

MIROSLAV HUZJAK

Učiteljski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Hrvatska
miroslav.huzjak@ufzg.hr

Stvarnost kao jezična iluzija

Sažetak:

U filmu *Svemogući Bruce* pojavljuje se telefonski broj Boga. Taj broj je u stvarnosti mnoštvo ljudi nazivalo jer je dotični broj bio funkcionalan. Nakon epizode serije *Prijatelji* gdje Rachel rađa u bolnici, žene su diljem Amerike pokušavale otkriti u kojoj se bolnici to odvijalo (inače je snimano u studiju) kako bi i one tamo rodile. Semiologija opisuje kolažne znakove koji utječu na strukturiranje ljudskog ponašanja. Publika očekuje neposrednu istovjetnost označitelja i neke određene stvarnosti. Baudrillard govori o hiperrealnosti u kojoj se briše razlika između stvarnosti kakva jest i kakva bi trebala biti; simulacija se poistovjećuje sa zbiljom. Barthes pronalazi »rječnike stvarnosti« u časopisima, u opisima pored fotografija proizvoda. Benjamin ukazuje na reprodukciju umjetničkog djela koja stvara ravnodušnost. Warhol repliciranjem lica označava smrt originala, a Duchamp svojim *ready-madeovima* umjetničko djelo pretvara u označitelja. Wölfflin zaključuje da oblici gledanja imaju svoju vlastitu razvojnu povijest.

»Dolje sa svim pretpostavkama koje su omogućile vjerovanje u istiniti svijet.«

Friedrich Nietzsche

Ogledalo stvarnosti

Upitamo li djecu (a i ponekog odraslog) kojim će nam okom namignuti odraz u ogledalu ako mu namignemo lijevim okom, odgovor će vrlo često biti: »Pa, lijevim!« Doista, ogledalo nam uzvraća slikom čije obrnutosti često nismo svjesni jer nam se čini toliko stvarnom, toliko realističnom. Iluzija stvarnosti ogledala svojom obrnutošću zavodi gledatelje da vjeruju onome što vide, otvarajući problem objektivnosti prikaza i subjektivnosti opažaja – ili obrnuto. Lewis Carroll se pozabavio motivom inverznog svijeta u *Alici iza ogledala*, gdje se pojavljuju motivi obrnutih slova i raznih suprotstavljenih opozicija – veliko-malo, crno i bijelo kroz šahovske motive, blizanski likovi Tweedledum i Tweedledee (koji odražavaju jedan drugog), itd. Svijet u ogledalu zadržava sve vizualne omjere našeg svijeta, slika izgleda »kao prava« i tek će slova postavljena nasuprot plohi ogledala osvijestiti razliku između dvije slike – prave i odražene. Iznimka u zadržavanju omjera bit će zakrivljena ogledala koja, poput đavo-ljeg ogledala u Andersenovoj *Snježnoj kraljici*, odražavaju karikature pojava koje se

u njima ogledaju. Ipak, ogledalo ima još poneku osobinu koja ga razlikuje od njegove okolice: u prvom redu, ogledalo ima svoj oblik i format, odnos svojih stranica, ono svoju okolicu kadrira. Isječak koji se vidi u ogledalu tako poprima i neke osobine figurativne slike ili fotografije, koji također naizgled prikazuju stvarnost svoje okolice (što god zasad pod time podrazumijevali), ali taj isječak ima i manje očiglednu osjetljivost na smještaj odraženih oblika unutar formata – drugim riječima, ima kompoziciju. Druga sličnost sa slikama ili fotografijama je u tome što oblike u ogledalu nije moguće dodirnuti; oni su samo plohe, prikazi. Štoviše, ukoliko odredimo svojstva plohe kroz njen obris (granicu, konturu), svjetlinu te boju i teksturu (koju ploha preuzima od površine), moguće je zamisliti i takvu plohu koja neutralizira sva vlastita svojstva. Ova je pojava izvediva nasuprotnim postavljanjem ogledala, dvoranom ogledala koja odražavaju jedno drugo. Tada ogledalo više ne odražava »stvarnost« već samo sebe. Plohe se umnažaju u beskonačnost, realističnost prikaza se smanjuje, naglašava se odmak prikaza od motiva. Samodovoljnost takvog prikaza, njegova autonomija u odnosu na prirodu uvodi nas u umjetnički način prikazivanja; unutar formata, ploha više nije ogledalo, već platno ili papir.

Iluzija prikaza u umjetnosti

Odras u ogledalu može se usporediti sa slikom nadrealističkog slikara Renéa Magrittea »Neodlučnost pogleda«, iz 1929., na kojoj je prikazana realistično naslikana lula, a ispod nje je napisano: »Ovo nije lula«. Prosječnog gledatelja ovaj natpis vrijeđa: pa valjda vidim ono što mi je pred očima, a vidim lulu. Magritte je na ovo odvratio kako se ta lula ne može pušiti, omirisati, čak niti dotaknuti. Ako nije lula, što je? Odgovor bi trebao biti jednostavan – to je (samo) slika lule, a ne lula sama. Secesijski slikar Maurice Denis je krajem devetnaestog stoljeća pojasnio ovaj problem riječima: »Prije negoli postane krajolik ili krava, slika je prvenstveno ravna ploha prekrivena bojama.«

Ploha je oblik s dvije dimenzije, širinom i duljinom; visina joj je uskraćena. Ipak, tolerantno ćemo plohom nazvati one pojave koje imaju vrlo malu visinu, kao list papira, recimo, ili sloj boje. Prava, apsolutna ploha može se opaziti u ogledalu, sjeni ili na ekranu (televizijskom ili pri projekciji, recimo). Stoga se već i slojevi boje mogu shvatiti kao reljefni izlaz u prostor, što je posebno naglašeno na van Goghovim slikama.

Ipak, umjetnici su se ponekad trudili probiti i produbiti tu plošnost, što može ilustrirati geometrijska perspektiva koja se pojavila u petnaestom stoljeću (ali i prije, u antici). Gledatelj promatrajući doživljava iluziju prostora, postepeno zamjenjujući iluziju za stvarnost. Plošna realnost slike (»ravna ploha prekrivena bojama«) povukla se pred realnošću načina prikaza (iluzija dubine). Subjektivnost prikaza koji ovisi o stajalištu (ono što je blizu je veliko, a ono što je daleko je maleno) poništava srednjovjekovnu želju za objektivnim prikazom nepromjenjivih, univerzalnih vrijednosti (ono što je važno i vrijedno je veliko, a ono manje važno je maleno). Tako je od renesanse moguće da se na slici Piera della Francesce Krist (kojeg bičuju) kao najveća vrijednost prikaže u daljini malenim, a veliki likovi u prednjem planu su trgovci i

mecene. Sve je postalo relativno, više nema apsolutnih vrijednosti. Giottove gotičke slike s ranim, nedosljednim perspektivama današnja publika doživljava kao »loše naslikanu perspektivu«, dok je u četrnaestom stoljeću publika bila zapanjena realnošću i savršenošću takvih prikaza. Zanimljivost je kako suvremena publika sliku na kojoj nije upotrijebljena geometrijska perspektiva karakterizira kao »nerealnu« i »loše naslikanu«; istovremeno, pokus će pokazati kako velika većina te suvremene publike uopće nije u stanju sama razumjeti i upotrijebiti pravila te iste geometrijske perspektive. Sve se završava na mutnom demokratskom osjećaju kako »svatko ima pravo na svoje mišljenje«, svatko je jednako vrijedan, čak i u područjima za koja nema nikakvu kvalifikaciju. Time se prikaz stvarnosti kroz geometrijsku perspektivu poistovjećuje sa samom stvarnošću gledanu kroz principijelne naočale demokracije – »onako je kako se meni čini«.

Poznate su legende o umjetničkim iluzijama još od starogrčkih dana. Slikar Zeuksis je naslikao grožde koje su čvorci željeli ključati; realnost koja je prevarila prirodu samu. Neostvariva legenda, dakako, jer čvorci prirodu opažaju drugačije nego ljudi, ali publika rado vjeruje u univerzalnost opažaja (odnosno u jednu stvarnost, tj. istinu koja je jedna i očita). Nadalje, slikar Parazije slika prizor koji je prekriven naslikanim zastorom i pred tu iluziju zastora dovodi Zeuksisa. Zeuksis poseže rukom prema zastoru i biva prevaren (zastor je samo naslikan, ali stvara iluziju pravog zastora). Jedan je prevario čvorke, a drugi je prevario slikara (prevaranta) samog. Koristeći na slikama sjenu, slikar postaje op-sjenar, prevarant: ovo umjetnicima zamjera Platon želeći izbaciti umjetnike iz svoje idealne države. Onaj tko prikazuje samo sjenu sjene (jer ovaj svijet je ionako samo privid, samo sjena svijeta ideja) taj je varalica koji sam ne razumije varljivost u kojoj živi, i još svojim nerazumijevanjem tjera i druge u zabludu. Možda bi Platon, protivnik mimezisa, bio zadovoljan apstraktnim slikarstvom ili možda plošnim slikarstvom bez tonova sjena, ali poruka je još od onog vremena jasna – umjetnost ne treba oponašati prirodu, već ju promišljati. Nije važno »što« nego »kako«. Hiperrealističko slikarstvo treba gledati kroz povijesni rakurs apstraktnog ekspresionizma (čemu je suprotstavljeno kao suprotnost), a ne kroz tehnološki razvoj realnosti fotografije.

Slika koja nije stvarnost zbunjuje svoje gledatelje, a to pogotovo vrijedi za fotografije. I fotograf, kao i slikar, mora odlučivati o kompoziciji (odnosno o smještaju onog što fotografira unutar granica formata), o rakursima, planovima, osvjetljenju i bojama, a ipak je publika uvjerena da je ono što je zabilježeno na fotografiji naprosto »stvarnost«. Već i nomenklativno, dio fotografskog aparata kojim se hvata svjetlost naziva se »objektiv«. Posve neprikladno, kao što nas je upozorio likovni teoretičar Radovan Ivančević; zbog posve individualiziranog načina komponiranja i prikazivanja na foto-papiru, Ivančević za ovaj dio opreme predlaže naziv »subjektiv« (Ivančević, 2001). Isto je i s pokretnim slikama; zapisima se »objektiva« nekritički vjeruje zbog neosviještenosti o razlici između literarne teme i vizualnog sadržaja. Završetak jedne od prvih kino-projekcija u povijesti, dolazak željeznice na stanicu, publika je navodno dočekala skrivajući se ispod sjedala u dvorani bojeći se da će ih vlak pregaziti. U plošnost takvog prikaza tada je bilo teško povjerovati, strah od vizualne iluzije bio je veći od racionalizacije analize kadra. Paradoks subjektivnosti objektiva bio je uočljiv u ratno vrijeme u kojem su obje televizije zaraćenih strana prikazivale iste snimke

kao dokaze za suprotne tvrdnje. A rijetki će gledatelj filma, osim radnje filma, pričavati i kadrove, rakurse, planove, montažu, zvuk i osvjetljenje. Nažalost, od ovog načina interpretacije boluje i pristup školskoj lektiri u kojoj se još i danas traži kratak sadržaj, mjesto i vrijeme radnje, a ne literarni sadržaj i lingvistički, kompozicijski i izražajni problemi koje književnost doista obrađuje. Najviše stradava poezija kojoj se u školskim analizama gotovo isključivo pristupa tematski, emotivno i simbolički, bez osvještavanja o jezičnoj građi kojom je pjesma konstruirana. Ideološki, ovaj se problem odvio do krajnosti u tragičnom događaju poznatom kao »Waco incident« koji se dogodio u mjestu Waco u Teksasu od 28. 2. do 19. 4. 1993. David Koresh je, kao vođa kršćanske sekte nazvane »Davidijanci«, odveo u smrt sedamdeset i šest osoba u pucnjavi s američkom policijom i vojskom. Uzrok je ovoj tragediji – doslovno čitanje Biblije, knjige u kojoj stoji da se treba aktivno boriti protiv zlih sila. Posve ignorirajući cjelinu, mnoštvo je davidijanaca u Bibliji tražilo »mjesto i vrijeme radnje«, u smislu školske analize, i zaključilo da su zle sile okupljene oko američke vlade. Ostatak je tužna povijest koja upozorava na opasnost doslovnog, tematskog analiziranja sa željom pridodavanja »stvarnosti« i »istinitosti« samom prikazu. Uostalom, na ovo upozorava i sama biblijska priča o zlatnom teletu – Bog i *prikaz* boga nikako nisu ista stvar.

Fotografija je otvorila još jedan problem – problem reproduktivnosti. Vjera u istovjetnost »stvarnosti« i fotografije može biti poljuljana i mnogostrukim umnožavanjem.

»Cijeli Andy Warhol je u tome: umnožene replike Marilyninog lica u isto vrijeme označuju smrt originala i kraj predstavljanja.« (Baudrillard, 2001, 99)

Marcel Duchamp je svojim pisoarom, izloženim kao skulptura pod nazivom »Fontana«, otvorio novu stranicu u shvaćanju umjetničkog djela – umjetničko je djelo ono što nazovemo umjetničkim djelom i damo mu odgovarajući kontekst. Gledajući njegove *ready-madeove*, gotove objekte pokupljene iz okolice i posvećene umjetničkim kontekstom, pitamo se – što je tu ostalo od stvarnosti? Je li običan kotač bicikla izložen na postamentu u galeriji i zaveden u kataloge prestao postojati kao kotač u stvarnosti i ponovno se rodio u jednom drugom, umjetničkom svijetu? Je li nestao original da bismo se divili – čemu? Ideji? Kopiji stvarnosti? Novoj, originalnoj stvarnosti? A što ako se izloži čitava serija kotača, posve identičnih? Walter Benjamin je među prvima upozorio na promjene konteksta umjetničkog djela u dobu svoje tehničke reproduktivnosti.

»‘Ovdje i sada’ originala tvori pojam njegove autentičnosti. (...) Ono što ovdje nestaje može se sažeti u pojam aure i reći: u doba tehničke reprodukcije umjetničkog djela propada njegova aura.« (Benjamin, 1971, 56–57)

Serijski proizvod stvara istovrsnost; ne original i kopiju ili odraz, već ravnodušnost. *Pojam* originala i sam naziv, riječ *original*, dovedeni su u pitanje u samom svojem značenju.

Ponovno moramo zagledati u rječnike; ali što su uopće same riječi? Već spomenuti slikar Magritte je, u smislu biblijskog teleta, naglasio – slika lule i sama lula nisu isto. To je naglasio riječima napisanim na samoj slici. Platon će nadodati kako ni sama lula i pojam lule nisu isto. Svaki od tih elemenata – opći pojam, predmet i sliku

predmeta – kodirali smo riječima. Magritte stoga radi prečicu – na platnu umjesto naslikanog krajolika ispisuje riječ: »Krajolik«. Je li to sada krajolik ili nije? Je li to prikaz krajolika? Pojam krajolika? Čini se da moramo propitati što su to riječi.

Semiologija, znakovni sustavi i mediji

Problemom jezika kao znakovnog sustava bavio se strukturalizam, čiji je začetnik švicarski lingvist Ferdinand de Saussure. Svaki jezik se, prema strukturalistima, sastoji od dvije osi: paradigmatске i sintagmatske osi. Paradigma podrazumijeva os izbora, to su osnovne sastavnice nekog jezika – slova i riječi. Sintagme podrazumijevaju os kombiniranja, način raspoređivanja paradigmi – primjerice, gramatika. Ako paradigme zamislimo kao cigle, sintagme će odlučiti kakva će građevina biti oblikovana tim ciglama. Od istih se materijala može načiniti kuća, palača, hram ili neka drugačija zgrada. O sintagmatskim odlukama autora ovise kompozicijske mogućnosti pisanja nekog teksta; moglo bi se reći kako se ovdje kriju kreativne mogućnosti. Paradigme određuju područje kojim se bavimo; primjerice, paradigme u muzici su tonovi, u crtežu crte, u aritmetici brojevi, a u plesu pokreti i koraci. De Saussure je zaključio kako je za raspored različitih paradigmi (elemenata) moguće odabrati jednake sintagme (pravila); tako se kao sintagma može odabrati simetrija, pa se simetrično mogu postavljati muzički tonovi (c-d-e : e-d-c), crtama se mogu nacrtati simetrični oblici ili se mogu činiti simetrični pokreti. Sve ovo dovodi do zaključka da su paradigme disciplinarne (specifične za određeno područje), a sintagme interdisciplinarne (jednake za sva područja). Time su različita područja postala međusobno mjerljiva i usporediva na vrlo objektivnoj razini. Štoviše, de Saussure je objavio mogućnost šireg shvaćanja jezika: odredio je kako je jezik svaka pojava koja udovoljava osima paradigme i sintagme, pa nakon njega možemo govoriti o matematičkom jeziku, vizualnom jeziku, muzičkom jeziku ili plesnom jeziku, primjerice. Stvaranje temelja zajedničkih pravila (sintagmi, odnosno strukture) proširilo je i gledanje na osnovne elemente. Paradigme su znakovi, a u svojem *Tečaju opće lingvistike* de Saussure iskazuje potrebu za stvaranjem nove znanosti koja će se baviti praćenjem života znakova, nazvavši ju semiologija (grč. *semeion* = znak).

Znak je cjelina sastavljena od dvije polovice – od označitelja i označenika, odnosno od onog koji označuje i onog koji je označen. Riječ »stablo« povežujemo s općim pojmom stabla, ali i sa pojedinim opaženim stablom. Označitelj »stablo« će se u nekom drugom jeziku promijeniti; primjerice, u engleskom jeziku označitelj će biti riječ »tree«, dok će označenik ostati isti. Ukoliko želimo biti precizniji, uz isti označenik možemo pridodati određeniji označitelj, recimo »hrast«, a njemu nove označitelje, recimo »stari«, »velik« itd. Znak će sada rasti, jer će se u polutki označitelja namnožiti novi pojmovi (»veliko, staro stablo hrasta«), dok će u drugoj polutki opažena polutka ostati ista (određeno stablo). Nadalje, svaka od riječi u polutki označitelja i sama ima svoje označenike – »staro« je suprotno od »mlado«, podrazumijeva još i osušeno, hrapavo itd., a lanac se nastavlja označenicima novih pojašnjenja. Tako se pojavljuje mreža znakova koji međusobno objašnjavaju jedan drugog, a zajedničko im je da ih moramo naučiti; oni nisu intuitivni kao simboli. Razlikujmo: simboli su asocijativni

(lav može simbolizirati snagu ili hrabrost, a može biti znak evanđelista sv. Marka ili osiguravajuće kuće »Generalli«). Sad se podsjetimo Magritteovih slika u kojima samo ispisuje riječi bez slikovne pratnje, ili riječima negira slikovni prikaz (»Ovo nije lula«); Magritte u znakovima razdvaja označitelja od označenika, na neugodu (ali i u svrhu edukacije) svojih gledatelja.

Konačno, postoji razlika između jezika i govora. Jezik je opći sustav pravila (paradigmi i sintagmi), dok je govor praktična upotreba jezika. Možemo »govoriti hrvatski jezik«, ali ne možemo »jezikovati hrvatski govor«. Da bismo mogli progovoriti nekim jezikom, osim znanja, potreban je i jedan posrednik. Za lingvistički govor trebaju nam govorni organi (glasnice, usna šupljina, organ jezika), za crtanje potrebno nam je crtačko sredstvo (recimo, olovka, tuš i pero itd.), za sviranje potreban nam je instrument, itd. Ovaj je posrednik srednji član, pa se stoga tako i naziva – *medij*. Medij je prenositelj mogućnosti jezika u praksi govora; ne možemo govoriti ako ne poznamo jezik, ali se niti jezik ne može opaziti bez svojeg ostvaraja u govoru. Jezik je, prema tome, jednak za sve, dok je govor individualan za svakog pojedinca ponaosob koji ga koristi. Sve ovo podsjeća na grčkog boga Hermesa koji je bio posrednik između ostalih bogova i ljudi; Hermes je (poput kršćanskih anđela) srednji član koji prenosi poruke i omogućava komunikaciju između »onih gore« i »onih dolje«. Hermes je stoga kumovao imenu discipline strukturalnog proučavanja komunikacije, nazvane *hermeneutika*. Kao i strukturalizam (i kasnije poststrukturalizam), hermeneutika se bavi proučavanjem znakovnih kodova, odnosno tumačenjem teksta i traženjem smisla montažnog postupka u procesu govora. Hermes (rimski Merkur) nas podsjeća kako i sam glasnik ima svoj glas; recimo, crta povučena olovkom bit će drugačija od crte povučene ugljenom. I medij ima vlastiti govor; mekluanovski, i medij je poruka.

Lingvistički karakter opažaja

Problem paradigmi i riječi kao nositelja znakova krije se u suštini opažaja (percepcije). Citirajući riječi teoretičara percepcije Rudolfa Arnheima, »kompjutor može vidjeti, ali ne i opaziti« (Arnheim, 1985, 64), možemo pokušati odrediti značenje pojmova *gledati*, *vidjeti* i *opaziti*. Slika iz okolice koja ulazi u naše oko samo je svjetlosni podražaj. Oko razlikuje jedino boje i svijetle i tamne tonove, ali ne i »stolove«, »ljestve« ili »labude«. Ovo potonje se pojavljuje tek pošto se svjetlosni podražaj u električkom obliku provede do mozga i razvrsta u moždane polutke. Ugrubo, desna je strana mozga vezana uz vizualno mišljenje; ovdje se pojavljuju mentalne slike. Lijeva je strana mozga vezana uz verbalno mišljenje, ovdje se nalaze mentalni rječnici u kojima su pohranjeni pojmovi i njihovi nazivi. Po primanju podražaja, mozak razdvaja primljeni impuls na sliku kojoj zatim u svojem »rječniku« pronalazi ime i značenje (označitelja i označeno). Ovakav znak u mozgu psiholog Jerome S. Bruner naziva dostupnom kategorijom (Damjanov, 1991, 8). Drugim riječima, mozak svaki opažaj koji zaprimi kodira u znak; ukoliko mozak ne prepozna određeni znak, nema pohranjeno ime i značenje (dostupnu kategoriju), tada na raspolaganju ima dvije mogućnosti: ili će primljenoj pojavi pridodati značenje najbližnjeg pojma, ili tu pojavu uopće neće vidjeti. Iako ova tvrdnja zvuči pomalo nevjerojatno, vrlo ju je lako provjeriti. Pojavu

»pogrešnog viđenja«, odnosno najsličnijeg znaka, prepoznat ćemo u tzv. optičkim varkama. Pojavu »parcijalnog sljepila«, odnosno neregistriranja onog za što nemamo naziv, prepoznat ćemo u mađioničarskim trikovima. Pojednostavljeno, onaj čiji mozak ima pohranjenu kategoriju izvođenja trika vidjet će što mađioničar čini; ostali će vidjeti pojavljivanje predmeta ni iz čega ili neobjašnjivo nestajanje.

Proširimo ovakvo shvaćanje onog što vidimo. Ako viđenje neke pojave ovisi o kodiranju mozga koji svjetlosnim podražajima dodjeljuje naučeno značenje (označitelju dodjeljuje označenika i obrnuto), to znači da nije moguće vidjeti ono što nije označeno, te da će pogrešne oznake biti česte u situacijama bez dostupne kategorije. Dakle, svijet opažamo tako da svakoj pojavi dodijelimo ime i koncept, odnosno riječ kao znak. Upravo to možemo pratiti kod malenog djeteta; upravo naša sjećanja započnu verbalizacijom opaženog. Ali, i prije lingvističkih riječi, dijete usvaja znakove – uz označitelj »ugodno«, maloj će bebi označenik biti intonacija glasa koji čuje, toplina koju osjeća ili hrana koju jede, te će na tako očitane kodove reagirati. Na znak »neugodno« reagirat će plačem koji će biti intoniran ovisno o stupnju i vrsti neugodnosti. Ukratko, u suštini je opažaja svijeta njegovo označavanje.

Što, onda, vidimo? Problem opažanja svijeta psiholog James J. Gibson podijelio je na dvije mogućnosti; nazvao ih je shematski opažaj i doslovni opažaj. Shematski opažaj traži funkciju onome što vidi, doslovni opažaj traži oblike. U svakodnevnoj komunikaciji, riječ 'stolac' podrazumijeva »ono na čemu se sjedi« bez obzira kako to izgledalo. I doista, gotovo uvijek ćemo prepoznati stolac kad ga vidimo, bez obzira kako on izgledao – iako nismo vidjeli sve stolce koji su u povijesti do sada načinjeni, niti znamo kako će izgledati svi stolci koji će u budućnosti biti načinjeni. Stolac može imati jednu nogu, ili tri, ili četiri, može biti različitih boja i oblika, ali to nije ono prema čemu ga prepoznajemo. I opet, naš mozak vrši operaciju kategorizacije uspoređujući riječ 'sjediti' s riječima 'prenizak', 'previsok', 'nagut' itd., sve dok rezultat usporedbe (koje se vrše prvenstveno u mentalnim slikama) ne bude slika čovjeka koji na takvom stolcu može sjediti. Sve je ovo dobro poznato umjetnicima: bugarski umjetnik Plamen Dejanoff izložio je skulpturu usisavača koji izgleda u potpunosti jednako kao i kućni usisavač. U čemu je onda razlika, po čemu se razlikuju »pravi« usisavač od skulpture koja prikazuje usisavač? Jednostavno – skulpturom ne možemo usisavati, odnosno razlikuju se prema funkciji. Podsjetimo se biblijskog ukidanja prikaza Boga; zlatno tele nije Bog.

Doslovni je opažaj, dakle, traženje funkcije opaženog. Ovo će vrlo često zbuiniti gledatelje umjetničkih djela – Sunce na slici nije doista Sunce, ono nas ne može ugrijati. Njega treba gledati doslovnim opažajem, opažajem koji traži vizualni jezik: boje, plohe, površine, kompozicije. Shematski gledano, pri pisanju koristimo olovku. Doslovno gledano, u ruci držimo linijski istanjenu masu glatke površine i plave boje. Ovo nas ne uče u djetinjstvu; stoga su moguće zablude o kojima će biti riječi u zadnjem poglavlju – da se igrani cjelovečernji film ne gleda kao skup mnogobrojnih (filmskih) sličica u kojima su plohe različitih boja kompozicijski posložene, već kao zamjena za stvarnost.

Kako god okrenuli, kodiranje riječima određuje kako shvaćamo što vidimo, odnosno kakav je svijet u kojem živimo. Filozof Ludwig Wittgenstein je, za Karla R. Poppera vrlo iritantno, izjavio: »Moje je mišljenje, dakle, da sam u biti konačno ri-

ješio probleme.« (Wittgenstein, 2003, 27) Rješenje je sljedeće: filozofski problemi uopće ne postoje već su to sve samo jezične zagonetke. Zapisat će: »Knjiga raspravlja o filozofskim problemima i – vjerujem – pokazuje da način postavljanja tih problema počiva na nerazumijevanju logike našeg jezika.« (Wittgenstein, 2003, 25) Jezik stvara svijet, jer ga paradigama kodiramo.

Povjesničar umjetnosti Heinrich Wölfflin ustvrdio je kako nije sve moguće u svako doba.

»Način gledanja ili, recimo tako, zornog predočavanja nije od početka i nije posvuda isti, već poput svega živoga, ima svoj razvoj.« (Wölfflin, 1998, 5)

Oblici gledanja i mogućnosti prikazivanja imaju svoju vlastitu razvojnu povijest, a umjetnici izražavaju optičke stavove svojeg vremena. Iz ovog proizlazi Wölfflinovo umanjivanje individuuma kao historijskog faktora kroz teoriju »povijesti umjetnosti bez imena«. Sociolog Arnold Hauser ovo će objasniti ovako:

»Tako se, na primjer, među pretpostavke umjetnosti Leonarda da Vinci ubraja s jedne strane promjena stila koja vodi od quattrocenta do visoke renesanse, a s druge strane okolnost što u doba kad ta promjena postaje aktualna, postoji umjetnik Leonardova formata.« (Hauser, 1977, 161)

Pojmovnik povijesti, njene dostupne kategorije, oblikuju čak i same istraživače, jednako umjetnike kao i znanstvenike. Fizičarima je ovo otkrio Werner Heisenberg.

»Svako je mjerenje, u biti, međudjelovanje između instrumenta i objekta koji proučavamo. A svako međudjelovanje poremećuje početna stanja i instrumenta i objekta. Dakle, mjerenje nam daje informaciju o pojavi koja je poremećena uplitanjem instrumenta. Klasična fizika pretpostavlja da se svi takvi poremećaji mogu uzeti u obzir, te da se stvarno stanje objekta može ustanoviti neovisno o mjerenjima. Heisenberg je pokazao da je ta pretpostavka zabluda: *u atomskoj su fizici pojava i opažanje nedjeljivi jedno od drugoga*. Opažanje je također vrsta pojave, i to ne najjednostavnija (Ponomarev, 1995, 154).

Izgleđ svijeta ovisi o količini onoga što smo naučili i imenovali. *Omen est nomen*, znak je ime.

Svijet jest onakav kakav je opažen. Što, dakle, vidimo gledajući jedan stolac? Odgovor nam daje umjetnik Joseph Kosuth koji je 1965. izložio objekt »stolac« razdijeljen na svoje opažajne sastavnice: jedan drveni stolac u prostoru, a na zidu fotografiju stolca i uvećanu kopiju iz rječnika u kojem je objašnjeno lingvističko značenje riječi »stolac«. Rad se zove »Jedan i tri stolca«, i to je ono što čini našu stvarnost – troje kao jedno. Zaintrigirani naslućujemo implikaciju Svetog trojstva.

Mediji, simulacija i stvarnost

Znak, osim tumačenja, u sebi može sadržavati i vrijednost. Semiologija opisuje kolanje znakova koji utječu na strukturiranje ljudskog ponašanja.

»Astronomski rast bogatstva i kulturološkog utjecaja multinacionalnih korporacija tokom proteklih petnaest godina može se dokumentirano slijediti unatrag do jedne, naizgled

bezazlene ideje, koju su razvili teoretičari menadžmenta sredinom osamdesetih: uspješne korporacije primarno moraju proizvoditi marke, identitet, a ne proizvode.« (Klein, 2002, 15)

Proizvod je samo još jedan nepoznat, neopažen objekt s kojim opažaj mora odlučiti što će učiniti. Marketing, stoga, proizvodu kao označeniku dodaje označitelj – neki oblik potrebe i poželjnosti. Vrijednost proizvoda može se označiti slikom ili riječju. Roland Barthes, strukturalistički teoretičar i semiolog, koji na zasadama Ferdinanda de Saussurea razvija ideju translingvistike, odnosno shvaćanje svakog znakovnog sustava kao jezika, u modnim časopisima pronalazi rječnike dostupnih kategorija i znakovnih vrijednosti. Barthes ukazuje na tekst pokraj fotografija proizvoda; taj tekst stavlja proizvod u kontekst i precizira koju potrebu on ispunjava. Čitajući o odjevnoj kombinaciji kojom ćemo izaći na »kavicu na špici«, ili o haljini koju će odjenuti »mlada samosvjesna žena koja zna što želi«, čitatelj će i samog sebe smjestiti u jednu kategoriju u odnosu na koju će birati njene označitelje. Mladi svoj glazbeni ukus trebaju izreći i odjećom; posve je čitljivo samo iz odjeće tko sluša punk, tko rockabilly, a tko heavy metal, recimo. Odjećom ćemo sebe opisati kao »smjelu« osobu, »romantičnu«, »otvorenu«, »hrabru«, »opuštenu«, ili nekakvu drugačiju, ovisno o tome koji smo životni scenarij sebi odabrali – ili nam je nametnut. Časopisi su postali »rječnici stvarnosti«.

Potrošački predmeti tvore sustav znakova koji obavljaju diferencijacijsku funkciju među ljudima. Uz logotip neke poznate marke, označenik, marketingom se stavlja označitelj: »skupo«. Dakako, cijena se opravdava prihvatljivijim označiteljem »kvalitetno«, ali to je samo zamagljivanje. Igra znakova »uređuje« društvo i pojedincu pruža iluziju slobode da kupi ono što želi, odnosno da želi ono što je sam odabrao. Mreža plutajućih označitelja koji potiču želje, što je lako vidljivo kroz modu – većina želi ono što većina ima. Semiologija opisuje kolanje znakova.

Znakovi se određuju i slikama. Uz sliku traktora postavlja se slika lijepo žene. Iako smisleno nepovezani, traktor i ljepotica stapaju se u oznaku za »poželjno«. Baudrillard pronalazi hiperprodukciju slike koja svojim znakovljem zamjenjuje sliku stvarnosti. Roniti u oceanskim dubinama ili planinariti po svjetskim vrhovima više nije toliko uzbudljivo jer je već viđeno – na televiziji. Slike koje nam mediji (posrednici) isporučuju toliko su upečatljive da ih doživljavamo kao osobno iskustvo. I treba nam sve uzbudljivije iskustvo u vidu filmova, serija i emisija. Stoga oni koji stvaraju takve snimke uljepšavaju materijal u skladu s očekivanjima gledatelja, njegovim dostupnim kategorijama. Snimke iz raznih područja koje gledamo na vijestima oštećuju se kako bi se činile autentičnije, automobili u filmovima postali su uzori uređivanju automobila u našem svijetu. Televizija se rastvara u životu, život se rastvara u televiziji. Hiperrealnost briše razlike između stvarnosti kakva jest i kakva bi trebala biti. Kad Batman u filmu stoji na krovu, grad ispod njega je napučen reklamama i logotipima sponzora filmova; istim reklamama koje i mi gledamo u našem životu. Baudrillard govori o simulacijama koje se pretapaju sa zbiljom; život je uzbudljiv jedino ako izgleda kao film, jer je film stvorio dostupnu kategoriju uzbudljivosti. Tako je i s kategorijom »ljubav«: sladunjave romantične komedije često daju definicije ljubavi (recimo, dovršavanje rečenica partneru, uzbudljivi događaji koji sretno završavaju i stereotipna romantika), pa mladi parovi u velikom postotku zaključuju kako njihova

ljubav »nije dovoljno dobra«. Prema podacima Općinskog suda u Osijeku, 2008. godine je sklopljeno 696 brakova, a podneseno je 335 zahtjeva za razvodom. 2006. godine podnesena su 334 zahtjeva za razvod, 2007. njih 339 (izvor: *Glas Slavonije*, 19. 3. 2009.). Dakle, već godinama svaki drugi brak završava razvodom, što je alarmantan podatak. »Hiper« je vlastiti suvišak.

Baudrillard u svrhu oslobođenja traži denotaciju slike, za razliku od nametnute konotacije. Denotacija bi donekle odgovarala Gibsonovom *doslovnom opažaju*, a konotacija donekle *shematskom opažaju*. Denotacija je pokušaj doslovnog opažanja, a konotacijsko značenje nose asocijacije i (često vrlo suptilno) nametnuta tumačenja.

»Denotacija u cijelosti počiva na mitu o 'objektivnosti' (bilo da je riječ o jezičnome znaku, njegovoj fotografskoj ili ikoničkoj istoznačnici itd.), o neposrednoj istovjetnosti označitelja nekoj određenoj stvarnosti.« (Baudrillard, 2001, 19)

Slike treba prihvatiti kao označitelje, pojavnost, a odbaciti njihovo značenje. Likovni će pedagozi reći kako su apstraktne slike mnogo bolje za didaktičke svrhe, kao i glazba bez riječi. Prividna je apstraktnost mnogo preciznija od mutne simbolike, iščitavanje treba pretpostaviti učitavanju. Mogući primjer denotacije kroz demistifikaciju filma mogao bi biti film Larsa von Triera *Dogville* iz 2003. godine. Sve je u filmu stilizirano kako bi se naglasilo da to nije stvarnost nego film. Likovi se kreću po plohi na kojoj je nacrtan tlocrt gradića, scenografiju čini nekoliko stupova i ograda, likovi se pretvaraju da otvaraju vrata dok gledatelji čuju škripu, na podu je nacrtan obris i riječ »Pas« uz koji se čuje lavež dok ga likovi mimoilaze. Kazališna rasvjeta i nefiksirana kamera pojačavaju odmak od filma s kojim se treba poistovjetiti. Doista, zašto se poistovjetiti s filmom?

Neposredna istovjetnost označitelja i stvarnosti znači brkanje simulacije i zbilje. Pošto su i simulacija i zbilja određene lingvistički, odnosno jezičnim znakovima, lako može doći do zamjene homonima, pojmova jednakog izraza, ali različitog značenja. Udarac na filmu i udarac u stvarnosti nisu isto. Brza vožnja na filmu i brza vožnja u stvarnosti nisu isto. Paradoksalno, ovome učimo malu djecu dok gledaju crtane filmove. Nadalje: bolnica u filmu i bolnica u stvarnosti nisu isto. Isto vrijedi za pojam »Boga«. Kad dođe do miješanja riječi kojima su određeni označitelji, moguće su i ovakve, reklo bi se nevjerovatne, pojave: u filmu *Svemogući Bruce* Toma Shadyaca iz 2003. pojavljuje se telefonski broj Boga (bez predbroja), na *pageru* glavnog lika. Mnoštvo je ljudi krenulo nazivati dotični broj, koji je bio funkcionalan kod više pojedinaca u Americi, čak i u Engleskoj. Takvo doslovno shvaćanje dogodilo se i nakon epizode *sitcom* serije *Prijatelji* u kojoj lik Rachel (Jennifer Aniston) rađa u bolnici. Mnogo je trudnih žena nazivalo producentsku kuću pokušavajući saznati o kojoj je bolnici riječ, želeći tamo roditi, vjerojatno se nadajući dašku zvjezdane prašine koji je tamo mogao ostati. Vrlo ih je teško bilo uvjeriti da ta bolnica ne postoji, jer je radnja snimana u studiju. Hrvatska verzija ovakvog miješanja stvarnosti i fikcije je često spominjani događaj u kojem je neka žena uplatila misu u crkvi kako bi prohodala Eden, lik iz *soap*-opere *Santa Barbara*, koja je privremeno postala invalid (nastavak apsurdna je u tome što je lik Eden doista prohodao nešto kasnije, pa neka svatko izvede svoj zaključak). O ovakvim i sličnim pojavama 2000. godine je snimljen film

Bolničarka Betty s Renée Zellweger u glavnoj ulozi. U pitanju je komedija koja govori o djevojci kojoj se pomiješaju fikcija i stvarnost, te se ona zaljubljuje u Davida, lik doktora iz *soap*-opere *Razlog ljubavi*. Nažalost, film njenu zabludu prikazuje kao simpatičnu i romantičnu, idući tako na ruku svim gledateljima koji na sličan način čine potrošačku populaciju.

Napokon, u gotovo svim američkim humorističnim serijama u pozadini se čuje smijeh koji gledatelju sugerira duhovitu repliku ili situaciju. »Smijeh iz konzerve« (*canned laughter*) izmišljotina je CBS-ovog inženjera zvuka Charleyja Douglassa, koji je kasnih pedesetih započeo s praksom snimanja smijeha na trake i puštanja uz *sitcomove* (komedije situacije). Producenti su smatrali da se živa publika ne smije tamo gdje su producenti htjeli, a ponekad su se smijali predugo što je rušilo ritam glumcima. Tako se medijima otvorio i novi koncept – stvaranje mišljenja publici. Medij će vama reći što je smiješno, ne vi njemu. Pojavile su se i osobe koje komentiraju razne događaje, a čija je svrha da publika ponavlja njihove riječi »kao dobro sročene«. »Više nitko ne treba proizvoditi mnijenje, mi svi trebamo reproducirati javno mnijenje...« (Baudrillard, 2001, 91) Takve se osobe nazivaju »opinion makers«, stvaratelji mišljenja, i imaju velik utjecaj na mišljenje svoje publike. Baudrillard će reći da se masovnom mediju ne može uzvratiti, voditelju ne možete odgovoriti. »Za sada, mi prebivamo u ne-odgovoru, neodgovornosti.« (Baudrillard, 2001, 33)

Rudolph Arnhem je već u tridesetim godinama 20. stoljeća predvidio da će ljudsko biće pomiješati svijet koji opaža osjetilima i svijet koji interpretira mišljenjem, i da će vjerovati kako vidjeti znači shvaćati, što je posve krivo. Živimo u društvu koje francuski teoretičar Guy Debord naziva »društvo spektakla«. Nažalost, i sami su sudionici procesa stvaranja spektakla televizijskih slika pretvoreni u male zupčanike koji ne znaju što čine. Poljski novinar i pisac Ryszard Kapuscinski je zapisao:

»U Meksiku mi je prijatelj radio za američku televizijsku mrežu. Susreo sam ga nasred ulice; upravo je snimao sukobe studenata i policije. 'Što se događa, Johne?', upitao sam ga. 'Nemam pojma', odvratil on ne prestajući snimati. 'Ja ih samo snimam, samo bilježim, samo hvatam slike; potom ih pošaljem mreži, koja od tog materijala radi što hoće'« (Kapuscinski, 2005, 380)

Hermes, medij, oteo se kontroli; on više nije glasnik, on je glas.

Oduzimanje osobnosti omogućuje oduzimanje smislenog života; potrošač je na suptilan način postao lik iz filma braće Wachowski *Matrix*. Snimljen 1999. godine, film tematizira problem stvarnosti svijeta koji je zapravo kompjutorski mentalni program u glavama ljudi čija su tijela izvori energije strojevima koji su program načinili. Simbioza koja čovjeka pretvara u bateriju za onoga koji mu nudi simulaciju stvarnosti analogna je čovjeku-potrošaču koji više nema svoje »ja«. *Matrix* vrlo točno odgovara na pitanje što je stvarnost. Lik Morpheusa izgovara: »Što je stvarno? Kako definirati stvarno? Govoriš li o onome što možeš osjetiti, što možeš omirisati, što možeš okusiti i vidjeti, onda je stvarno samo električni signal protumačen u tvojem mozgu.« Ovo može biti interpretacija čuvene Protagorine misli: »Čovjek je mjerilo svih stvari; onih koje jesu da jesu, a onih koje nisu da nisu.«

1998. godine Peter Weir je prema scenariju Andrewa Niccola režirao *Trumanov show*, film koji je predvidio stvaranje televizijskih *reality*-emisija poput *Big Brother*a

čije je prvo izdanje bilo u Nizozemskoj 1999. godine, iz produkcije kuće Endemol. Filmski lik Trumana je po rođenju usvojila jedna televizijska kuća kako bi se snimila emisija o cijelom ljudskom životu. Za Trumana je napravljen umjetni gradić pod kupolom kojom se može kontrolirati vrijeme, a gradić je napunjen s 5000 kamera. Cijeli svijet prati Trumana, čak i kad spava. Priča koja postavlja pitanje je li više izoliran Truman kojem su i prijatelji glumci ili svi gledatelji koji ne žive svoje živote već njegov, postaje bolno aktualna pojavom *reality showova*. *Talk showovi* kao što su »Oprah« ili »Jerry Springer« imaju dirigente koji prilikom snimanja pokazuju publici kada da se smiju, kada da negoduju ili kakve geste da rade, ukratko pretvaraju publiku u lutke na koncima, a putem medija i sve gledatelje. Masovni mediji kao posrednici između simulacije i zbilje ni ne pokušavaju stvoriti granicu; naprotiv, granica se svim sredstvima briše.

Epilog

Pojedinac nestaje i njegov svijet nestaje; zamjenjuju ga simulakri. Baudrillard će reći: simulakri nikad nisu ono što krije istinu – istina je ta koja krije da je nema. Stvarnost nije nestala; ona nikad nije ni postojala. Stvarnost su samo nazivi za mentalne interpretacije električnih opažajnih podražaja. Stvarnost čine sintagme koje su upotrijebljene za uređivanje svijeta znakova.

Istočnjaci su, poput Protagore, poznavali relativnost opažaja i svijet su doživljavali kao bodrijarovsku iluziju nazvanu *Maya*. Indijci su, kao i Morpheus iz *Matrixa*, smatrali da svijet nije stvaran, da živimo u snu. Onaj tko se probudi je budan, što se na sanskrtu kaže slično: *Buda*.

»Jedan od najvećih taoističkih mislilaca drevne Kine i ujedno jedan od najbriljantnijih stilista svih vremena te velike zemlje je Chuang Tzu (iz četvrtoga i trećeg stoljeća p.n.e.). Među njegovim brojnim tekstovima ima ovaj, koji izvrsno predočuje taoistički subjektivizam i relativizam:

Jednom sam ja, Chuang Chou, sanjao da sam leptir i bio sam sretan poput leptira. Bio sam svjestan da sam posve zadovoljan sa sobom, no nisam znao da sam Chou. Najednom se probudih, i eto me – očito Chou. Ne znam je li to bio Chou koji je sanjao da je leptir, ili leptir koji (sada) sanja da je Chou.» (Devidé, 1993, 42)

Literatura

- Arnheim, R. (1985): *Vizuelno mišljenje. Jedinstvo slike i pojma*, Beograd: Univerzitet umjetnosti u Beogradu.
- Baudrillard, J. (2001): *Simulacija i zbilja*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo.
- Benjamin, W. (1971): *Uz kritiku sile*, Zagreb: Studentski centar Sveučilišta u Zagrebu.
- Damjanov, J. (1991): *Vizualni jezik i likovna umjetnost*, Zagreb: Školska knjiga.

- Devidé, V. (1993): *Zen*, Zagreb: Znanje.
- Gombrich, E. (1984.): *Umjetnost i iluzija. Psihologija slikovnog predstavljanja*, Beograd: Nolit.
- Hauser, A. (1977): *Filozofija povijesti umjetnosti*, Zagreb: Školska knjiga.
- Ivančević, R. (2001): Likovni odgoj za treći milenij, u: *Vizualna kultura i likovno obrazovanje*, Zagreb: Hrvatsko vijeće Insea.
- Kapuscinski, R. (2005): Odražavaju li mediji stvarnost svijeta?, u: *Europski glasnik*, Zagreb, br. 10, str. 377–384.
- Klein, N. (2002): *No logo*, Zagreb: V.B.Z.
- Ponomarev, L. I. (1995): *Kvantna kocka*, Zagreb: Školska knjiga.
- Wittgenstein, L. (2003): *Tractatus logico-philosophicus*, Zagreb: Moderna vremena.
- Wölfflin, H. (1998): *Temeljni pojmovi povijesti umjetnosti*, Zagreb: Institut za povijest umjetnosti.

MIROSLAV HUZZAK

Reality as Language Illusion

In a movie *Bruce Almighty* appears God's telephone number. In reality, many people dialled that number because it was functional. After the *Friends* episode where Rachel gives birth in a hospital, women all across America tried to discover in which hospital that took place (it was studio filmed) so they could also give birth there. Semiology describes circulation of signs which influence structure of human behaviour. Audience expects direct equality of a signifier and a certain reality. Baudrillard talks about hiperreality where a difference between reality that is and that should be is deleted; simulation is being equalized with reality. Barthes finds "reality's dictionaries" in magazines in descriptions next to the product's photographs. Benjamin indicates that art's reproduction makes people indifference. Warhol indicates death of the original by duplicating faces, and Duchamp with his *ready-mades* turns a piece of art into a signifier. Wölfflin concludes that forms of looking have their own developing history.