok je to možda i razumljivo za to davno doba, ne bi trebalo biti samorazumljivo za bilo koje doba nakon slobode romantizma. Odnosno nakon "otkrića" individualnoga. Pitanje je, naime, koliko u mnogim tekstovima danas (znanstvenim, književnim, religijskim, medijskim...) opada na poruku, a koliko na dokazivanje poznavanja i prisutnosti u nekom općevačenom i prihvaćenom kodu unutar kojeg se komunicira u određenoj grupi kojoj je tekst namijenjen. Ako, naime, kod prevlada - filozofija će se pretvoriti u poznavanje tekstova; znanost o književnosti u uzajamno citiranje unutar hijerarhije znanstvenika; vjera u ispravno dokazivanje vjernosti; a književna riječ u strelicu kojom se pogada trend uvjete iznova stvarane grupne dinamike neke nove generacije pisaca... T. S. Eliot u esaju *Tradicija i individualni talenat* utvrđuje kako se i umjetnik prodaje tradiciji koja mora govoriti kroz njegova djela da bi se u idealnom slučaju pretvorio tek u katalizator bez kojega nema pjesničkog djela, ali čiji tragovi se u umjetniku ne mogu otkriti.

Shvaćanje da je svako umjetničko, pa i književno djelo razumljivo samo u okviru nekog sustava unutar kojega je stvarano, te da je za njegovo razumijevanje potrebno **dekodiranje konvencije** koja je u djelu sadržana - bitan je poststrukturalistički pomak prema svijesti o životu i komunikaciji u horizontu buke u kanalu, nerazumijevanja koda, neodčitavanja smisla. U svemu tome posebno je zanimljivo mišljenje Niklasa Luhmanna: Polazište je autora u stavu da "probrazbe društvenog sistema iz strukturalističke i funkcionalno diferencijacije sustava proizvođe duboke promjene u idejnom dobru semantike, kojim društvo omogućuje kontinuitet vlastite reprodukcije, priključivanja radnje na radnju" Riječ je dakle o stavu koji kaže da se pri toj, svojevrsnoj "evolucijskoj transformaciji" značenja riječi i iskustva - mijenjaju. Mijenja se točka motrenja, mijenja se smisao, "težište iz kojeg se upravlja operacijama..." To dovodi do promjena u socijalnim strukturama i to do promjena koje se mogu zbiti - iskoristimo Luhmannov termin - revolucionarno. Riječ je o svojevrsnim promjenama paradigmi, do kojih kao i kod Kuhna dolazi više puta kroz povijest. No dok to Kuhn promatra na primjerima promjena znanstvenih paradigmi, Luhmann propituje ljubav kao **simbolički generalizirani komunikacijski medij**. Jedni su zahvrtali romantičnu, a sasvim drugi - aktualne urbane ljubavi na jedan je način romantična književnost tematizirala i koristila se kodom ljubavi, a na sasvim različit način ljubav je nazočna u književnosti. Ako i nije riječ o suprotnostima, zasigurno je riječ o specifičnostima koje potvrđuju promjene KODA LJUBAVI. Socijalni sustavi, naime, za Luhmanna pojavljuju se samo kroz komunikaciju. Stoga se i riječ ljubav promatra kao **SIMBOLIČKI KOD**, a ne kao [ljudski osjećaj]: *U tom smislu sam medij ljubavi nije osjećaj već komunikacijski kod prema čijim pravilima osjećaje možemo izražavati...*

Riječ je dakle o svojevrsnim modelima ponašanja, paradigmatima, Deweyevim papama koje su, poput Lacanovih riječi, unaprijed skrojene i koje nas određuju... Lacan kaže: **Simboli potpuno obavljaju čovjekov život mrežom, još prije nego on dođe na svijet, spajaju one koji će ga začeti "po krvi i mesu", domose pri njegovom rođenju... nacrt njegove sudbine...daju riječi koje će ga učiniti svjetnikom ili otpadnikom...zakon do smrti i pošlje smrti sve do strašnog suda kada ga upravo i opet riječ razriješuje ili osuđuje.** ♣