
VIDOVI KOMUNIKACIJE:
TEORIJA I PRAKSA

GLASOVI IZ KANTE

McLuhan, digitalni apsolut i problem regresivnog napretka

(Prilog materijalističkoj epistemologiji medijskog diskursa)

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

Marshall McLuhan

Apstrakt: U ovom ogledu autor pokušava na temelju primjeraka prosječnog nekvalificiranog te profesionalnog i teorijskog diskursa o fenomenu i pojmu medija predočiti momente koji nude model kako za strukturno-semiotičku tako i za sadržajno-kritičku analizu medija socijalno-teorijske orijentacije. Ona se odnosi na medije u striktnom (tehnološkom) i proširenom (semiološkom) značenju termina – kao tehničkih naprava i kao semiotičkih objekata poput diskursâ ideologije, znanosti i književnosti. U prvom dijelu (I. 1-3), koji je gotovo u cijelosti posvećen kratkom i legendarnom tekstu Marshalla McLuhana „Medij je poruka“, njegova osnovna teza se podvrgava diskurzivno-logičkoj analizi teksta i izokreće u prividno dijametralno suprotan oblik „Poruka je medij“ i istražuju se daljnje mogućnosti njezina razumijevanja. U drugom dijelu (II. 1-3) ispituje se odnos McLuhanova „integralnog“ pristupa analizi medija, kao partikularne teorije (teorije komunikacije), na taj način što se dovodi u diskurzivni kontekst s tezom o „kraju ideologije“ iz 60-ih godina te s primjercima humanističko-znanstvenog diskursa o ne-tehnološkim oblicima medija (hermeneutičke teorije percepcije, psihoanalize narativnih postupaka u fikcionalnim diskursima). Cilj rasprave je iznova locirati fenomen konceptualne regresije (sadržajne, kulturne, ideološke) u diskursima koji pretpostavljaju apsolutnu inovativnost i naprednost svoje medijske forme. Rezultat rasprave pokazuje da regresivnost leži u samoj formi medija, odnosno, u koncepcijama (teorijama, ideologijama) forme.

Ključne riječi: teorija medija, forme medija, instantnost, simultanost, McLuhan, hermeneutička epistemologija percepcije, psihoanalitička hermeneutika književnosti, teza o „kraju ideologije“, MacIntyre.

I. Medij i 'figura apsoluta'

1. Nestajući posrednik

Medij – pojam pod kojim podrazumijevamo svaki tvarni entitet koji svojim tijelom služi ili može služiti za prenošenje, propuštanje ili posredovanje nekog drugog, različitog entiteta (tvarnog ili duhovnog) – obuhvaća najširi mogući repertoar fizičkih predmeta, od stare kante preko suptilnijih tvari koje nazivamo „vodičima“, ili pak od još elementarnijih oblika tvari (čestica ili valova) za koje zna samo znanost, sve do živog tkiva, staničnih i substancičnih jedinica, i konačno opet do „nas“, do cijelog ljudskog tijela.¹ No, osim što je medij materijalan, univerzalan i ubikvitaran fizički objekt, obilježen je paradoksom koji je karakterističan za sve elementarne stvari – nevidljivošću nečega što je najprisutnije u svijetu predmeta, poput svjetla ili zraka.

Štoviše, u mediju ima nešto više i nešto manje elementarno od zraka, barem u racionalizatorskoj koncepciji ranih predsokratovaca. Dok je zrak postao teorijski predmet (*arché*) po tome što je nevidljivo prisutan, medij se čini permanentno odsutan iz svijeta svjesnog upravo po onome što ga čini vidljivim i prisutnim – to je njegova (gruba) materijalnost. Ona je taj neprekoračivi i nenadomjestivi moment koji nosi funkciju posredovanja ili medijacije po kojoj je medij medij. Paradoks medija je tako inherentan ili konstitutivan u samoj stvari-mediju: njegov neizostavni moment materijalnosti proizvodi ono što istiskuje i nadomiješta medij kao predmet u svijetu i što ga čini predmetno nepostojećim, tj. kao predmet svijesti. Premda uvijek tu, medij nestaje kao predmet jer je, poput znaka, nešto drugo nego on sam; no za razliku od znaka, medij ne upućuje na nešto drugo od samoga sebe što sâm nije prisutno nego je upravo njegova odsutnost konstitutivna za znakovni odnos. Medij ne upućuje na drugo i ne postaje sâm vidljiv tim upućivanjem, kao što je slučaj kod znaka, nego sadrži to drugo kao svoje i tim sadržavanjem drugog nestaje iz polja predmetnosti. Medij jest ili postaje nevidljiv u mjeri u kojoj,

¹ Da stanični procesi nisu samo transmiteri neuronskih podražaja nego genuini komunikacijski pa čak i interpretacijski fenomen, pretpostavka je tzv. „imunosemiotike“. Interpretacijsko-teorijsku univerzalizaciju te pretpostavke o „semiozi limfocita“ osporava Umberto Eco u: *I limiti dell'interpretazione*, Milano: Gruppo editoriale Fabbricanti etc. 1990 (v. osobito pogl. 4.1, o minimalnim uvjetima interpretacije).

kao fizički predmet u svijetu, posreduje (ili „medijalizira“) svoje drugo koje ga, sa svoje strane, nadomješta u najmanje dvostrukom smislu: predstavlja-zamjenjuje i potiskuje.

Taj elementarni odnos samo-poništanja-kroz-drugo ne važi samo apstraktno i općenito za fizičke stvari u svijetu i njihovu sposobnost da prenose druge stvari, već također za klasu tehničkih naprava koje nazivamo medijima: na mjesto medija u smislu materijalne forme ili tehničke naprave uvijek stupa, čak kad je naprava posebno vidljiva ili uočljiva, to heterogeno, drugo od njega samoga – ono što zovemo sadržajem. To dobro ilustrira okolnost da se svaka intervencija na medijskom predmetu (poput „pojačavanja tona“ na televizoru ili nekom sličnom uređaju iz klase „prijemnika“ koji „emitiraju“ druge fizičke predmete, poput tona i slike) odvija i doživljava kao modifikacija na (medijskom) sadržaju a ne na (medijskom) predmetu. Unos (*input*) koji je fizički predmetan i osviješten ali osjetilno skroman ili oskudan (radnja pomicanja nekog dijela na aparatu koji nazivamo pojačalom) postaje takoreći bespredmetan pred estetskom spektakularnošću promjene u ishodu (*output*), pred obiljem novog sadržaja (zvuka koji više ne doživljavamo kao fizički predmet već kao duhovni sadržaj). Sve dok i sve više što uspijeva ta modifikacija sadržaja ona bolje sakriva da počiva na preskoku ili „bespredmetnosti“ posredujućih instanci. (Tako radnja inputa koju prati naše istinito vjerovanje da pomičemo pojačalo s nižeg na viši stupanj zapravo ne zna što tehnički izvodi, ona ne zna da je primarni učinak ili output samo promjena tehničkih konfiguracija, dakle, da je predmet promjene medija samo drugi medij u mediju.) To neznanje nije samo psihološko – premda je zanemarivanje materijalne strane uređaja i usredotočenje prosječne-svakodnevne svijesti na „output“ svakako psihološka pojava – niti je samo pitanje razlike između obične i ekspertne svijesti, koja se lako daje objasniti i time ispuniti rupe u preskoku. Naprotiv, za skokovit odnos *inputa* i *outputa* karakteristična je i odlučujuća upravo redukcija ili prekraćenost koja proizvodi strukturni prevrat između tehničke oskudnosti forme i obilja sadržaja; i što se više kroz to baratanje iluzijom, kroz to brkanje fizičke forme i duhovnog sadržaja, troši sâm medij kao tehnička naprava, medij nestaje iz područja osjetilnosti, zamjetljivosti i osviještene prisutnosti za korisnika, a time, čini se, i samo-zamjedba ili osviještenost korisnika kao subjekta korištenja. Tek kad modifi-

kacija (više) ne uspijeva, kad radnja *inputa* ne donosi očekivani *output*, pojavljuje se medij u svome čistom ali potrošenom, ne-funkcionalnom i ne-medijskom obliku – radio ili televizor kao „stara kanta“. Medij postaje „prisutan“ u trenutku svoje disfunkcionalnosti. Čini se da to vrijedi i za subjekt: on se pojavljuje kao frustrirani korisnik.

Danas vladajuća i navodno općeprihvaćena spoznaja o tome da se ljudska kultura zapravo sastoji od medija, a da civilizacijski proces nije ništa drugo do tehnološko usavršavanje i sadržajno proširivanje oblika reprezentacije, medijacije svijeta i razmjene spoznaja, nije ni tako opća ni tako samorazumljiva, kako se možda čini na temelju zasićenja okolnog svijeta novom i najnovijom medijskom tehnikom koja se reproducira u sve savršenijim tehničkim oblicima i sve kraćim vremenskim sekvencama. Odatle se izvodi pretpostavka o „medijskoj osviještenosti“ suvremenog čovječanstva, tj. „medijskoj svijesti“ koja navodno iz temelja karakterizira današnju prosječnu svijest. Možda je, prividno paradoksalno s obzirom na sveprisustvo visoke tehnologije, prije riječ o *nesvjesnoj* prožetosti svakidašnjice medijima koja stvara nov, tehnološki i intelektualno složeniji tip spontane „pismenosti“, a ne osviještenost, a socijalna i politička posljedica te pismenosti jest stvaranje veće (ili barem iste) intelektualne razlike između specijalista i običnih korisnika nego što je ikad postojala u povijesti. Povijest pismenosti na srednjevjekovnom Zapadu prije izuma tiska uči nas da se opseg društvene klase proizvođača pisma (pisaca i prepisivača) više-manje podudara s količinom čitača; obje su kategorije ograničene na usku klasu društveno izdvojenih specijalista. Upravo to se smatra historijskim i tipološkim pragom nastanka pisca u modernom smislu riječi.²

Za ilustraciju posljedica nove masovne „pismenosti“, u tom smislu karakteristična je jedna pojedinost iz jedne tzv. „velike društvene afere“ u Hrvatskoj, s kraja 2004., povodom objavljivanja privatnog porno-filma najistaknutije hrvatske pop-zvijezde 90-ih, pjevačice lake glazbe, Severine Vučković, na internetskom portalu

² Ta se specifična epohalna struktura smatra određujućim društvenim i kulturnim uvjetom za nastajanje figure i institucije „autora“, izoliranog i uzvišenog pisca, koju inače smatramo specifično modernom. Usp. James J. O’Donnell, *Avatars of the Word. From Papyrus to Cyberspace*, Cambridge (MA), London (UK): Harvard UP, 1998, Introduction. Za ovu tematiku upućujem na URL-adresu <http://www.english.uga.edu/~rmenke/6830/>, s daljnjim linkovima prema opširnoj i analitičnoj bibliografiji o historiji i sociologiji knjige.

Index.hr; ta je afera postala „događaj u regiji“ (kako se eufemistički još naziva inače po sebi već eufemistički izraz „prostor bivše Jugoslavije“) a došla je čak do ranga globalne vijesti na CNN-u. Riječ je o tome kako je (navodno izbrisani) video-dokument s kompjutera pjevačice postao plijen nekog hackera koji je trebao servisirati kompjuter pa je (navodno) ujedno detektirao izbrisani dokument, skinuo ga i prosljedio sljedećem mediju u lancu afere. – Osim što ovdje već u najužem području tehnologije vidimo proliferaciju samog pojma medija od tehničkog predmeta (kompjuter) preko daljnjih materijalnih oblika prijenosa do institucije ili interesne organizacije (internet portal) koja, iako pravna osoba, na kraju lanca sama postaje „nosačem“ istog sadržaja kao i kompjuter, karakterističan je jedan naoko bizaran i prividno heterogen detalj koji je kričavim naslovom formulirao jedan tiskani medij (*Jutarnji list*): „Za aferu kriva Severinina računalna nepismenost!“ Premda takva formulacija u novinskom žargonu ne dokazuje ništa drugo do pretencioznost, neobaviještenost i sklonost mitomaniji povodom pojma „računalne pismenosti“, ona skriva ono bitno. Funkcija hackera odlučujuća je za aferu i to ne samo kao tehnološki kvalificiranog koji će uvijek premašiti i najveću „pismenost“ običnog korisnika; ona je odlučujuća zato i samo zato što je visoko kvalificirani tehničar ujedno kompetentan i sadržajno – on je kulturološki, ideološki i simbolički *obaviješten* posrednik, barem implicitno. Funkcija hackera je zapravo ime za apstraktniji i daleko presudniji predmet koji ću ovdje tentativno nazvati *problemom lokacije (ili lociranja) medija*. Gdje je smješten medij u toj aferi, što je to što čini medij – je li to procedura snimanja ili procedura objavljivanja ili pak procedura (navodne) krađe? Očigledno je da se mjesto medija ne može iscartati bez uračunavanja trans-tehnološke i trans-sadržajne komponente, odn. da medij konstituiraju jedna instanca relacije medij-sadržaj koja je u odnosu i na medij i na sadržaj ujedno izvanjska i unutrašnja ili, rečeno rječnikom lakanovske psihoanalitičke semiologije, „ekstimna“. Ona je ta koja povezuje sve tri procedure (snimanje, objavljivanje, krađu). Drugim riječima, pozicija medija je određiva samo kao mjesto „javno zainteresiranog“ subjekta koji sam postaje prenosnik ili medij jednog sadržaja koji nije su-izrečen, ali je uvijek su-iskazan i genuino nov.

Medijsko stanje modernog i osobito suvremenog doba izgleda iz temelja drugačije od klasičnog, ali možda ipak samo u jednom

svome dijelu: nova medijska tehnologija je od početka, po svojoj konstituciji, namijenjena masovnoj upotrebi koja se odvija uz istovremeno više-manje spontano praktično razumijevanje u hodu (tzv. brzo ili sporo „kopčanje“), kao instantano korištenje-uživanje sa što manje disfunkcija i frustracija.³ Teorijsko razumijevanje medija i dalje je ostavljeno teorijskoj kulturi specijalista, koja je i sama razdijeljena na sektore izumitelja, teoretičara i proizvođača. Oni se u različitim i nejednakim oblicima i stupnjevima komunikacije obraćaju svijetu „običnih“ korisnika, i to ovisno o svome položaju prema sektoru marketinga. Tako je i spoznaja o „prožetosti“ ljudske kulture medijima teorijska tekovina suvremenog doba i puno mlađa od faktičkog historijskog otkrića medija kao posebne tvarne supstancije. Ono pada, kao što je poznato, ujedno s otkrićem kemijskog elementa radija.

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

³ Za spomenuti porno-video v. moj prilog „Severina u poročnom krugu medija“, u: *Tranzitorij 2007*. – Kao što ćemo kasnije vidjeti kod samog McLuhana, to se mjesto pokazuje kao scena uživanja recipijenta u „čistom“ procesu medijacije. Međutim, ono je mnogo više: mjesto koje pretvara nemuš akt uživanja recipijenta u proces koji ga konstituira u simboličkom smislu kao subjekt želje. To je efekt hackera-kradljivca da moment intimnosti („privatnosti“) u medijskom samo-uživanju pop-pjevačice pretvori u ono što ono jest: „ekstimni“ moment javnosti (u smislu „vanjskog“ koje je od početka već unutrašnje).

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

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

Premda rijetke, nove pojave „simboličkih pješaka“ nisu nepoznate ni kod nas. Osim medijski eksploatiranog hrvatskog pješaka-hodočasnika u Rim uoči (posljednjeg) rođendana pokojnog pape Ivana Pavla II. u ljeto 2004., ili pak bicikljade povodom Olimpijskih igara u Ateni 2004., pojavio se u hrvatskim masovnim medijima i „autentičniji“ primjerak tradicionalnog šegrtskog hodočasnika – njemački stolarski šegrt, u karakterističnoj odjeći iz 19. stoljeća koja se još uvijek može vidjeti kao egzotična folklorna pojava ne samo u gradićima nego čak i u njemačkim velegradovima, a osim toga još samo kod američkih Amisha (koji su porijeklom njemačka protestantska fundamentalistička sekta posvećena kultu manufakturnog rada). Karakteristično je da se prilog o tome „sekularnom hodočasniku“ – koji dakle ne slijedi vjerski cilj ili zavjet poput eklezijastičkog vjernika nego ispunjava *dužnost šegrtskog zavjeta*, kojemu dakle lutanje ili „viđenje svijeta“ spada u *curriculum* stručnog obrazovanja kao neki opći predmet – pojavio ljeti 2004. u „SD Magazin“, subotnjem prilogu *Slobodne Dalmacije*, što nije nimalo slučajan efekt pomanjkanja tema ili „sezone kiselih krastavaca“. Riječ je o klasičnom, novinskom mediju u (tada još „javnom“ ili državnom vlasništvu) koji je u to vrijeme posvetio znatnu pažnju i prostor novom regionalnom pokretu ekološkog, ekonomskog i kulturnog usmjerenja pod imenom „Volim te, otoče!“; pokretu koji se u dijelovima

intelektualne i medijske javnosti Hrvatske izvan Dalmacije smatrao nastavkom ili kulturološkim izrazom dalmatinskog političkog „autonomaštva“ (pa čak i „lokal-nacizma“).

Hodanje-pješačenje kao „medij s porukom“ posve sigurno ima kulturološke, političke i ideološke konotacije, no ovdje je za sada od većeg interesa razlika koja se vidi između punog (vjerski-duhovno definiranog) hoda vjerskog hodočašća i praznog (smisaono otvorenog) hoda u zavjetu prema iskustvu svijeta, zavjeta iz profesionalne dužnosti. Šegrt luta svijetom da bi vidio svijeta i iskušao svijet kroz praksu svoga umijeća; on se izdržava na putu vršeći svoj zanat (hrani se i spava kod onih koji ga zaposle). U odnosu na vjersko hodočašće čiji zavjet (barem načelno ili po definiciji) slijedi viši cilj koji leži na kraju ili izvan puta, lutanje šegrta nosi pečat imanencije cilja ili lišenosti svakog cilja koji bi bio viši od samog lutanja; cilj i lutanje padaju ujedno, odnosno sadržaj i medij su jedno. U daleko radikalnijem obliku taj proces redukcije vanjskog na unutrašnje (cilj-kretanje) te sadržaja na formu (profesionalno hodočašće – hodanje svijetom) prikazuje scena iz filma R. Zemeckisa, *Forrest Gump*, kad Forrest pretrčava Ameriku od zapadne do istočne obale, i natrag, i stječe sljedbenike sve dok ga u jednom trenutku prateći medijski reporteri ne pitaju koji je viši cilj njegovog trčanja Amerikom, koja je njegova poruka Americi. On koji ne shvaća pitanje o višoj poruci svoje neposredne radnje, na prigovor da je to previše truda, odgovara onim poznatim „Sranje se dešava“ („Shit happens!“) koje je potom postalo „poštapalica“ (u dvostrukom smislu: unutar filma kao „historijski izvor“ jedne već uvrježene poslovice, izvan filma kao „nova“ poslovice koja je ujedno citat filma i citat stare poslovice). Pri tome je važno uočiti dvoje. S jedne strane, proces redukcije svakog sadržaja medija na sam medij, odnosno na pojavu medija kao nultog stupnja sadržaja koji je „nulti“ zato što je posve reprezentiran (i supstituiran) samim medijem odnosno formom medija (cesta, hodanje, medijska tehnika). S druge strane, i čini se, u kontinuitetu s time, pojavu regresije medija koja se ovdje javlja u svome već poznatom obliku tzv. „paradoksa medija“: on se sastoji u sukobu između napretka medijske forme naspram zastarjelosti ili arhaizmu sadržaja. High-tech i oblici kulturalne regresije u navodno autentičnije oblike egzistencije (hodočašća, zavjeti, autonomaštvo, separatizam, nostalgija, nesvjesno itsl.) od suvreme-

nih koji su u bitnome zasićeni i regulirani medijskom potrošnjom. No, taj fenomen kulturalne regresivnosti sadržaja naspram progresivnosti medija samo je izvanjski.⁴

Ovdje već možemo vidjeti nešto imanentnije što nalaže da regresiju smatramo strukturnom, a ne kulturnom: nulti stupanj sadržaja (ili redukcija cilja, sadržaja, poruke na materijalnu formu medija) ne donosi za aktera medijacije ništa drugo do anuliranje ili nestajanje samog medija, odnosno njegovo dovođenje do funkcije sadržaja ili do proizvođenja „punine“. Ona je ideološka jer je proizvođenje „punine“ kroz čist proces medijacije proces stvaranja ugone. Čini se da danas neko značenje, poruka ili sadržaj iz praznog medija pješaćenja može nastati samo uz pomoć boljeg, usavršenog prometnog medija nego što je brdski, dolinski ili šumski puteljak – na primjer, ako pješaćimo asfaltiranom cestom po kojoj velikom brzinom zuje motorna vozila. Drugim riječima, poljski put ne tvori više opozicijski par s autocestom, oni nisu ni semantički ni kulturni diferencijali, da bi tvorili bilo kakav značenjski potencijal, potrebna je rekonfiguracija semantičkog polja. Nju nudi, čini se, regulacija prometa, odnosno, drugi složeniji medij u kojemu je sama cesta (makar i posve neusporediva s poljskim putem, tek djelić medijske aparature).

Pješaćenje je, kao i stopiranje, danas zabranjeno na autocestama. No današnji uvjet za pojavu bilo kakvog društvenog ili kulturnog značenja takvoga medijskog akta – koji, usput rečeno, zorno pokazuje da je medijski sadržaj ili poruka u bitnome efekt performativne radnje koja leži u samoj formi ili strukturi medija – nije toliko *zabrana* korištenja medija ceste za pješake, već, obrnuto: gomilanje medija, hipertrofija medijalnosti. Drugim riječima, uvjet pojave značenja nije samo postojanje ceste koju kao formu ispunjava neki drugi medij, hodanje, nego hodanje mora dobiti drugi medij koji će ga učiniti sadržajem: to su svjedoci u obliku modernih medija – fotografije, teksta, filma.

Drugim riječima, za nastanak značenja iz pješaćenja danas osim pješaćenja i asfaltne ceste moramo imati zapis. Tu funkciju nipošto više ne može ispuniti – ili jedva još može – papir i pero, dnevnički zapis ili putopis unutrašnjeg, refleksivnog „kulturološkog“ putovanja poput slavnog Heineova „Putovanja kroz Harz“ iz njegovih *Slika s putovanja* (1824-1831.), prožetog ironijom, sarka-

⁴ Usp. ovdje zasebno poglavlje II. 3.

zmom i dosjetkom.⁵ Suvremena putopisna literatura se, pored niza novih značajki, razlikuje od toga u jednoj bitnoj točki. Ne samo po tome što najvećim dijelom počiva na neverbalnom mediju foto-dokumentaristike, i ne samo po tome što se tom zamjenom medija i glavnina refleksivnog misaonog procesa preselila iz verbalnog u slikovni materijal, pa slika više ne služi kao ilustracija verbalnog narativa nego, štoviše, fotografski zapis određuje diskurs i verbalnog dijela putopisa, uvjetujući književni žanr i stil. Tako artizam slike odgovara hermetičnosti teksta; dokumentarizam slike potvrđuje se kroz stvarnosnost teksta; ironijski karakter teksta odgovara ironijskim crtama slike, ili obrnuto. (Unakrsni odnos ili suprotnost u općim karakteristikama, npr. hermetično-dokumentarno, tragično-ironično čini se neprimjeren ili „nemoguć“.)

Pri tome, točku pomaka u povijesti smjene medija tvori pomak u diskurzivnoj konstrukciji odnosa između naracije i narativne

⁵ Heinrich Heine, *Reisebilder. Mit einem Nachwort von Joseph A. Kruse und zeitgenössischen Illustrationen*, Frankfurt/M.: Insel Verlag, 1980. – Premda je samo jedan slučaj iz korpusa kasnoromantičke putopisne literature koja je danas relevantna sa stanovišta kulturalnih (a ne više samo nacionalno-književnih) studija, odnosno sa stanovišta tvorbe tzv. „orijentalnog diskursa“ izdvajam Heineov put po srednjoj Europi (v. osobito „Die Reise von München nach Genua“ iz 1828. god.) zato što egzotičnu dimenziju diskursa ne proizvodi iz stava subjekta prema predmetu koji je „objektivno“ drugog karaktera (vanevropski svijet Istoka, tj. „Orijent“), nego iz stava subjekta prema istom predmetu (bogatim evropskim gradovima, evropsko građanstvo). Na tome Heineovu pothvatu možemo prepoznati da su Montesquieuova „Perzijska pisma“ (*Les lettres persanes*, 1721.) – koja počivaju na projekciji kritike Evrope u otuđeni, orijentalni pogled – anticipacija i objedinjenje dvaju diskurzivnih postupaka u potonjoj evropskoj književnosti, rasjed koji s jedne strane proizvodi egzotični orijentalizirani diskurs, ukoliko je riječ o objektu, i, s druge strane, ironizirani diskurs ukoliko je riječ o subjektu. Rascijepljeni jezik *Perzijskih pisama* vodi u dva pravca. Prvi diskurs konstruira svoj orijentalni objekt kao efekt imaginacije vlastite izgubljenosti ili otuđene biti (tako u bitnome teza E. Saida i njegovih nastavljača poput M. Todorove, R. Indala), pa se na primjer i velik dio ozloglašene Hegelove „evropocentričke“ kritike indijske filozofije u njegovoj *Povijesti filozofije* ne može razumjeti bez konteksta njegove kritike Evrope koja kroz „orijentalizam“ traži svoju izgubljenost drevnu bit, prajedinstvo. (Izraz „orijentalizam“ uzimam ante litteram, a za racionalizaciju Hegelova „evropocentrizma“ upućujem na Wilhelm Halbfass, *India and Europe. An Essay in Understanding*, State University of New York Press, 1988.). Drugi, ironijski i kritički diskurs subjekta koji dekonstruira svoje kulturalne idiosinkrazije (kao kod Heinea) tvori paralelan niz koji ipak daje dopunu onog prvog utoliko što tvori autoironični diskurs subjekta o svome diskursu objekta. (Upravo ta rascijepljenost je, čini se, sav sadržaj evropskog na tome subjektu koji danas nije ni „istočnjački“ ni „američki“.)

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

Zato nije čudno ako danas upravo slikovni medij kroz svoje diskurzivne procedure ponovno stvara nevidljivost djelovanja medija kroz odsijecanje svoga subjektivnog dovršetka. Na mjesto subjekta ona (nado)stavlja nove oblike medija.⁶ Tako sam medij na još jednoj instanci reprezentacije „dovršava“ medijski proces nastavljajući ga potencijalno beskonačno, ali u drugom žanru: tv-spot, foto-reklama ili billboard u nekom specijaliziranom časopisu, brošuri

⁶ Za ilustraciju usp. formulaciju Waltera Benjamina za taj paradoks nevidljivosti faktora medijacije usprkos masovnoj prisutnosti medija, karakterističnog za odnos foto-medija i stvarnosti za razliku od slikarstva: „Thus for contemporary man the representation of reality by film is incomparably more significant than that of the painter since it offers precisely because of the thoroughgoing permeation of reality with mechanical equipment, an aspect of reality which is free of all equipment.“, cit. prema Janet Woollacott, „Messages and Meanings“, u: *Culture, Society, and the Media*, ed. by M. Gurewitsch et al., London/New York: Routledge, 1982 (1998), str. 91-111 (cit. str. 98). Osobito pak upućujem na minuciozne i spekulativne analize stvarno-fiktivnog, fantomskog i ujedno paradigmatškog karaktera medijskih tvorbi kao potrošne robe i ujedno kao obrazaca mišljenja, doživljavanja i ponašanja u čijem suproizvođenju sudjeluju sami proizvođači kao subjekti svoje vlastite objektivacije, kod Günthera Andersa, usp. „Die Welt als Phantom und Matrize. Philosophische Betrachtungen über Rundfunk und Fernsehen“, u: *Die Antiquiertheit des Menschen*, Band I. *Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*, München: Verlag C. H. Beck (Beck'sche Reihe), 2. Aufl. 2002., osob. §§ 19-20, str. 161-170. (Usp. izbor u: *Europski glasnik* 10, Zagreb, 2005., preveo B. Mikulić).

turističke agencije ili tabloidu reprezentira još jednom knjigu putopisa dajući mu *totalno* medijsko okruženje. Pri tome žanr citata ili direktne referencije proizvodi posve novo stanje stvari utoliko što i sam autor-putopisac, kao izvanmedijska instanca, postaje dio novog, medijski proizvedenog totalnog ili medijskog objekta: putopisac se javlja takoreći kao „poruka“ ili „sadržaj“ onog istog medija (putopisa kao forme) koji je prethodno sam bio njegova poruka. Premda se ova shema beskonačne semioze medija čini kao spekulativno-dijalektički obrat mišljenja, radi se prije o konfiguraciji same strukture medija koja djeluje formativno na recipijenta i koja je presudna za daljnje čitanje. Ovdje je, ad hoc i po analogiji s pojmom „sveukupnog umjetničkog djela“ (*Gesamtkunstwerk*) i u duhu Andersove analize, tentativno možemo nazvati *Gesamtmedienwerk*-om.⁷

Ovdje vidimo nešto presudno. Ako je medij postao porukom, tj. ako je fizički objekt (putopis sa svojim autorom) postao nov sadržaj (koji možemo simbolički predstaviti izrazom „Putopis slavnog putopisca NN“), on je to postao djelovanjem drugog medija, novim procesom medijacije (reklama). To je, kao što ćemo vidjeti, posve u skladu s McLuhanovom tezom da je sadržaj jednog medija uvijek samo drugi medij, koju izražava njegova krilatica „Medij je poruka“. No, promjena razina medijacije koja ujedno predstavlja i kraj medijacije jednog medija i beskonačno produženje medijacije kroz druge medije tako da se oni odnose na taj medij kao na svoj sadržaj, odaje posve drugačije, palintropsko kretanje ili retro-proces: poruka jednog medija nije ništa drugo nego poruka koja sama postaje medij, prenosnik jednog drugog, novog sadržaja koji prethodno nije bio reprezentiran u tijelu medija ali je proizveden kroz tijelo medija. Putopis je (kao sadržaj-i-forma) postao dijelom novog (reklamnog) sadržaja ili poruke – kao što je tijelo hodočasnika-na-putu-do-svetišta koje transmitira poruku vjere postalo dijelom šireg medija autoceste i pridružene reporterske aparature – i zato je medijska reproducibilnost poruke sa svim njezinim konstitutivnim momentima (subjekt, poruka, medij) jedini imanentan i logičan „dovršetak“ beskonačne progresivnosti medija u „totalitetu“ koji

⁷ Usp. Anders: „Već je i ‘Gesamtkunstwerk’ 19. stoljeća spekuliralo o *horroru vacui* i proizvodilo djela koja *totalno* ovladavaju čovjekom, koja su istovremeno napadala sva njegova osjetila. No kako su ti napadnuti bili time omamljeni, kako su samo predano uživali to totalno oduzimanje slobode, to je povijesno poznato“, nav. mj., § 13, str. 140.

daje reklamna forma (ili high-tech hodočašće).⁸ Čak kad se čini naknadnim efektom medija, poruka je instantani izraz same logike procesa medijacije, koji u trenutku djelovanja upućuje na sama sebe ili svoj izvor. Poruka je medij poruke koja se odnosi na medij (ili bilo koji drugi sadržaj nego što je ona sama).

Drugim riječima, to je strukturni razlog zašto se napretkom medija smatra učinak instantanosti, tj. smanjenja „razlike“ ili „razmaka“ između forme i sadržaja medija, odnosno između „medija“ i „poruke“, koji se ujedno smatra kulturnim i civilizacijskim napretkom. Medij svih medija, najprisutniji, najmoćniji i najnevidljiviji danas je onaj tehnološki produkt koji u najkraćem ili najmanje zamjetnom vremenu realizira instantanu – „trenutnu“ tj. dijakronički najkraću ili simultanu – reprezentaciju stvarnosti i njezinu najbržu tehničku reprodukciju, širenje-rasipanje („rasijavanje“, Anders) i pojedinačno trošenje-uživanje. Nakon ere klasične foto-tehnike s razvijanjem i prijelaznog doba instant-kamere, to su danas digitalni uređaji poput mobitela koji su već postali „sve ujedno“: telefoni, fotoaparati, foto-kamere, radioprijemnici-i-reproducenti, mp3-aparati i video-playeri ... pa čak i mali desk-top editori.

Tako su se do danas s pojmom „medij“ povezivali najprije ili isključivo radio i televizija, takozvani „elektronski medij“ i njima srodni tehnološki oblici posredovanja slike (film, video). Odnedavno, to reduktivno, selektivno, privilegirajuće shvaćanje medija još izrazitije se vidi u nazivu „novi mediji“ s kojima se, s probijem elektronske tehnologije prema digitalizaciji na prijelazu 70-ih i 80-ih, asociraju kablovska televizija, kompjuteri, digitalni fotoaparati i kamere te strojevi za simulaciju kretanja u virtualnom prostoru i vremenu. Učinak toga ubrzanog i intenziviranog tehnološkog napretka

⁸ Pri tome mislim na prethodno nagoviješteni Ecoov model okončanja procesa beskonačne semioze u kojemu „posljednje značenje“ (konotacija) predstavlja „totalitet“ ili (privremeno dovršeni) skup raspoloživih značenja (konotacija) unutar jednog semiotičkog sustava. Taj je model Eco razvio, kao što je poznato, u drugoj fazi svoga rada, od *Odsutne strukture (La struttura assente, 1968, v. Kultura, informacija, komunikacija, Beograd: Nolit, 1973.)*, i razvio u smjeru semantičkog realizma. Premda kritiziran za pozitivistički revizionizam u liberalnoj teoriji interpretacije, uporno je tvrdio kontinuitet svoje semiotičke teorije. (Usp. Eco 1990, osobito pogl. I. 3 posvećeno obrani doslovnog smisla. – Djelomični prijevod teksta u: „Intentio lectoris. Napomene o semiotici recepcije“ u: *Sukob interpretacija* (tematski blok: Eco, Krämer, Davidson, Rorty), *Treći program Hrvatskog radija 47/1995*, str. 21-30 (priredio i djelomice preveo B. Mikulić).

u jedva stotinjak godina, koji se temelji na nekolicini benignih znanstvenih otkrića na polju kemije i fizike u drugoj polovini 19 st., danas je spektakularan. On se vidi u novim tehnološkim medijskim stvarnostima svakidašnjeg života, poput spomenutih mobitela, naprema kojima radio i tv uređaji, kakvi su se prodavali sve do 90-ih izgledaju kao prepotopne pojave, a o brzini tehnološkog razvoja kompjutera i mobilne telefonije, uključujući i dizajn, gotovo da je trivijalno govoriti. Forme našeg prisustva u komunikaciji, u „virtualnom“ svijetu, koje se sve više pokazuju kao forme odsustva iz tzv. „stvarnog“ fizičkog svijeta, danas točno reprezentiraju taj raspon prisustva koje prelazi u neprisustvo i odsustva koje prelazi u prisustvo: od kompjuteriziranih planova grada za vozače i malenih telefonskih aparata s moćnim ekranom, oblikovanih jednako kao i velike kino-dvorane da intenziviraju naš pojedinačni-osobni doživljaj masovno disperziranih slikovnih i zvukovnih informacija i da time uvećaju ne samo estetički nego estetski, osjetilni doživljaj (sve do erotskog uživanja), i do cyber-salona u kojima se, kao „nekad“ u salonima za billard, video igre ili (erotsku) masažu, iznajmljuje stroj za mentalno preseljenje u „druge“ svjetove koji se sve više pokazuju iluzornima u svojoj „drugosti“ a sve više kao otkrivanje nepoznatih predjela naših (produženih) tijela – fizičkih i mentalnih.

Tu dvojnost dobro ilustrira motiv telefonskog seksa iz filma „Kratki rezovi“ Roberta Altmana koji se, karakteristično, odvija u LA-u. Nije tek riječ o filmskom korištenju telefona kao novog (i već zastarjelog!) tehnološkog oblika prostitucije, nego socijalno-teorijski interesantnije, kao oblika normalne kućne radinosti za poboljšanje kućnog budžeta posve „prosječnih“ obitelji postindustrijskog doba. Premda ta komično-bizarna epizoda fascinantno potvrđuje Andersove analize medijskog potrošača kao „kućnog suradnika“ ili kooperanta („Hausarbeiter“, „Mitarbeiter“) na medijskom samopoboljavanju, ona transcendira horizont frankfurtske kritičke teorije koji određuje njegovu analizu tako da u „proizvodnji masovnog čovjeka“ primarno spočitava izolaciju, upojedinačenje, tj. manipulaciju putem „rasijavanja“ (kino je za Andersa implicitno „bolji“ medij od televizije već po tome što je po formi masovniji i, utoliko, iskreniji). Naime, umjesto „upojedinačene masovnosti“ Altmanov film nudi obrnute situacije, ponovljene *slučajeve* ili približne replike tipičnih situacija nesporazuma među ljudima (parovima, poznanici-

ma, prijateljima, rođacima) koje pojedinci *doživljavaju* kao apsolutno individualne, svoje probleme, i preko toga, nesvjesno, stvaraju kontakte po „sličnosti“; to su subjekti koji tapkaju takoreći usred bijela mraka, jer ne postoji svevideće oko koje, poput Andersova, tumači njihovu situaciju. Tako neobrazovana američka domaćica koja pruža verbalne seksualne usluge mušterijama preko telefona dok istovremeno pegla, premotava dijete, u filmu preuzima ulogu nositeljice metafikcionalnog diskursa objašnjavajući jednoj prijateljici, liku iz drugog „kratkog reza“, što je to „virtualna stvarnost“: „Virtual reality ... it's real, but not!“ Tako ipak *razumijevanje* medija ili (polu-) pismenost, a ne puki konzum ili potrošnja, postaje glavni moment u napetom odnosu između njihove doživljene stvarnosti i derealiziranih doživljaja-osjećanja.⁹

2. „Medij je poruka“ ili *razumijevanje McLuhana*

Bez obzira na opipljiv materijalni i tehnički napredak medija, stvarna tehnološka revolucija – a s njome i prateće konceptualno suženje „medija“ na uvijek najnovije uređaje (sada one za elektronsku

⁹ Tragikomična strana te derealizacije odnosa pojavljuje se u tome da njezin muž, naoko dobroćudni debeljko koji zarađuje kao održavač bazena po LA-u, dobiva rječito prikazane ali neverbalne napade ljubomore upravo zbog „retoričkog viška“ seksa (vulgarna verbalizacija fizičkih radnji) od kojega se uopće i jedino sastoji telefonski – medijski teleportirani – seks. Na njegovo pitanje-traženje zašto i s njime ne „govori tako“, ona najprije ne razumije kontekst upotrebe izraza „govorenje“; seksualna komunikacija koju ona vodi prazna je („mere words“) ali je „dobro plaćena“ i ona je, uostalom, umorna od cjelodnevnog „šljakanja“ i što on zapravo hoće ... Konverzacija u krevetu prije spavanja uz završavanje kućnih poslova razvija se tako da žena nudi mužu ono što on oduvijek-već-ima ali ne želi: „If you want to fuck, so let's fuck but don't talk bulshit.“ Čak ni verbalne nježnosti poput „my teddy-bear“ nisu dovoljne da kompenziraju njegovu prikraćenost kroz razliku između virtualnog-simboličkog-neposjedovanog i realnog-fizičkog-dobivenog, koju ona formulira o onome „it is ... but not“ i održava kroz hladnoću profesionalizirane-komercijalizirane retoričke abundancije seksa na daljinu i askeze golog seksa za kućnu upotrebu; nervoza zbog uskrate sadržajne punine medijskog seksa, verbalne re-produkcije fizičkog koja se tu prikazuje kao ono izvorno i autentično, kao pre-produkcija seksa, ima stvarne reperkusije („medo“ na kraju postaje napasnik i ubojica) ali i ta stvarnost je posredovana retoričkim viškom od kojeg se uopće jedino sastoji stvarnost medija: to je interpretativno umnogostručenje činjenica ili višestruka ambivalencija događaja (napastvovane djevojke-izletnice ubijene su dvaput: za gledaoce filma, kamenom u ruci napasnika a možda također i urušavanjem stijene od zemljotresa; za žitelje virtualne stvarnosti filma, ubijene su kamenjem od urušavanja stijena usljed zemljotresa prema svjedočanstvu dvojice izletnika koji su ih pronašli na mjestu događaja).

i digitalnu procesualizaciju verbalnih, slikovnih i zvučnih informacija) – postalo je vidljivo na temelju suvremenih *teorija* kao kvalificiranih oblika razumijevanja medija. Pri tome, logika nevidljivosti dijelom zahvaća i njih same. Tako je McLuhanova teorija medija iz 60-ih postala općenito poznata, ili zapravo popularizirana, po jednom svome sastojku, po krilatici „Medij je poruka“ koja čini tek naslov prvog poglavlja-eseja McLuhanove knjige iz 1964. *Razumijevanje medija. Proširenja čovjeka* i retoričku figuru koja se nekoliko puta sugestivno ponavlja u tekstu.¹⁰ No, ona je postala *brand name* ne samo jedne teorije, o kojoj se danas govori slično kao o djelima renesansnih genija – „preuranjeno i neshvaćeno u svoje doba“, djelo „radikalnog sanjača i mislioca“, „proroka“¹¹ – nego i šifra općenitog, prosječnog i kvalificiranog shvaćanja medija, geslo korisnika i proizvođača, masovnih konzumenata i medijske industrije koja postiže ekstraprofite. Koliko god da predstavlja ishodište današnjeg standardnog razumijevanja medija, McLuhanovo geslo je isto toliko otkriveno, shvaćeno (ili čak možda „izumljeno“) u toj svojoj ishodišnoj funkciji nedavno – s novim (i višestruko ponovljenim) reizdanjem knjige. Ponovo se može izreći, ovog puta na polju teorije medija, ono isto pravilo koje važi za same medije kao tehnološki fenomen: teorija medija je kao diskurs sama postala vidljiva kad je prepoznata jedna njezina instanca – točnije rečeno: kapacitet za prenošenje ili posredovanje nečeg drugog (nekog drugog sadržaja) nego što je ona sama. To, drugim riječima, znači sljedeće: McLuhanovo geslo ima ono glavno svojstvo koje smo već vidjeli i koje medij čini medijem: to je svojstvo da poruku ili sadržaj medija predstavlja sam medij ili drugačije rečeno: da poruka nekog medija tvori medij druge poruke koja nije suizrečena nego se uvijek samo suiskazuje.

Od McLuhana blasfemičnog uvida, koji je sa zakašnjenjem od 30-ak godina revolucionirao teorije medija, iako je medijska ili tehnološka praksa revolucionirala taj uvid, do sada već klasičnih

¹⁰ Cf. McLuhan: 2001, pogl. 1: „The Medium is the Message“, pp. 7-23.

¹¹ George Cook, „Mantic Marshall McLuhan: is the legacy the legend?“ u: *The University of Toronto Bulletin*, Sept. 12, 1988, p. 7. Navod prema: Derrick de Kerckhove, „McLuhan and the Toronto School of Communication“, u: *Canadian Journal of Communication* (1989): 73-79, odakle potječe i uvodni motto s citatom McLuhana iz njegova pisma Rollo Mayu. (Dostupno na URL: http://www.mcluhan.utoronto.ca/article_torontoschoolofcomm.htm)

postmodernističkih socio- i političko-teorijskih spekulacija¹², razumijevanje medija počiva na teorijskom konsenzusu da se presudni revolucionarni učinak novih procesa i uređaja za medijaciju sastoji u povećanju ili *optimalizaciji brzine* stvaranja-prijenosa sadržaja, informacije, odnosno, obrnuto i možda točnije: u *minimalizaciji strukturne distance* između forme i sadržaja procesualizacije.

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

No, od trenutka formuliranja toga pravila do danas njegov dvojni sadržaj, kozmološko- i spoznajno-teorijski, poprimio je izrazitije oblike socijalne i političke teorije svijeta.¹³ Premda je i McLuhanova teorija medija motivirana kao socijalna (ili, zapravo, sociološka) teorija, medij je ipak shvaćen kao zasebni tehnološki sektor svijeta a socijalna dimenzija teorije tiče se psihičkih i socijalnih posljedica po čovjeka. Utoliko, socijalnost same teorije – a zajedno s njome i „revolucionarnost“ – čini se *izvanjskim* momentom, ona imenuje *utjecaj* medija na psihički i socijalni život korisnika a ne strukturu samih medija.¹⁴ U „postmodernom“ obliku te teorije – koji podrazumijeva i njezinu implicitnu, ali „fatalističku“ kritiku koja više ništa ne može promijeniti na samoj stvari (na koincidenciji ili simultanosti „akcije i reakcije“, dakle na apsolutnom ubrzanju koje uvodi mitsku dimenziju „integralne egzistencije“) – posljedice su već postale integralni dio ne samo medijskog doživljaja stvarnosti nego sama medijska forma stvarnosti, a postmoderna teorija medija – koja i sama predstavlja *formu skraćanja* odn. nestajanja distance što karakterizira medij – našla

¹² Cf. Paul Virilio, *Vitesse et politique. Essai de dromologie*, Paris: Galilée, 1977; Jean Baudrillard, *Les stratégies fatales*, Paris: Grasset, 1983.

¹³ „La contraction des distances est devenue une réalité stratégique aux conséquences économique et politique incalculables puisqu’elle correspond à la négation de l’espace“ (Virilio 1977: 131).

¹⁴ O razvoju teorija medija u rasponu od behaviorističkog i formalno-strukturalnog pristupa u Americi do neomarksističkih pristupa masovno-medijske analize kulture u ranoj frankfurtskoj školi preko Gramscijeve teorije hegemonije do ideološke analize medija izraslih iz lingvističko-strukturalističke paradigme usp. Stuart Hall, „The rediscovery of ‘ideology’: return of the repressed in media studies“, u: *Culture, Society, and the Media*, ed. by M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran and J. Woollcott, London-New York, 1982 (repr. 1995): 56-90.

se u posve drugom epistemičkom polju. Kod Virilioa, riječ je o radikalnom pomicanju teorije ka politologizaciji medija, koja nije puka zamjena terena nego je pomak teorije prema višem stupnju apstrakcije i diskurzivne promjene. Riječ je zapravo o polito-ontologizaciji, odnosno o poopćenju teorije medija i prijenosu na samu strukturu prirodnog i socijalnog svijeta. No, krajnji, ontološki referent ove socio-političke teorije postavljen je već kod McLuhana; to je model brzine svjetlosti. On se naziva „hiperteličkim“ (Baudrillard), a njegove „posljedice“ ili fizički efekt „inercijom“. Ona nije samo kozmološka ili fizičko-teorijska kategorija nego socio-politička: nemogućnost ili suspenzija informacije kao epistemičkog procesa (shvaćanja informacije) kroz hipetrofiju informacija.¹⁵

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

„Tant il est vrai que cette vitesse [de la lumière] est notre référentiel, notre Dieu, et fait pour nous figure d’absolut. [...] C’est ce qui se produit aujourd’hui ou, avec les media électronique, l’information commence de circuler partout à la vitesse même de la lumière. Il n’y a plus d’absolut à quoi mesurer le reste. Mais derrière cette accélération quelque chose commence de ralentir absolument. Nous, peut-être, commençons à ralentir absolument.“¹⁶

¹⁵ Cf. Virilio: 1977, osobito 3. dio, „La société dromocratique“, pp. 65-128. Anders to naziva, nešto „staromodnije“ ali ne zato manje istinito, brkanjem informacije za stvarnost, činjenice (da se nešto negdje događa) za sam događaj ili događanje (Anders: 2002: 159-160).

¹⁶ J. Baudrillard, *Les stratégies fatales*, 1983: 19. Proces „iza ubrzanja“, o kojemu govori Baudrillard, jest stvaranje inercije kroz ubrzanje; sudbina svijeta zasićenog

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

Na toj pozadini promjene teorija čini se da je i sama McLuhanova revolucionarna („sanjarska“, „vizionarska“) teorija u jednom svome dijelu ostala „pred-električna“. Ona se čini probodena momentom što ga ona sama predstavlja kao svoj vlastiti bitan medijski sastojak (socijalni faktor) ali ga kao teorija *medija* ne može integritati u sam *pojam* svoje stvari. Naime, usprkos genuinoj strukturi medija (simultanost elemenata nasuprot sukcesivnosti) koja uvjetuje naše shvaćanje stvarnosti, upravo razumijevanje medija nailazi na otpor navike empirijske subjektivne svijesti da zadržava razliku između forme (medija) i sadržaja (poruke). Ispravno shvaćanje strukture medija, koja po pretpostavci uvjetuje naše shvaćanje stvarnosti, sve do naše percepcije, nemoćno je naspram premoći prosječne svijesti da pruža otpor novim obrascima medijacije stvarnosti. Nasuprot tome ograničavanju vrijednosti i dometa teorije medija, koju McLuhanu postavlja obična svijest, postmoderna spekulacija pokazuje se upravo u teorijskom smislu kao idealno ostvarenje ili instanca onoga što je zahtijevao sam McLuhan. Izvan „mitske i integralne“ svijesti kakvu uvjetuje sama struktura medijacije stvarnosti ne postoji nikakvo devijantno shvaćanje medija. Zato se u postmodernoj teoriji sâm svijet javlja kao totalni medij (ili, rečeno s Andersom koji duhovito izvrcé Hegela, kao „cjelina koja je lažna“ premda se sastoji od pojedinačnih istina, Anders 2002: 164). No, premda obično

brzinom je inercija (p. 13): „Revanche et sommation de la vitesse dans l’inertie. Les masses elles aussi sont prises dans ce gigantesque processus d’inertie par accélération. La masse *est* ce processus excroissant qui précipite toute croissance vers sa perte.“

razumijevanje medija kao fenomena koincidira s teorijom medija – ono ga kao oblik prakse spontano uključuje kao jednostavno poznavanje-kao-življenje¹⁷ – zahvaljujući rascjepu unutar McLuhanove teorije na istinito i neistinito razumijevanje medija, možemo zadržati otpor prema mitskoj totalizaciji jedne teorije o svijetu u teoriju kao totalni odraz svijeta.

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

¹⁷ Ako takva teza adekvatno izražava masovnu proširenost digitalnih medijskih aparata, onda odatle možemo vidjeti da ono što objašnjava masovnost medijske kulture doista nije samo izraz neautentičnosti i potrošačkog otuđenja ljudske biti, kako ne poučava samo pesimistička kritička teorija (Adorno, Horkheimer, Marcuse, cf. Gurevitch 1982; također Anders 2002) nego i fenomenološki egzistencijalizam i hermeneutika desne političke orijentacije (od Heideggera, preko Gadamera do čitave vojske kritičara „tehnike“). Sve veća srođenost novih naraštaja s tehnološkim produktima počiva na optimalizaciji stjecanja praktičkog znanja ili „poznavanja“ same stvari, (u)poznatosti i bliskosti s njome. Otud suvremeno razumijevanje medija, ono prosječno i ono kvalificirano, možemo smatrati slučajem koincidencije dvaju temeljnih načina datosti ljudskog znanja – poznavanja, bliskosti, intimnosti sa stvari i propozicionalnog znanja o stvari – koji se obično smatraju jasno razlučenim. Tako se znanje po bliskosti čak smatra neverbalnim dok propozicionalno znanje već po svojoj formi propozicije predstavlja i jezični modus znanja (v. npr. Zagzebski 1999). Neposredna posljedica toga jest shvaćanje da propozicionalno znanje izražavamo rečenicama bez principijelnih problema, stoga ono pokriva glavninu ako ne i cijelo područje ne samo suvremene (analitičke) epistemologije nego se proteže unatrag do klasične antike, do Aristotelove teorije apofantičkog (iskaznog) logosa. No to je, govoreći žargonom W. v. O. Quinea, više neanalizirana dogma analitičke filozofije jezika nego uvjerljiva teza o odnosu između „mišljenja i jezika“. Ona je u najmanju ruku trivijalna (redundantna) jer je rečenični karakter propozicionalnog znanja pretpostavljen po definiciji a s time i cijela povijest tematike istine kao adekvacije. Za jedan, upravo veritativni, aspekt nepodudarnosti između propozicionalnog diskursa i propozicionalnog znanja upućujem na svoj rad „Znalac i lažljivac. Semiotiziranje spoznaje“ u: Mikulić 2004, osob. dio III.

U tome možda leži i objašnjenje da je McLuhanova teorija u svoje doba, dok je „još“ vladala „predelektrična svijest“, obilježena i ograničena razlikom između medija i poruke, bila samo SF-narativ, premda je ono na što se odnosila već više od pola stoljeća bila empirijska stvarnost. Prevedeno na žargon postmoderne derivacije teorije, McLuhanov narativ je u svoje vrijeme bio „figura apsoluta“ u novom, revolucionarnom diskursu medijske teorije. On je tek kroz postmodernističko ubrzanje, gomilanje i zasićenje postigao vidljivost i – da anticipiram – stadij inercije i obustave kroz prijelaz u diskurs ideologije. Ako se doista pokaže tako, onda je McLuhanov narativ bio „fiktionalna“ anticipacija ne samo razumijevanja medija, za koje se danas može reći da je takoreći standardno, premda ne toliko u formi teorijskog diskursa o medijima koliko u životnoj praksi, u prosječnom doživljaju-korištenju medija. To znači da je teorijski narativ anticipacija i samog pronalaska ili invencije medija u suvremenom (postmodernom) smislu koji izražava upravo sama bit McLuhanova otkrića, naime da je medij kao tehnologija zapravo promjena obrasca funkcioniranja našeg perceptivnog aparata odgojenog na modelu sekvencijalno, linearno funkcionirajućeg razuma. Utoliko, njegov narativ iz 1964. nije samo anticipacija današnje masmedijske prosječne svijesti, nego je – prividno paradoksalno – ponavljanje kritike instrumentalnog uma u obliku apologije tehnike kao najvišeg oblika instrumentalnosti uma. Riječ je zapravo o tehnološkom izrazu čežnje za apsolutom kao formom slobodnog djelovanja: ono što izgleda kao gesta pukog prepoznavanja već postojećeg i danog (npr. McLuhanov primjer električnog svjetla) zapravo je gesta raz-otkrivanja posve nove funkcije jednog tehnološkog pronalaska i njegovo prevođenje u polje teorijske vidljivosti. McLuhanova analiza medija je teorijsko izumijevanje medija kao optimalnog oblika psiho-socialnog, epistemičkog i praktičkog ljudskog života.

U daljnjem izvođenju pokušat ću kroz blisko čitanje teksta izvući na vidjelo retoričke konfiguracije McLuhanova gesla kao takvog anticipativnog-apokaliptičkog narativa da bih predočio mehanizam koji stvara diskurzivnu krizu u samoj teoriji medija i prijeti njezinom suspenzijom. Radi se o tome da teorija koja apsolutizira medij (u Baudrillardovom smislu izraza „apsolut“) stvara uvjete za prevođenje medija kao diskurzivnog procesa u performativni, nediskurzivni akt reprodukcije govora-bez-ideologije, akta u simbolič-

kom prostoru bez ikakvog simboličkog efekta, prema obrascu „deklaracije“ o nepostojanju bilo kakvog višeg smisla trčanja prema obrascu onog „besmislenog“, „besadržajnog“ trčanja-kao-medija u *Forrestu Gumpu*. Ipak, kao što sam već sugerirao, smisao leži u akciji koja proizvodi „prazninu sadržaja“, i ona sama nije time nužno ideološki neutralna ili lišena svakog sadržaja. U pitanju je dakle diskurzivni potencijal samog procesa medija koji ću pokušati objasniti na krivom razumijevanju toga primjera kod Slavoja Žižeka.¹⁸

Dok Žižek u idiotizmu doslovnog govora Forresta Gumpa, koji zbog autizma ne shvaća laž, vidi kod Zemeckisa isključivo apologiju konzervativne teorije značenja i političko-ideološku regresiju, mislim da je to predoslovno čitanje manifestnog sadržaja filma usljed kojeg Žižek preskače formu iskazivanja i zajedno s „prljavom vodom baca i dijete“, da upotrijebim njegovu omiljenu retoričku figuru. Naime, idiotski govor Forresta Gumpa nije samo psihološka značajka koju Zemeckis koristi kao medij za prijenos svoje ideologije, nego je upravo njegov socijalni ili simbolički habitus: Forrest je autist odgojen kroz uporni formativni govor majke koji nije prirodni nego politički: ona mu stalno utuvljuje da je on „doduše malo spor“ (dakle poseban) ali ljudski i socijalno posve vrijedan (tj. općenit) i da ima ljudska i socijalna prava koja svakome garantira demokratski poredak. Drugim riječima, maternji jezik koji je usvojio Forrest nije efekt ideološke regresije u teoriji jezika koja teži prirodnosti, kako implicira Žižek; naprotiv, maternji jezik je socijalan i politički, on je progresivan u smislu političke obaviještenosti govornog subjekta a „doslovnost“ jezika počiva samo na vjernosti slovu i duhu demokratskih načela. Ako se to može sumnjčiti kao naivna (ili ideološka) apologija demokracije, onda je to barem nenužan ako ne i pogrešan zaključak, jer protiv takvog čitanja govori stav iskazivanja, koji je „idiotski“, a ne iskazi. Naime, film po-kazuje da su „idioti“ ili prirodni autisti, za razliku od većine „normalnih“, još jedini koji doista vjeruju da je ono o čemu su naučeni o demokraciji doista slučaj, tj. istinito. Štoviše, samo ta nerascijepljena vjera („idiotsko insistiranje“) je ono što im naspram cinizma normalnih, koji žive u kao-da-svijetu, ne daje samo „šansu“ nego omogućuje ljudski život. Prevedeno u registar psihoanalitičke teorije socijalnosti, autist Forrest je preko majke naučen da

¹⁸ Usp. Slavoj Žižek, *The Indivisible Remainder. An Essay on Schelling and Related Matters*, London/New York: Verso, 1996: 200-201.

veliki Drugi, Zakon, Ime-Oca, subjektivira ljudsku jedinku mimo instance nesvjesnog, štoviše, Forrest je naučen da preuzima inicijativu koja (prema strukturnoj teoriji, koju dijeli Žižek) uvijek nužno pripada Drugom (= jeziku načela i vrijednosti demokracije). Forrest svoju želju da bude priznat (Lacanova teorema da je „želja subjekta“ uvijek „želja Drugog“, da želja koja konstituira subjekt kao subjekt dolazi od Drugog, od Zakona, i to je njezin temeljno nesvjesni karakter) vraća Drugom u izvnutom (svjesnom) obliku i to kao beuzvjetni akt ljubavi (delegiran naravno na druge subjekte – majku, Jenny, prijatelje, ratne drugove, predsjednika SAD-a, sina). Sklon sam vjerovati da je autistični Forrest Gump model subjekta koji, kao da poput životinje nema nesvjesno, predstavlja granični slučaj nevidljiv za psihoanalitičku teoriju subjektivnosti zbog čega Žižek jedan alegorički narativ, postavljen u pogled autistične osobe, što je prepoznatljiv obrazac potuđenja ili „očuđenja“, ne čita kao kritiku cinizma demokracije nego ga poistovjećuje s ideološkom regresijom i konzervativizmom autora scenarija i režisera. Suprotno tome, čini se da forma retorike označitelja u filmskom narativu jedina omogućuje lakanovski plodonosno čitanje *Forresta Gumpa*, upravo ono što Žižek zahtijeva od diskursa.

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

3. „Poruka je medij“ ili zlostavljanje McLuhana

Smisao predikacijskog markera „je“ u MacLuhanoj formuli „Medij je poruka“ identifikacija je subjektivnog i predikatskog izraza (odnosno, iskaz nije atribucijska predikacija niti je egzistencijalan nego identifikacijski). To znači da razumijevanje sadržaja ili poruke ovoga iskaza, koji sam govori o poruci, zahtijeva strukturalno a ne linearno kretanje, od riječi do riječi i na temelju prethodnog semantičkog znanja. Ono koristi samo onoliko koliko je potrebno za predrasumijevanje stvari, odnosno za suočenje sa strategijom rečenice ili strategijom iskazivanja. Na temelju našeg semantičkog predznanja, reći „Medij je poruka“ znači samo razumjeti da nešto drugo nije rečeno (naime, „Sadržaj je poruka“), odnosno, znači razumjeti stratešku intervenciju u diskursu o medijima. Jednostavnije rečeno, sama McLuhanova rečenica sadrži ubrzanje, prekraćenje, i zato

njezinu poruku ne možemo dobiti mimo jezične strukture. Ona nije površinska ni linearna nego dubinska jer počiva na supstituciji čiji proces nije vidljiv na sadržajnom planu. Posve obrnuto, ono površinsko, naglasak i ton kao elementi stila tek upućuju na unutrašnji pomak, na supstituciju sadržaja i revoluciju teorije. „Medij je poruka“ emfatičan je iskaz zato što, rečeno baudrillardovski, teži figuri „apsoluta“. Čita se gotovo „predsokratovski“, on je skraćen, ubrzani oblik koji sažima (i supstituira) složeniji diskurs, kojega je samo jedan član a koji sadrži još najmanje negaciju i obrazloženje. U montiranom obliku od elemenata iz McLuhanova teksta on glasi:

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

Na toj pozadini vidi se još nešto, naime da iskaz „Medij je poruka“ ne supstituira samo veći komad diskursa koji ga transcendirira leksički, semantički i logički (više riječi, više sadržaja, više obrazloženja), nego da počiva na unutrašnjoj supstituciji koju sam transcendirira: riječ „medij“ stoji na mjestu riječi „sadržaj“ i potpuno prevrće (revolucionira) naše uvriježeno razumijevanje medija, koje McLuhan naziva „linearnim“, „sekvencijalnim“ jer je bazirano na upotrebi pisma:

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

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

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

Riječ „poruka“ pisana s navodnicima time označava nešto drugo ili nešto više nego što podrazumijeva uvriježeno shvaćanje o odnosu medija, sadržaja, poruke. Ono drugo ili više, što sad označava

riječ „poruka“, ili „pravi sadržaj“ medija, to je „the change of pattern that [the media] introduces into human affairs“.¹⁹ Pri tome, „ljudski poslovi“ nisu samo „osobne u društvene posljedice“ (str. 7, 9) ili „psihičke i socijalne promjene“ (str. 20), premda je upravo to puni i krajnji smisao McLuhanove definicije medija.²⁰ To je, štoviše, najdublji psihički i socijalni sloj, naš osjetilni život ili još preciznije:

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

Medij ili materijalna „forma“ procesualizacije može biti poruka (sadržaj), i obrnuto, zato i samo zato što je medij po sebi struktura sastavljena od **odnosa** forme i sadržaja, u njoj su forma i sadržaj točke (skupine točaka) čije funkcioniranje ovisi o relacijama, o kretanju, brzini, prostoru – dakle struktura razmaka, nepodudaranja ili diferencije koja nije naprosto dana nego se odvija i uspostavlja kao ‘oprostorenje’ u smislu koji je tome izrazu dao Derrida. Medij je upravo ono što ta razlika ili ne-podudarnost, ne-poklapanje, ne-sustizanje ili kašnjenje između stvarne forme i sadržaja zaposjedaju i stvaraju tim zaposjedanjem. Kod McLuhana, na razini eksplicitnog teksta, ta je struktura predstavljena puno jedostavnije nego kod teoretičara ‘diferancije’: premda mediji za običnu ljudsku svijest postaju vidljivi kao mediji tek kad prenose neki sadržaj, ipak sadržaj medija ne čini ništa drugo do drugi medij.²¹ No, sad bolje vidimo da to ponavljanje izraza medij u McLuhanovoj rečenici stvara prividnu – jer nemoguću – identifikaciju: njezin smisao je afirmacija neukidive razlike između forme i sadržaja; to da uvijek samo drugi medij čini sadržaj nekog medija znači da ga čini uvijek nova razlika, nepodu-

¹⁹ Usp. McLuhan: „The instance of the electric light may prove illuminating in this connection. The electric light is pure information. It is a medium without a message, as it were, unless it is used to spell out some verbal ad or name. This fact, characteristic of all media, means that the ‘content’ of any medium is always another medium.“ (p. 8)

²⁰ Usp. „The same kind of total, configurational awareness that reveals why the medium is *socially* the message ...“ (p. 10, kurziv moj).

²¹ Usp. „[It] is only too typical that the ‘content’ blinds us to the character of the medium [...] The electric light escapes attention as a communication medium just because it has no ‘content’. And this makes it an invaluable instance of how people fail to study media at all. For it is not till the electric light is used to spell out some brand name that it is noticed as a medium.“ (p. 9)

darnost ili kašnjenje. Instantanost jednog i drugog ili „figura apsoluta“, o kojoj je prethodno bilo riječi, pokazuje se time kao figura želje subjekta za pra-trenutkom stvarnosti a ne kao sâma struktura asubjektivne stvarnosti. Da bi se ostvarila figura instantanosti, odnosno, da bi se ukinula razlika, potrebno je, ali ne i dovoljno, ukinuti (teorijski) jedan relat iz diferencijalnog odnosa. Upravo to iskazuje McLuhanova krilatica: identifikacijski iskaz koji počiva na ponavljanju istog ili preformulaciji tautološkog iskaza (medij je medij) posvjedočuje ili odaje trag nemogućeg ukidanja (ili pokušaja ukidanja) razlike. Isto je uvijek *drugo* isto (sadržaj medija je drugi medij). Otud, McLuhanovo geslo ne znači niti može značiti da medij kao „sam svoja“ poruka gubi sadržaj i postaje imun na sadržajne analize. Naprotiv, ono znači da medij sam, autonomno, proizvodi sadržaje i da tek postaje interesantan za analizu. Za teoriju koja to ne uviđa, medij postaje više-manje nedostižan predmet.

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

Naime, na ovome mjestu moguće je konstruirati kod McLuhana implicitnu kritiku tradicionalnog („pred-električnog“) razumijevanja medija u tom smislu da racionalno shvaćanje medija, ono koje pretpostavlja razliku, zapravo predstavlja pseudoracionalnu tvorbu jer svoje shvaćanje temelji na samorazumljivosti, prirodnosti, intuitivnosti. Tako uvriježena i „kriva“ svijest o strukturi medija može naime prihvatiti McLuhanovu kritiku i reći otprilike ovo: *‘Da, istina je da ne vidim medij kao medij, ali ono što primam, naime poruka, za mene je intuitivno različit fenomen od onoga što je prenosi, postoji svijest o razlici iako ne postavljam pitanje što je druga strana te razlike’*. Zadržimo li na umu da ono što McLuhan naziva istinskom strukturom medija, naime, gubljenje razlike između forme i sadržaja, stvarar mitsku, integralnu, konfiguracijsku i performativnu svijest, postaje jasno da je glavni uzrok „epistemičke lijenosti“ i predmet sukoba između tradicionalne ne-svijesti o medijima i pravog razumijevanja

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

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

Logika McLuhanove rečenice navodi dakle na očigledan apsurd: medij postaje poruka kad nestane uvjet medijacije, a to je prostor razlike između forme, koja je imanentna mediju, i sadržaja koji je izvanjski. Drugim riječima, medij jest (postaje) poruka ili kad nestane sama medijacija ili, obrnuto, kad ne postoji ništa drugo osim same procesualizacije, nikakav sadržaj (smisao) koji bi mogao biti odvojen od forme medija.²² No, apsurd je samo prividan: forma medija ili ono što čini medij medijem, samo je poseban moment procesualizacije sadržaja koji nipošto nije supervenijentan ili naknadan u odnosu na „sadržaj“ tako da bi mu uopće tek davao oblik, nego tvori njegov autentični dio. Sadržaj nije „tvar“ u odnosu na „formu“,

²² Usp. za to sljedeće karakteristično mjesto koje će se pokazati višestruko iskoristivim: „[L. Doob tells of] one African who took great pains to listen to the BBC news, even though he could understand nothing of it. Just to be in the presence of those sounds at 7 P. M. each day was important to him. His attitude to speech was like ours to melody – the resonant intonation was meaning enough.“ (p. 21)

sadržaj uopće postoji kao informacija, ona je zapravo samo ime za stvarnu neodvojivost stvari od medija, a ne za nepostojanje „stvari“ koju reprezentira sadržaj.²³

To je razlog zašto McLuhanova teza o konstituciji medija zapravo ne cilja na formalni, „strukturni“ aspekt, pa ni na virtualnu dinamičku teoriju koja pak cilja na optimalno smanjenje distance, već upravo na in-formacijski ili *formativni* aspekt medijacije koji *doživljavamo* kao sadržajni: Ne treba čekati na specifičnu informaciju nakon što aktiviramo medij; ona je već tu u trenutku njegova aktiviranja, njezino je *značenje* u njezinoj *informacijskoj vrijednosti* koja je konfigurirana samim medijem. Drugim riječima: televizijske informacije nisu iste informacije koje čitamo u novinama, one su upravo televizične informacije, specifične koincidencije forme i sadržaja, koje in-formiraju (McLuhan: „oblikuju i kontroliraju naše asocijacije i akcije“) drugačije od novinskih. Uređivanje teksta je, vidimo tu, figura apsoluta.²⁴ No, rezultati koji pokazuju da tehnološki napredniji oblik svijesti nije ništa manje imun na utjecaj klasičnih ideologema nego onaj zastarjeliji oblik svijesti – u čemu se ponovo može prepoznati motiv sukoba između formalnog progressa i sadržajnog regressa – ipak kazuje više o nečemu drugome: naime, o tome da ideološki sadržaj ne ovisi i ne proizlazi iz same forme (medijacije) nego da iz ove potonje može proizaći jedino sama *forma ideološkiosti*, što drugim riječima znači, faktor nevidljivosti ideologije. Taj smo faktor već susreli kroz paradoks nevidljivosti vidljivog i vidljivosti nevidljivog. On se odnosi na točku razlike koja je inherentna odnosu medija i poruke, ali epistemički nije koekstenzivna s njime.

Time je, međutim, samo iskazan uvjet za efekt na kojem počiva digitalna procesualizacija informacijskih sadržaja: naime da informacija istovremeno ima status stvarnog-ostvarenog, eficient-

²³ Usp. sljedeću ideju: „It could be argued that [brain surgery or night baseball] are in some way the ‘content’ of the electric light, since they could not exist without electric light [...] because it is medium that shapes and controls the scale and form of human associations and action.“ (p. 8-9)

²⁴ Doseg ove fundamentalne McLuhanove pretpostavke (u razvijenijem obliku v. „Media and Culture Change“ u: *Essential McLuhan* (Harper Collins, 2002) danas osporavaju rezultati istraživanja o ideološkom i vrijednosnom utjecaju medija na različite tipove svijesti (fragmentarne, novinske, linearne nasuprot integralnog, elektroničkog, simultanog), usp. Paul Grosswiler, „A Q Methodology Study of Media and Ideology Orientations: Exploring Medium Theory, Critical Theory, and Cultural Studies“, u: *Canadian Journal of Communication*, Vol. 22, Number 2, 1997.

nog-efektuiranog, učinkovitog-djelujućeg. Taj je efekt „u stvarnom“ moguć samo uz poništenje (ili simulaciju poništenja) svijesti o razlici između „riječ“ naspram „stvari“. Drugim riječima, od svijesti koja poznaje tu razliku zato što ju je, rečeno hegelovski, ona sama proizvela, traži se da se ponaša kao „lijeno oko“, kao organ čije funkcioniranje počiva na „kašnjenju“, na „nesavršenosti“, koji vidi (cjelinu) zato što ne vidi (dijelove). Drugim riječima, simultana ili strukturalna narav medijskog obrasca spoznaje stvarnosti, koja je proizvod teorije, zahtijeva za svoje funkcioniranje isključenje ili „retardizaciju“ onoga što je omogućuje kao uvid: upravo teorijsku svijest koja poznaje razliku i povezuje ono razlikovano. U tome zahtjevu, koji izražava novo totalizirajuće poimanje medija, sadržana je magijsko-performativna dimenzija arhajskog poimanja simboličkog sistema. Zato je sama teorija integralnosti medija arhaična i ideološki suspektna. Točnije, teorija medija koju sažima i reprezentira geslo „Medij je poruka“ predstavlja poruku-medij novog sadržaja koji nije reprezentiran u samoj teoriji. Sadržaj te poruke-medija je, McLuhanovski rečeno, drugi medij-poruka. Drugim riječima, teorija medija sama je medij-kao-poruka jedne druge teorije koja nije izrečena u sadržaju, nego je su-iskazana kroz izricanje sadržaja, tj. kroz sam medij. To je implicitna teza o neideološkoj naravi novih (konfigurativnih, elektroničkih) medija nasuprot starim obrascima racionalnosti medija (linearnima, sekvencijalnim, tiskovnim) koje – kako McLuhan nalazi u Forsterovom romanu *Passage to India* – obilježava ideološki (kulturalni, civilizacijski) sukob između primata sadržaja pre-formiranih (in-formiranih) u jednom mediju (tisak) i jednom kulturnom krugu („Zapad“) pred primatom pluralnosti oblika medijacije (usmenost, osjetilnost) koji poznaju druge civilizacije („Istok“ ili „Afrikanac“).

II. Diskursi regresije

1. Ideologija ili nemogućnost prestanka mita

Da je tehnološki napredak stvorio nove medije na osnovi nulte distance akcije i reakcije i, ujedno s time, teoriju nulte distance, formulirao je, kao što smo vidjeli, sam McLuhan. Riječ je o teorijskoj rehabilitaciji mitske ili „integralne“ svijesti, a s njome i mitsko-magijskih konfiguracija ljudskih ustanova ili kulturne stvarnosti. Radi se dakle o ultimativnom obliku pojave regresivnosti medija

koja više ne postoji kao efekt sukoba (progresivne) forme medija i (regresivnog) sadržaja, nego kao inherentni vid same strukture medija. Što je medij tehnološki savršeniji, to je više mitska („integralnija“) svijest koju on izražava. Taj rezultat dobiva na značenju ako imamo na umu okolnost da vrijeme McLuhanove teorije medija pada ujedno s dobom diskursa o „kraju ideologije“. Nije riječ o kronološkoj koincidenciji diskursa već o simultanoj konfiguraciji teorija s istom strukturom: „nestajanje ideologije“ ili kraj ideološke ere čovječanstva nije ništa drugo do manifestni teorijski izraz drugog, latentnog sadržaja – krilatica o „kraju ideologije“ ponaša se kao poruka-medij jednog drugog sadržaja-poruke koji nije reprezentiran u sadržaju nego je, ponovo, su-iskazan kroz sadržaj: riječ je o kraju racionalnosti koja omogućuje razlikovaje između ideoloških i neideoloških oblika mišljenja. Rečeno u terminima prethodne analize: riječ je o ispunjenju zahtijeva na svijest da zaboravi spoznatu razliku i da se ponaša prirodno, kao „lijeno oko“ što vidi samo homogenu cjelinu (gibanje) bez diskrecije, diferencije i diskontinuiteta, da ostane, takoreći, u rajskom stanju.

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

Da teza o „kraju ideologije“ iz 50-ih godina 20. st. i sama spada u repertoar velikih društvenih narativa s ideološkim karakterom, danas je možda samorazumljivo, ali ta samorazumljivost rezultat je diskusija iz kasnih 80-ih, preplavljenih zbornicima i monografijama o dijalektici moderne i postmoderne. Na ideološki karakter teze o kraju ideologije upozorio je u svojoj ranoj kritici američki filozof Alastair MacIntyre.²⁵ Budući da je ostala malo poznata u kasnijoj diskusiji evropske

²⁵ Alastair MacIntyre, „The end of ideology and the end of the end of ideology“, u: *Against the self-images of the age. Essays on ideology and philosophy*, London: Duckworth, 1971. Od novijih radova kod nas upućujem na Rade Kalanj, „Kraj ideologije ili ‘velika priča’ o ‘kraju velikih priča’“ u: *Ideje i djelovanje. Oglеди o kulturnim promjenama i razvoju*, Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo itd., 2000: 133-153.

(marksističke i hermeneutičke) filozofije o ideologiji iz 70-ih godina i posve nepoznata-izolirana u anglosaksonskoj tradiciji, navest ću ekstenzivniji citat koji će poslužiti u svrhe diskurzivne analize:

„The 1950s were a decade of immoderate claims made on behalf of what its defenders took to be moderation [...] messianic value was attached to the politics of social democracy. As in earlier apocalyptic and messianic moments, it was proclaimed intemperately that nothing but the sober truth was at last being told. The core of this prophesying was the ‘end-of-ideology’ thesis, first advanced by Edward Shils at a Congress of Cultural Freedom meeting in 1954 and later endorsed and developed by Daniel Bell and Seymour Martin Lipset. The central message of this thesis was that in the advanced industrial societies of the West, ideology was at an end because fundamental social conflict was at an end.“ (MacIntyre 1971: 3)

„[The] rival and competing interests which had been allowed expression within the official political order would therefore no longer breed disruptive conflict; and the presentation of ideological world views which might guide and inform a politics of passionate conflict would henceforth be out of place in the advanced industrial societies.“ (p. 3/4)

„[...] it still remains to ask whether the end-of-ideology thesis diagnosed correctly the nature of that to which it was sensitive. [...] The first is that when such writers spoke of the end of ideology in advanced societies of the West, what they plainly had primarily in mind was the final demise of the influence of Marxism in their societies [...], and it is therefore pertinent to ask whether they may not have confused the local demise of Marxist ideology with the local demise of ideology. [...] For their thesis appears to be that it is because what they take to be profound social changes have occurred that ideology is no longer possible.“ (p. 4-5)

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

„They were right to see that in the 1950s ideology was not what it was; and they were right also to relate this fact to the lessening of social conflict. But not only did they confuse the exhaustion of Marxism with the exhaustion of ideology, they failed to entertain one crucial alternative possibility: namely, that the end-of-ideology thesis, far from marking the end of ideology, was itself a key expression of the ideology of the time and place where it arose. Here again there is a strong reminiscence of classical Marxism [...] It was, of course, only in the Communist future, when the social roots of ideological thinking had been finally destroyed, that ideology would finally wither away. But Marxism offers an anticipation of the apocalyptic culmination. This surely is the ancestor of that muted apocalypticism in Bell and Lipset which surrounds the announcement of the end of ideology.“ (p. 5)

Racionalnost, koja proglašava kraj ideologije kasnih 50-ih godina 20. stoljeća, ne čini to, kao kasnija kritika s kraja 60-ih, da bi sve postalo ideologijom i još manje zato da bi racionalnost smatrala najvišim oblikom ideologije, kako je to slučaj u najvećem dijelu diskusije iz 80-ih. Ona to čini iz znanstvenog (sociološkog i politološkog) uvjerenja da više ne postoji stvarna intrinzična društvena razlika koja proizvodi konflikt:

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

Marksistička anticipacija apokaliptičke kulminacije u „komunizmu“, bez socijalnih korijena ideološkog mišljenja, nastupila je sa socijalnom demokracijom postindustrijskog doba. Otud, MacIntyre-ov argument omogućuje uvid da proglašenje kraja ideologije nije nov (teorijski) cinizam ili lukavstvo pragmatičkog razuma, koji prilagođava teoriju političkim promjenama, nego teorijska naivnost koja ne pre-poznaje (ne istražuje teorijski) odnos između teorije i stvarnosti koju izražava: Taj nevidljivi predmet je upravo razlika između simboličke strukture i sfere označenog, između teorijskog narativa i teorijskog predmeta. Tek kad poništimo tu unutrašnju razliku, teorija pada u svoje izvanjsko ostvarenje. Razlika leži u narativu, ona je sam *logos*, *ratio*, jer samo teorija uspostavlja razliku između sebe i

sadržaja na koji se odnosi. Upravo to je mjesto kroz koje se sociološki karakter teze o kraju ideologije (teorija socijalne strukture) prevodi u termine teorije naracije. MacIntyre ne poduzima takvu vrstu analize, ostajući kod konceptualnih pretpostavki pojma ideologije, ali joj otvara prostor kad govori o sablasti koncepta „baze“ i „nadgradnje“ kod post-marksističkih kritičara marksističke teorije ideologije. Tajna te kritike je brkanje odnosa između (jedne) teorije stvarnosti i stvarnosti s promjenom unutar same stvarnosti kao vanteorijske veličine.²⁶ Političko-teorijsko, odnosno socijalno-teorijsko ukidanje fundamentalnih socijalnih razlika prikazuje se kao stvarno nestajanje strukturnih razlika koje proizvode socijalne napetosti. Istinita teorija odražava objektivne strukture stvarnosti. Tako se u teoriji (kraja) ideologije ponavlja teorija istine kao adekvacije koja je svoj „klasični“ oblik stekla tek s analitičko-filozofskom teorijom odraza kod Russella i Wittgensteina, premda se razlika između dviju teorija čini eklatantnom. Teorija istine ne ukida razliku između stvarnosti i teorijske konstrukcije, kao što to čini radikalizirana teorija ideologije, ali zato jednako kao teorija ideologije pretpostavlja njihovu podudarnost.

Diskurs o kraju ideologije ponaša se kao nesvjesni akt ukidanja same racionalnosti, a odvija se kao mitska prefiguracija diskursa ili čak kao povratak mita u striktnom smislu termina, kao jednog od historijskih oblika narativa. Zato na mjesto racionalizacije mita (ili na mjesto kritike ideologije) s post-industrijskim dobom ponovo stupa mit racionalnosti kao unutrašnji problem ili proturječje prosvjetiteljstva.²⁷ Logistiku toga povratka mita pruža razvoj medijske tehnologije jednako kao i njezina teorija. Njegova diskurzivna strategija je teorijsko svodenje dvaju historijskih modela diskursa, drevno-mitskog i digitalno-tehnološkog, dokidanje strukturne razlike između simbola i simboliziranog (sadržaja ili značenja). To znači, dokidanje razlike unutar simbola kao medija čiji je sastavni dio ono označeno ili simbolizirano. Povratak mita odvija se dakle kao udaljenje tehnološki „informirane“ svijesti od diferencijalnog shvaćanja simboličkog

²⁶ „For otherwise, surely they might have taken more seriously the possibility that it was because ideology was not what it was, that social and political conflict was not what it was, rather than viceversa.“ (p. 5)

²⁷ Za tradiciju kritičke teorije v. radove H. Blumenberga, osobito *Arbeit am Mythos*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1969. Također, *Das Lachen der Thrakerin*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp (stw), 1985. [Za djelomični prijevod (pogl. 1-5, 12) v. *Tračankin smijeh*, u: Treći program Hrvatskog radija, br. 40, 1993: 40-60.]

sistema ka indiferentnom odnosu označitelja i označenog, medija i sadržaja, i otuda, u konzekvenciji, kao susret s mitskim modelom mišljenja u kojemu pojam istinitosti gubi ne samo jezični karakter i teorijsku autonomiju nego biva reduciran na puko događanje, na bitak kao zbivanje izvan, odnosno prije procesa predikacije.

No, sam historijski mit racionalno je dostupan zato što je i sam moment u diferencijalnom polju diskursa. Njegova opozicija je logički diskurs, koji i sam postaje racionalno dostupan u istom diferencijalnom polju u koji spada mit. Mit i logos, neograničeni narativ i racionalnost, nisu dva suprotna pola u historijskom polju diskursa već imena za uzajamno (i međusobno) djelujuća načela proizvodnje diskursa.²⁸ Razlika između njih koju poznajemo samo kao izvanjsku, premda tvori unutrašnje načelo diferencijalnosti znaka u dvostrukom registru (horizontalnom: diferencijalnost označitelj-označitelj, i vertikalnom: diferencijalnost označitelj-označeno), jest možda učinak prosvjetiteljske fetišizacije razuma (i, otuda, apsolutizacije načela stroge konzistencije narativa), ali važnijom od toga čini se posljedica da se razum i mit, bez obzira na napredak znanstvenog mišljenja, napredak u objektivnoj istini, ne javljaju kao unutrašnja proizvodna načela diskursa već kao suprotstavljeni tipovi diskursa s ambicijom međusobne supstitucije, potiskivanja, i što su kao takvi zapravo samo momenti šireg kulturalnog narativa (ili „mita“) u kojemu je razum namjesnik progressa a mit ime regresa.

U tome leži stvarna ambivalencija (prosvjetiteljskog) „fetiša“ racionalnosti: ona ne postaje ideologičnom zato što proglašava pobjedu jednostavne istine (MacIntyre: „sober truth“) i povijesni poraz utopijskih diskursa (poput „marksističke priče“ o komunizmu i slobodi-pojedince-u-kolektivu), kako to propagiraju ideolozi kraja ideologije. Taj vulgarno-teorijski zahvat, na kojemu danas počiva politička ideologija i propaganda „trećeg puta“ neoliberalne evropske socijaldemokracije, i sam je posljedica autodestruktivnog zahvata teorije kao izraza racionalnosti ukoliko se odriče principa koji je proizvodi i održava – to je princip diferencijalnosti, koja uvijek upućuje na drugo, i princip ograničenosti koja označava domenu prisustva ili trenutak počinjanja drugog. Svoju izvanjsku pobjedu nad mitom „utopije“, teorija racionalnosti prenosi na samu racionalnost

²⁸ Usp. Jean-Pierre Faye, *Théorie du récit. Introduction aux langues totalitaires*, Paris: Hermann, 1972., osob. II. dio, „Critique de la raison narrative“, str. 29-40.

kao sustav razlika: ona briše mit kao formativni princip govora same teorije racionalnosti, odnosno formativni princip same mogućnosti njezine artikulacije. Racionalnost je nemoguća bez mita, on je njezin medij (narativ), njezina forma (logika koherencije i konzistencije) i njezin sadržaj (skup iskaza o stvarnosti). Njihovo jedinstvo označava riječ-ime *logos*.

Reći, poput teoretičara medija McLuhana, da je sam medij već poruka, jer je sadržaj jednog medija uvijek samo drugi medij, ne znači naprosto tvrditi da je medij ideološki (sadržajno) neutralan, zato što je neutraliziran medijskom naravi svoga sadržaja (i tako u nedogled) nego upućuje na shvaćanje medija kao stukture koja konfigurira, in-formira sadržaj i postaje njegov neodvojivi dio. Zato se tek u sudaru, konfrontaciji s drugim medijima otkriva prisustvo ideologije kako u sadržaju medija tako i u teoriji medija. Tradicionalno zapadno shvaćanje medija za McLuhana je linearno, ono je vrijednosno i proizvodi svoje vlastito ideološko opravdanje. Ali konzekvenca koju McLuhan ne razvija u svojoj teoriji medija, i koja se u njegovu tekstu (na primjeru Forsterova romana *Passage to India*) pojavljuje samo na čas, jest to da samo konfrontacija različitih teorijskih modela medijacije (linearnih, konsekutivnih vs. simultanih, strukturnih) omogućuje pojavu ideološkog karaktera i samog medija i njegova „sadržaja“.

Zato taj dobitak McLuhanove teorije medija nije moguće sačuvati slijedeći logiku identifikacije njegove teze *Medium is message*, čiji sadržaj tvori logika proliferacije medija na račun sadržaja („sadržaj medija je samo drugi medij“). Ona nužno vodi ili u beskonačni progres-regres medija ili pak u mentalističku teoriju reprezentacije koja se može ustanoviti i kod samog McLuhana.²⁹ Pravi dobitak

²⁹ Cf. McLuhan: „The content of writing is speech, just as the written word is the content of print, and print is the content of the telegraph. If it is asked ‘What is the content of speech?’, it is necessary to say, ‘It is an actual proces of thought, which is in itself nonverbal’ (p. 8). – Prema tome, naše mentalne reprezentacije posljednji su medij u nizu koje više nemaju daljnji medij za svoj sadržaj. U tome leži, čini se, neproblematizirani mentalistički (i metafizički) mrtvi čvor McLuhanove teorije medija koja se u toj točki vraća – regresivistički nesvjesno – na početak povijesti medijsko-teorijskih ideja, na Platonovu teoriju mentalnog kao jedinog istinskog medija reprezentacije stvarnosti naprama kojemu su svi drugi materijalni oblici medijacije (pismo, slike itd.) neautentični. Ta iznenadna koincidencija jedne suvremene teorije medija s klasičnom mentalističkom teorijom istine, diskursa i komunikacije nije slučajna ali ni tako jednostavna kako se čini, osobito ne s obzirom na Platonovu. (O toj problematici v. dalje više.). Naime, mentalne reprezentacije se kao krajnja granica u nizu medija, kao posljednji sadržaj, mogu interpretirati kao nov stupanj medija još samo metaforički ili

iz McLuhanove teorije moguće je održati, čini se, samo iz obrnutog čitanja teze. Ono kaže da je poruka medij, odnosno da medijski sadržaj svojom formom posreduje još jedan ireducibilni sadržaj (ili višak vrijednosti sadržaja) koji nije identičan s njom samom. O vrijednosti toga sadržajno nedefiniranog, apstraktnog viška govori McLuhanov primjer „Afrikanca koji je uz velik napor redovito slušao radio vijesti BBC-a a da nije razumio ni riječi“: sadržaj medija bez sadržaja jest materijalnost samog procesa medija, čija je jedina poruka uspostavljanje odnosa, bitak-za-drugo ili bitak-kroz-drugo. To je nov medij ili logistika jednog drugog sadržaja koji se daje opisati samo kao transfer između subjekata. „Sadržaj“ medija koji je „identičan“ s medijem i koji je, ujedno, ono više od samog medija-kaoporuke – jest uživanje, akt primanja govora Drugog u čistom obliku („nultog govora“ ili lanca označitelja bez označenog).³⁰

Obrnuto čitanje McLuhanova gesla, koje sam ovdje ponudio, nije samo logički legitimno; ono otkriva ekstrapersonalni, nadindividualni, etički moment uživanja kao karakter unutrašnjeg procesa

po analogiji: one su reprezentanti nečeg drugog nego što su one same, kao što mediji sadrže i re-rezentiraju neki drugi medij nego što su oni sami. No, u slučaju mentalnih reprezentacija, ono drugo su još samo izvanmentalni predmeti koje one, prema teorijama reprezentacije, ne sadrže nego reprezentiraju i supstituiraju u svijsti i za svijest. Drugim riječima, ono što reprezentacije čini medijima jest elementarni uvjet znakovnosti znaka, i to je netematizirana granica koja teoriju medija inherentno povezuje sa semiotičkom teorijom znaka. No, prva i najočitija konzekvencija susreta strukturne analize medija na njezinu rubu sa semiotičkom teorijom medija neizbježna je: medij ne sadrži ono što po pretpostavci sadrži nego reprezentira sadržaj na način znaka. – Za analizu različitih modela diskursa semiotičke teorije medija upućujem na citirani rad Janet Woollacott, „Messages and Meanings“, u: *Culture, Society, and the Media*, ed. by M. Gurewitch et al., London/New York: Routledge, 1982 (1998): 91-111. Za hermeneutički pristup ovdje komentiranoj tematici pisma, slike i medija v. npr. Gottfried Boehm „Begriffe und Bilder. Über die Grenzen sokratischen Fragens“, u: K. Pestalozzi (Hg.), *Der fragende Sokrates*, Stuttgart/Leipzig 1999: 238-250; za hermeneutiku medija osobito „Vom Medium zum Bild“, in: Yvonne Spillmann und Gundolf Winter (Hgg.), *Bild-Medium-Kunst*, München 1999: 165-178.

³⁰ Za analizu podudarnog slučaja „transfera između subjekata“ u posve suvremenim medijskim uvjetima Hrvatske upućujem na svoj rad „Glasovi, znoj i diskurs. FAK kao nulti stupanj medija i povratak kulturne ugone“, osob. završno poglavlje II. 3: „Tipkanje na omarini ili glas nultog sadržaja“, u: B. Mikulić, *Scena pjevanja i čitanja. Između Hesioda i FAK-a. Dva oglada iz epistemologije metaknjiževnog diskursa književnosti*, Zagreb: Demetra 2006: 260-264. (Također: *Knjiga čitanja i zaborava. Okušaji iz političke fiziologije književnosti*, web-samizdat na URL-adresi: <http://deenes.ffzg.hr/~bmiculic/Književnost>, objavljeno u ljeto 2005.) Citirani rad predstavlja izravan nastavak i proširenje ove analize medija na performativni čin čitanja književnih djela.

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

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

2. Hermeneutička epistemologija opažaja: *Vremenitost zamjedbe i povijesni rad pogleda*

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

Kritika tekstualne kulture (odnosno „Gutenbergove galaksije“) odvija se, ukoliko je riječ o teorijskoj produkciji, sama u zastarjelom vidu prepirke „starih“ i „modernih“: naime, između klasičara koji ne žele napustiti ne samo „ritual“ (ili „kulturu“) čitanja knjiga nego i redovitog, „ritualnog“ pohađanja knjižara (osobito dendijevskog životnog režima „subotom“), te s druge strane medijskih sljedbenika koji sebe drže avangardom postindustrijskog doba.³¹ Pokušaji posredovanja između jedne i druge fronte vide se samo u komercijalnom sektoru knjižarsko-izdavačkih magnata koji će jednog pisca, ma kakav tradicionalist bio, preprodati pet puta u nekoliko medijskih varijanti. No kritika tekstualne kulture više se odvija kao praktička kritika od strane novih medija, točnije, kao ignoriranje, izostavljanje, preskakanje i pretjecanje teksta, odnosno kao nadomještanje klasične tehničke izvedbe digitalnim tehnikama. Tekst se nije samo već preselio uglavnom u digitalne forme pohrane (kablovski vodovi, čipovi) i nije samo poprimio narav multimedijalnosti. Za tekst u digitalnoj izvedbi kaže se da nije samo objekt već i „subjekt“ čitanja: naime, u digitalnim enciklopedijama historijske ličnosti same govore, njima se mogu postavljati pitanja, s njima se može voditi „dijalog“; s druge strane, takav dijalog je ipak lažan, namješten, fingiran isto onoliko koliko i Platonov „sokratički dijalog“ jer u njemu „svi već znaju sve“. No, takav prigovor je krivo usmjeren i trivijalan koliko je trivijalno i navođenje Platonovih dijaloga kao primjera za, navodno, prividni karakter dijaloga i komunikacije.³²

³¹ Onaj prvi oblik egzistencije dobio je nedavno u Zagrebu svoj institucionalni oblik kroz klupsku knjižaru „Booksa“ u istočnom dijelu centra, u Martičevoj ulici. Za drugi tip v. npr. portretiranje „dandya informacijskog doba“ kod Agature Bilwet, „Datadandy“ u: *Arhiv medija*, Zagreb: Arkzin, 1998. Njegov lokalni institucionalni oblik mogao bi se prepoznati u multimedijalnom centru „Mama“, u zapadnijem dijelu najužeg centra, u Preradovićevoj ulici. Pitanje koje bi se u slijedu McLuhanove teorije medija moglo postaviti glasi otprilike: Da li se i koliko društveni, politički i kulturni svjetonazor publike tih dvaju klubova razlikuje međusobno ukoliko samu instituciju kluba, uključujući i fizički prostor, uzmemo kao medij. Postoje li fundamentalne razlike vrijednosnog i ideološkog tipa između poklonika „gutenbergovske“ i „elektronske“ kulture svakodnevice?

³² Osim činjenice postojanja tzv. nepisanog učenja kod Platona (*ágrapha dógmata*) na koje upućuju kako sami Platonovi dijalozi i izravne Platonove izjave a najpouzdanije nezavisno historijsko svjedočanstvo predstavlja Aristotelov izvještaj o sadržaju predavanja i kritika u *Metafizi* knj. M, N (XIII i XIV) te kasnija dokso-grafska tradicija, ništa drugo ne podržava uvjerenje o „fingiranju dijalogičnosti“ u Platonovim dijalogima. Čak je i samo nepisano učenje kako po sadržaju tako i po

Premda je Platonova teorijska pozicija višestruko složena, višeznačna i polivalentna, i premda se ne može poricati da ona daje prednost ili barem inicijativu voditelju razgovora koji zna više od svojih sugovornika, dijalog nije „lažan“ sa stanovišta primaoca. To je odlučujuće ne samo s obzirom na modernu hermeneutičku i recepcijsko-teorijsku tradiciju, gdje je primalac zamišljen kao subjekt odnosa tumačenja (on je mjesto promjene značenja i poprište povijesti djelovanja), nego i s obzirom na teoriju dijaloga samog Platona. Naime, vrijedi imati na umu da iako Platon daje prednost voditelju dijaloga a sugovornik (obično mlađi) koji uči je više-manje pasivan odgovarač na pitanja (predmet „porodiljskog umijeća“), nije opravdano uzimati da prethodno (pred-dijaloško) znanje uvijek imaju apsolutnu vrijednost. Čak ako je unutar dijaloga „već sve odlučeno“ sa stanovišta voditelja dijaloga (a to, gledano u historiji dijaloga, važi samo za dijaloge iz kasne faze gdje voditelj razgovora nije više Sokrat nego „stranac“), proces stjecanja znanja je strogo diskurzivan, odnosno uvjetovan medijem – to su jezične forme i sadržaji konkretnog govora – a za sugovornike postoji napredak u procesu znanja u smjeru novih područja i novih sadržaja, a ne samo prema napuštanju starih uvjerenja i oblika znanja. Premda je već to dovoljno da se preispitaju interpretacije koje kod Platona vide jednoznačnu i apsolutnu prednost mentalnog govora pred verbalnim (mišljenje kao „razgovor duše sa samom sobom“) i osobito pred pisanim govorom (dok je glasovni zbog veće bliskosti s mentalnim legitimniji), Platon važi i dalje neupitno kao rodonačelnik klasične, „fonocentrične“ filozofske teorije jezika, značenja i diskursa iza koje stoji metafizička teorija ideja. Pored toga ili još više, to je važno s obzirom na suvremeni interes za komunikacijske procese i teorije komunikacije: glavna veza između Platona i suvremenih modela procesualnog mišljenja leži u „digitalnom“ shvaćanju odnosa medija i sadržaja mišljenja.³³ Prevedeno na rječnik teorija interpretacije i teksta, dijalog više nije otvoreni tekst ili bolje: materijalni prostor

svome obliku (metamatematičko učenje o najvišim principima stvarnosti) toliko različito od dijaloga da nipošto ne može ukinuti njihov karakter postupnog dolaženja do rezultata koji ne predstavljaju parcijalne istine samo po tome što nisu krajnje istine (s obzirom na ono „najviše učenje“, *mégiston máthema*) nego zato što su sektoralne istine dobivene s obzirom na kontekst istraživanja i stupanj ili tip logosa koji je primjeren tematici. – Za daljnja razjašnjenja o tome vidi ovdje dalje.

³³ Usp. K. O'Hara, *Platon i internet*, Zagreb: Jesenski i Turk, 2003.

otvorenosti smislova, kako to još od romantike pretpostavlja suvremena filozofska hermeneutika; kod Platona je riječ o mentalnom tekstu kao istinskom obliku koji gubi ograničenost znakovnosti (slova alfabeta ili slike hijeroglifa), koja mu je pridavala značaj semiotičkog, materijalnog predmeta zakrivajući i falsificirajući njegov ideelni karakter ili čist sadržaj, ali je poprimio formu virtuelnog mentalnog i beskonačno proširivog entiteta koji se generira iz svoga koda. Otuda se virtualni tip materijalizacije čini jedinim adekvatnim i idealnim obličjem teksta. Platon je u tome glavnom, „idealističkom“ dijelu svoje teorije „digitalni“ mislilac: u čistom noetičkom mediju diskursa poništena je distanca između egzistencije stvari i njezine suštine, između spoznaje i spoznajnog predmeta, između pojave istine i istinitog. Time – dakako, s ograničenog stanovišta mentalističkog modela mišljenja – prestaje važiti tradicionalna dihotomija između nepisanog učenja i dijaloga. Oni se međusobno odnose kao kodirajući (sistemski) jezik i kodirani (generirani) govor.³⁴

Tako se eliminacija klasičnih oblika teksta u nadolazećoj kulturi novih medija odvija ne samo implicitno nego i deklarativno kao

³⁴ Takav se noetički model može potvrditi u glavnim dijalozima srednjeg stvaralačkog razdoblja poput *Države*, *Menona* i *Fedona*, ali ne više u kasnijem dijalogu *Teetet* koji umjesto ranije teorije odslikavanja ili participacije unosi presudan jezično-sintetički model (u kojemu je noetički materijal duše, ono ‘zajedničko’, doduše i dalje još nužan ali ne i dovoljan moment spoznaje), i time implicitnu autokritiku i samonadogradnju koja karakterizira i druge kasne dijaloge poput *Parmenida* i *Zakona*. (Za posebnost spoznajno-teorijske pozicije u *Teetetu*, ali bez otvaranja semiološke dimenzije, v. npr. A. Silverman, „Platon on Perception and ‘Commons’“, u: *Classical Quarterly* 40 (1990), str. 148-175.) Ono retoričko ili materijalno od prirodnog jezika na njegovim dijalozima time ne prestaje postojati, bitno se mijenja njegov predmetni status, a time se, teorijski gledano, premiješta i težište dosadašnjih interpretacijskih sukoba izvan granica hermeneutike smisla prema kulturno-semiotičkim i medijskim aspektima. Osim interesa za „digitalnog Platona“ usp. suvremene reaktualizacije Platonovog diskursa poput Giovanni Cerri, *Platone come sociologo della comunicazione*, Milano: Il saggatore, 1991, osob. završno poglavlje „Elogio della scrittura“; također James J. O’Donnell, *Avatars of the Word. From Papyrus to Cyberspace*, Cambridge (MA), London (UK): Harvard UP, 1998, osobito pogl. 1 „Hearing Socrates, Reading Plato“. Dok O’Donnell ostaje na granici manifestne Platonove kritike pisma ne ispitujući latentne teorijske postavke, njezina prednost se pokazuje, na drugoj strani, kod kritičkog čitanja McLuhana: premda na više mjesta u pozitivnom smislu citira njegovu devizu da je „sadržaj medija uvijek drugi medij“, O’Donnell daje historijske primjerke medija koji opovrgavaju McLuhanovu pretpostavku o temeljnoj strukturnoj razlici između starih medija (knjiga, tisak) koji su navodno linearni, i novih (elektronički) koji su ne-linearni, simultani. Usp. osob. 4. pogl., „From the Codex Page to the Homepage“ (za McLuhana str. 54-55)

rehabilitacija Platonove glorifikacije mentalnog medija „živog logosa“ nasuprot grafičkom zapisu iz dijaloga *Fedar*. Onoliko koliko je tehnologija tekstualnog medija udaljena od neposrednosti digitalnih, toliko je pismo udaljeno od logosa, ukoliko je ovaj shvaćen kao „mentalni govor“. Ta hijerarhija od materijalnog medija kao nižeg do mentalnog kao višeg (ili krajnjeg), koja leži u pozadini McLuhanova shvaćanja proliferacije medija do granice mentalnog, tradicionalna je, no semiotički karakter toga krajnjeg mentalnog sloja posredovanja ili reprezentiranja izvanmentalnog predmetnog svijeta otkrio je Locke, i to na krajnjem rubu svoga velikog *Traktata o ljudskom razumu*.³⁵ Reprezentacije stvari u našoj svijesti su ideje ili ‘znakovi’. Znakovnost mišljenja ili materijalna strana mentalnih reprezentacija postoji uvijek, kako ističe Hegel u *Enciklopediji filozofskih znanosti* (§ 497), samo na rubu psihologije ili logike, iako je ona sam uvjet mogućnosti mišljenja jer je način datosti sadržaja svijesti za samu svijest; znakovnost je uvjet same svjesnosti mišljenja. No, otkriće toga momenta puno je starije u povijesti ideja, ono pripada Platonu čija teorija znakovnih upisa ili „pečata“ u duši u *Teetetu* (*typoi* koji se nazivaju i *semeia*) podrazumijeva troje: osjetilno ili pojedinačno, noetičko ili izvorno duševno (*ta koiná*, zajedničko ili najopćenitije kategorije poput ‘bitka’ koje ne primamo kroz osjetila) i jezični materijal (glôse) koji povezuje (*sylogízein*) sve troje u doksastički iskaz ili rečenicu (*logos*); ta teorija mentalnog znaka kao i prispodoba duše s voštanom pločom predstavlja više prešutnu nego eksplicitnu historijsku pozadinu kako za Lockeove *ideje-znakove*, za Kantove *sheme* i Hegelove *zorove-značenja*, tako, u drugom smislu, i za Derridinu ideju transcendentalne *trace* koja prethodi svakom pismu. Novi (digitalni) mediji na taj način, tehnološki ostvarujući mentalističku i ne-jezičnu Platonovu teoriju noetičkog prostora ideelnih predmeta iz *Politeje*, koja je starija i jednostavnija nego ona jezična u *Teetetu*, implicitno revidiraju uvjerenje o povijesnosti svih oblika medijacije na kojima počiva ljudska kultura, i to ne samo u smislu tehnoloških, moralnih i socijalnih dostignuća, već i u smislu ljudskog perceptivnog aparata. Novo na novim medijima je njihova tehnološka, virtualna materijalnost iz koje proizlazi i njihova istinska dimenzija – performativna moć neposrednog djelovanja. Ona je identična s načinom

³⁵ Riječ je, kao što je poznato o kratkom, završnom poglavlju Lockeova *Traktata o ljudskom razumu* (XXII) odakle je za suvremene teorije preuzet izraz ‘semiotiké’ (drugo ime za logiku).

njihove datosti, sa strukturom, a njezin sadržaj identičan je onome što znamo iz mita: božanski savršena moć viđenja koja je božanski (ili demonski) neposredna moć djelovanja.

Teza o „povijesnosti“ perceptivnih procedura na bazi ljudskih osjetilnih organa (vid, sluh, njuh itd.) historijsko je dostignuće humanističke filozofije spoznaje u rasponu od Kantove spoznajno-kritičke teorije produktivne uobrazilje, Hegelove povijesne teorije produktivnog pamćenja (nasuprot pasivnog sjećanja), Marxove materijalističko-povijesne teorije obrazovanja ukusa do Nietzscheove kulturno-kritičke teorije koncepta „istine“. U specifičnijem obliku, ona se razvila na Goetheovoj romantičko-estetičkoj teoriji znanosti i teoriji boja, eksperimentalnim saznanjima o postojanju „neurofizioloških boja“ bez stvarnog nositelja (referenta), te na opservacijama svjetlosnog snopa u tamnoj komori. Rezultat tih spoznaja revolucionarno je shvaćanje da se obični prirodni opažajni proces, poput viđenja nekog predmeta, ne odvija kao mehanički prijenos gotovih slika niti kao izravno optičko odslikavanje, već kao „interpretacijski proces“ oka u sprezi s moždanim funkcijama. Na toj Goetheovoj interpretaciji ranijih spoznaja iz optike, i osobito na njegovim vlastitim opservacijama o bojama, izrasla je čitava hermeneutička teorija kreativne subjektivnosti koja u spoznajni proces unosi procesualnost spoznaje kao događanja i ideju predmeta kao učinka ili proizvođa subjektivnih sintetičkih spoznajnih moći nasuprot teorijama datosti i prisutnosti predmeta i analitičkom postupku uma (svijesti).³⁶

Humanistička epistemologija perceptivnih oblika spoznaje insistira na tome da su već i najprirodnije ili „najneposrednije“ funkcija

³⁶ U toj se točki teorija boja bez izvanmentalnih referanata približava koncepciji sinkategorematskih izraza u jeziku, poput veznika, članova, padežnih oblika itsl. koji su također bez pokrića u referencijama na izvanjezični svijet predmeta. Oni su materijalni dokaz izvorne sintetizirajuće moći jezika da stvara svijet smisla nezavisan od predmetne referencije. Premda su sinkategorematski elementi jezika otkriveni u Aristotelovoj teoriji, i presudni za nastajanje jezičnog karaktera teorije istine koju poznamo kao teoriju korespondencije ili adekvatnog odslikavanja, teorija sinteze na temelju subjektivnih moći dobila je svoje značenje tek s romantičkom preradom Kantove teorije uobrazilje. Za kritiku teorije datost osjetilnih podataka („myth of the Given“) u svijesti i primata analitičkog postupka razuma u anglosaksonskoj tradiciji v. ishodišni tekst W. Sellarsa, „Empiricism and philosophy of mind“ iz 1956, (repr. u: *Science, perception, and reality*, London: Routledge & Kegan Paul, 1963., str. 127-196), na kojemu R. Rorty temelji svoj ambiciozni projekt obuhvatne kritike klasične epistemologije, *Philosophy and the Mirror of Nature* iz 1979. (v. *Filozofija i ogledalo prirode*, Sarajevo: V. Masleša, 1991).

ljudskog organizma, poput gledanja, zapravo medijacijski procesi s karakterom interpretacije jer njihov sadržaj ne čine paslike stvarnosti u svijesti nego *značenja* osjetilnih sadržaja za svijest. Rečeno u žargonu komunikacijskih teorija, ljudski osjetilni organi su mediji. Ako su u suvremenim teorijama tehnički mediji nazvani produženjem ili proširenjem čovjeka (McLuhan: „extensions of man“), jesu li ljudski organi digitalni? Približava li se time humanistička teorija prirodno-osjetilnih procesa spoznavanja kao procesa interpretacije suvremenoj teoriji digitalne, instantane svijesti u kojoj medij i sadržaj predstavljaju isti proces a svijest i značenje padaju ujedno, bez diferencije, pomaka „oprostorenja“ ili „ovremenjenja“ (Derrida)?

Tehnološka spoznaja vezana za medije a s njome i kultura suvremenog doba zahvaljuje jedno od najvažnijih dostignuća – prikaz pokreta kao sintetičke cjeline filmom – performativnom ili funkcionalnom nesavršenstvu oka, naime nesposobnosti toga organa da pri određenoj brzini pomicanja predmeta razluči kretanje na sekvence. Na toj spoznaji o *temporalnoj* strukturi zamjedbe hermeneutička epistemologija gradi teoriju o *povijesnosti* prirodnog zamjedbenog procesa.³⁷ Ona gradi i obrazlaže tu tezu historijskom spoznajom da je svijest o procesualnosti osjetilne senzacije kulturološko, povijesno otkriće; nadalje, povijesnost osjetilne datosti u hermeneutičkoj se teoriji utemeljuje na tzv. „kritici osjetila“ – poput, slikarskog eksperimenta s bojama ili drogama – koja je opet sa svoje strane dio povijesti kulture. Idejno-povijesna i eksperimentalna kritika osjetila kombinira se s poviješću civilizacije i stupa na mjesto tradicionalne analize prirodne konstitucije osjetila. No rezultat koji dobivamo ovakvom analizom ne izgleda da dostatno opravdava hermeneutičke zaključke o strukturi predmeta.³⁸

³⁷ Za dio teksta koji slijedi upućujem na radove Gottfrieda Boehma, povjesničara umjetnosti i teoretičara slike, jednog od najistaknutijih predstavnika hermeneutičke epistemologije: „Bildsinn und Sinnesorgane“, u: *Neue Hefte für Philosophie* 18/19, 1980: 118-132; ovdje osobito „Hat das Sehen eine Geschichte?“, u: *Werk und Diskurs. Karlheinz Stierle zum 60. Geburtstag*, hrsg. von Dieter Ingenschay und Helmut Pfeiffer, München 1999: 179-188; nadalje, „Mnemosyne. Zur Kategorie des erinnernden Sehens“, u: G. Boehm/ K.H. Stierle/ G. Winter (Hgg.), *Modernität und Tradition, Festschrift Max Imdahl*, München 1985: 37-57; „Sehen. Hermeneutische Reflexionen“, u: *Internationale Zeitschrift für Philosophie* H1, Jg.1, 1992: 50-67.

³⁸ Riječ je o nekoj vrsti *hermeneutičkog pre-eksponiranja* fiziološkog učinka „produžene percepcije“ (vidjenja boja nakon nestanka podražitelja, senzacija „nepostojećih boja“, efekt komplementarnih kromatskih suprotnosti plavo-zelena itd.).

Da bi kulturološka spoznaja o procesualnosti osjetila sama postala integralni dio perceptivnog akta, nije dovoljno rekurirati na vremensku strukturu percepcije („faktor kašnjenja“). Povijesnost je u hermeneutici „subjektivna“ kategorija, ona je horizont očekivanja ili interpretativni stav razumijevajućeg subjekta, i nije svodiva na vrijeme u smislu fizikalno iskazive veličine diferencije ili kašnjenja. Povijesnost mora ležati u elementima koji čine složenost osjetila i koji djeluju simultano i sintetički bez obzira na trajanje fiziološkog procesa zamjedbe. Upravo tu simultanost heterogenih elemenata (osjetilnih podataka, noetičkih kategorija i jezičnog materijala koji dolazi izvan duše) opisao je Platon u samokritičkoj fazi koju iskazuje dijalog *Tetet*. Greška u modernom hermeneutičkom modelu poput Boehmovog pokazuje se još eklatantnijom u tome što se hermeneutičkim krugom, kako to pokazuju argument „svijesti o povijesnosti“ i argument „kritike osjetila“, neposredno identificiraju fiziološko-perceptivna procedura i elementi njezine kulturno-povijesne nadgradnje. Točnije rečeno, sintetički oblik percepcije, istovremenost faktičkog (to *da* vidim) i modalnog (*kako* vidim), u hermeneutičkoj se verziji koristi u svrhu poništenja analitički ustanovljive diferencije između modalnog i faktičkog. Ta teorijska svrha je višak same hermeneutičke teorije ugrađen u samo načelo teorije. On spada u ideologiju teorije.

Drugim riječima, ako se s hermeneutičkom teorijom može reći da je svako viđenje „povijesno“, odnosno modalno određeno iskustvom nataloženim u kategorijalnom aparatu te je sintetičkog porijekla premda se prikazuje kao njegov apriorni sadržaj³⁹, povije-

Međutim, produžena percepcija u vidu autogene produkcije i reprodukcije senzacija, poput viđenja boja bez referenta u vanmentalnom svijetu, ponaša se bez vanjskog ograničenja kao neuređeni i neograničeni kromatski tok, čiji se pendant najbolje prepoznaje u govornom toku pod imenom logoreje. Prema tome, vremenska struktura zamjedbenih procesa kao što je viđenje nije osnovica njihove „povijesnosti“ u smislu narativa koji pripada subjektu ali se odnosi na procese i sadržaje koji ga objektiviraju, već u smislu indiferentnog protoka i beskonačnog, čak patološkog produženja sve do fenomena zamjedbenih halucinacija. Drugim riječima, povijesnost zamjedbe traži kriterij izvan same zamjedbe da bi bila povijesnost zamjedbe subjekta. Pored navedenih radova usp. G. Boehm, „Bild und Zeit“, in: H. Paflik (Hrsg.), *Das Phänomen Zeit in Kunst und Wissenschaft*, Weinheim 1987: 1-23.

³⁹ U tome je bit dalekosežnog hermeneutičkog zaokreta u analitičkoj filozofiji značenja koji je izvršio W. v. O. Quine svojim epohalnim tekstom „Dvije dogme empirizma“ iz 1951 (v. *From a logical point of view*, Cambridge MA: Harvard UP, 1953, 2nd ed. 1980; prijev. u: *Kontekst i značenje*, ur. N. Miščević/M. Potrč, Rijeka: IC Rijeka 1987; 69-86.). Prividno paradoksalno, taj tekst čini ne samo drugi potpo-

snost zamjedbenog akta ne proizlazi iz njegove faktičke, fizikalne vremenske strukture. Faktor vremena je univerzalni moment strukture zamjedbene moći (isključujući Marsovece i arhajske bogove), povijesnost je njezin *modalni* faktor. Bez toga, perceptivni akt, odnosno njegovi učinci i osjetilni sadržaji, produžuju se autogeno do u beskonačnost, postaju bez-vremeni i ne poznaju povijest osim ako nismo spremni svrstati halucionogene doživljaje u kategoriju povijesnosti. Halucinogeni doživljaji, ako se verbaliziraju ili oslikaju, sadrže mitsku matricu bezvremenosti i translogičnosti. Povijest nije sazdana od vremena nego od naracije razumljene kroz njezino vrijeme. Stoga *temelj povijesnosti* ne čini fizikani razmak u aktu percepcije između akta i aktuiranog, što je ponovno mentalistički proces opredmećenja predmeta za svijest, nego proces *narativne produkcije značenja*. Ona je instantan, simultan medijski ili semiotički proces ili – jednom riječju: *jezični*.

U tom smislu čini se da je moguće, ili čak nužno, poći od teze suprotne hermeneutičkoj teoriji povijesnosti osjetila u Boehmovo verziji, da bismo došli do humanističke teorije zamjedbenog akta. Povijesnost kao element kulturološke (historijski akumulirane) spoznaje o funkcioniranju čula ponaša se spram zamjedbenog čina kao strani element koji tek treba integrirati. Povijesnost, upravo ukoliko u hermeneutičkoj teorijskoj verziji znači nastupanje novog sadržaja, ne može biti dio indiferentnog vremenskog protoka zamjedbe, dakle ne može se zamisliti kao koekstenzivna ili paralelna s vremenskom strukturom. Drugim riječima, ono što je povijesno u zamjedbenom aktu ne može, upravo suprotno polazištu predložene hermeneutičke teorije zamjedbe (Boehm), biti *izogeno*, već samo *heterogeno* fiziološkoj bazi zamjedbene moći subjekta. Da bi postalo „izogenim“, ono tek mora biti integrirano. Povijesnost ne možemo zamišljati samo kao karakter diferencije na bazi fizikalne strukture (pomak, kašnjenje procesa) nego kao semiološki i semantički proces između njezinih efekata. Jezik nije tek izraz povijesne naravi zamjedbe nego njezina, kantovski rečeno, sintetiza, produkcija. Ono što je povijesno u zamjedbenom aktu, ne pripada prirodnom pa čak ni specifičnom rodnom

ranj Rortyjeve destrukcije epistemologije nego i uporište za rehabilitaciju epistemologije protiv Rortyjeva „vulgarnog pragmatizma“. Usp. Susan Haack, *Evidence and Inquiry. Towards Reconstruction in Epistemology*, Oxford, UK/Cambridge MA: Blackwell, 1993 (1995), osob. pogl. 3, 6, 9.

(antropološkom) nasljeđu u subjektu, ono nije endogeni proizvod spoznajnih moći („fiziološke boje“) čistog empirijskog subjekta, već može biti nešto drugo, strano, ne-subjektovo. Ono je moment „realnog“ koje nije dio osviještenog i opredmećenog procesa ali ga omogućuje. To je njegova znakovnost i medijska funkcija materijalnih znakova koja stvara višak sadržaja na samim sadržajima.⁴⁰

Time se gotovo u potpunosti mjenja kulturalni efekt medija koji je vidljiv najprije u njihovu razumijevanju ili teorijskim diskursima o njima. Niti su mediji stvar tehnološkog napredovanja u posredovanju neovisnih, apriorno postojećih sadržaja, niti između medija i sadržaja postoji odnos autentičnog približenja, dokončanje teleološkog procesa. Razočaranje u takvom očekivanju može rezultirati samo beskonačnom potragom za novim, autentičnijim oblicima medijacije, takvima koji će se bez ostatka približiti „samoj stvari“, posredovati istinski sadržaj⁴¹. Ili pak, kao u slučaju biografske i autobiografske naracije u različitim medijskim oblicima, poput postnacističkih filmova Leny Riefenstahl ili Heideggerove filozofske

⁴⁰ Time se, mislim, postiže točka na kojoj je moguće izbjeći nesuglasice i inkompatibilnosti koje karakteriziraju kulturno-povijesnu i strukturalnu argumentaciju u području medija. Nestaje paradoks da i ono što prepoznajemo kao povijesno novo, kao rezultat samo ljudskog razvoja, istovremeno prepoznajemo i pod aspektom vremena; ono povijesno i revolucionarno u svojoj je strukturi nužno i pojava u vremenu, ono pada u vrijeme i zato čini „epohu“ ili „povijest svoga vremena“ („Zeitgeschichte“). Iako nije odraz ili efekt historije, ono povijesno revolucionarno jest dio historije, i utoliko postaje podložno i dostupno akumuliranom historijskom znanju i historijskim vrijednostima. Povijesni činovi, revolucije, restauracije, utopistički, antibirokratski i apokaliptički pokreti postaje povijesnim samo iz Kantove perspektive entuzijastičkog subjekta-promatrača; to je epohalni horizont očekivanja u kojemu instantano djeluju dijakronijska i sinkronijska perspektiva, prošlost i budućnost, konkretno i utopijsko. To je dimenzija povijesno ispunjenog „sada“. Za hermeneutički pristup v. ponovo G. Boehm, „Eine kopernikanische Wende des Blickes“, u: *Sehsucht. Über die Veränderung der visuellen Wahrnehmung*, hrsg. von Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland GmbH, Göttingen 1995: 25-34; „Die Arbeit des Blickes. Hinweise zu Max Imdahls theoretischen Schriften“, in: G. Boehm (Hg.), *Max Imdahl. Reflexion – Theorie – Methode*, Frankfurt 1996: 7-41; za povjesnost percepcije u spekulativnom smislu kao ljudskog samo-stvaralačkog čina v. izvođenja M. Kangrge, „Povijesni smisao odnosa percepcije i apercpepcije“, u: *Praksa, vrijeme, svijet*, Beograd: Nolit, 1984:139-154. Za politički karakter „pogleda subjekta“ kao horizonta očekivanja koji pripada entuzijastičkom subjektu v. npr. R. Riha, „Kant in praktischer Absicht“ u: *Filozofski vestnik 2*, Ljubljana 1992.

⁴¹ Usp. Agentur Bilwet (1998), osobito eseje „This world has lost its glory“, „Der Faschismus der Schönheit“.

auto-apologije: od autentičnosti tu-bitka, preko nacizma istine kao neposrednog poriva denuncijacije do amoralizma naknadne samoreprezentacije. Mediji su i jedno i drugo: proces posredovanja između forme i sadržaja koji ujedno održava razliku i proizvodi njihovo strukturno preklapanje. Tehnološki progres medijacije proizvodi pitanje o primatu forme ili primatu sadržaja. Naličje progressa iskazuje se kao ideološki regres u teoriji koji nužnost strukturne razlike forme i sadržaja ispostavlja kao dihotomiju: ili nestajanje razlike ili hipertrofiju primata.⁴²

3. Kritičko-teorijska psihoanaliza:

U aporiji tehno-napretka i retro-kulture

Odatle se vidi da fenomen regresivnosti medija u smislu diskrepancije između tehnološke usavršenosti i nazadnosti sadržaja (primjerice nacistička ideologija krvi i tla, totalna ekologija New Agea, kršćanski fundamentalizam itd.) nije primarno rezultat kulturološke neuroze i prirodne sklonosti ka regresiji kao antipoda progresu, kako to u svom prilogu psihoanalizi medijske kulture predlaže predstavnik kritičke teorije Hartmut Heuermann, već konstitutivni dio samog procesa medijacije.⁴³ Heuermannova knjiga, za razliku od *Daten Dandya* Agentur Bilwet, klasičnim postupkom znanstvenog pisanja, polazi od rekapitulacije svog znanstveno-teorijskog ishodišta (Freudova otkrića i analize fenomena regresije u individualnom i kolektivno-psihološkom domenu) da bi je primijenio na medijsku kulturu klasične moderne u rasponu od književnosti (W. Irving, E. T. A. Hoffmann, J. Conrad), preko glazbe (R. Wagner, *Heavy Metal*) slikarstva, religijskih učenja, televizije, reklamnih plakata. Na matrici individualno-psihološkog fenomena regresije Heuermann izrađuje sve one njegove nepatološke aspekte koji čine ulog kulturološkog progressa da bi primjerenije istaknuo bipolarnost rečenog fenomena, njegove utopijsko-progresivne i apokaliptično-regresivne potencijale, sve do katastrofičnih i nihilističkih efekata.

Međutim problem regresivnosti suvremenih medija u ovakvom psihoanalitičkom pristupu kulturi prikazuje se – na nizu izvanredno zanimljivih analiza – samo kao nesrazmjer između naprednog

⁴² Cf. Agentur Bilwet (1998), esej „Medien oder Barbarismus“.

⁴³ Hartmut Heuermann, *Medien und Mythen. Die Bedeutung regressiver Tendenzen in der westlichen Medienkultur*, München: Wilhelm Fink Verlag 1994.

stupnja racionalnosti novih dostignuća kulture, s jedne strane, i pada u mitske oblike mišljenja i doživljavanja svijeta. Polazeći od Freudove maksime „Wo Es war, soll Ich werden“ („Gdje je bilo Ono, trebalo nastati Ja“) Heuermann promatra kulturološki napredak kao postupak progresivne, iako mučne i nipošto zajamčene racionalizacije historijskih stanja i procesa, kao postupak individualnog i kolektivnog (ontogenetskog i filogenetskog) prihvaćanja historijskih dostignuća, ili, rečeno jezikom psihoanalize, povećanja ugone i smanjenja nelagode u kulturi, kao kretanja ka holističkoj slici svijeta. Aktualni pluralizam perspektiva i vrijednosti, gubitak centrističke slike svijeta, tu „novu nepreglednost“, autor odbacuje, oslanjajući se na Habermasove dijagnoze, kao katastrofične i nihilističke produkte postmodernističkih teorija u umjetnostima i filozofiji, i sam zagovara cjelovitu i koherentnu sliku svijeta i čovjeka.⁴⁴

Cijena ovakvog racionalizatorskog pristupa je, čini se, ta da je psihoanalitička dijagnoza regresivnosti medija sama više regresivna nego analitična. Njezina (nesvjesna) greška sastoji se u tome što na analitičkoj razini sama zahtijeva i pokušava nadomjestiti ono što u medijima navodno nedostaje – cjelovitu, koherentnu, preglednu i racionalnu sliku svijetu. Taj zahtjev je formuliran doduše progresistički – sadržaji medija moraju odgovarati neopozivim dostignućima i progresističkoj naravi ljudske civilizacije – no, regresivna narav tog zahtjeva sastoji se u normativno postavljenoj ideji kod Heuermanna da mediji moraju posredovati cjelovitu sliku svijeta. Prevedeno na rječnik strukturalnog prikaza medija s početka ovog rada, ono što se zahtijeva, to je upravo ono nemoguće – poklapanje sadržaja i forme medija: medij mora doista posredovati poruku, ali sama poruka više ne postaje nikakav medij nego se (kako pokazuje Anders) prikazuje kao sama stvar, događaj. Medij može posredovati cjelovitu sliku

⁴⁴ Za diskusiju o filozofskoj i znanstveno-teorijskoj pozadini psihoanalize između kritičke teorije frankfurtske škole i francuske lingvističko-semiološke tradicije usp. rani i još uvijek mjerodavan rad Slavoj Žižeka, *Znak, označitelj, pismo*, Beograd: Mladost (ideje) 1976. Za pokušaj posredovanja između lakanovske psihoanalitičke teorije subjektivnosti i hermeneutike usp. Hermann Lang, *Die Sprache und das Unbewußte*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1973; Manfred Frank, *Was ist Neostukturalismus?*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1984. Usp. također hermeneutičke priloge u: *Filozofsko čitanje Frojda*, ur. Obrad Savić, Beograd: IC SSOS, 1988. Nadalje, Ljiljana Filipović, *Nesvjesno u filozofiji*, Zagreb: Antibarbarus, 1997. te priloge u tematskom bloku *Filozofija i psihoanaliza*, u: *Filozofska istraživanja*, 10 (3/1984): 295-349.

svijeta, on to upravo i čini, ali samo po cijenu totalne laži koja počiva na nizu pojedinačnih istina. Otud je poruka (ili rečeno s Andersom: „činjenica“ za razliku od događaja) unutrašnja granica procesa medijacije, ona je posljednji referent (ili, točnije, medijski reprezentant mentalne reprezentacije autora poruke). No, vidjeli smo, da bi odgovorili tome zahtjevu, mediji moraju postati mitskim („lažnim“), tj. postičući podudarnost forme i sadržaja bez ostatka oni poništavaju unutrašnju diferenciju između forme i sadržaja (činjenice i događaja), upravo ono što omogućava proces medijacije. Taj efekt se vidi, da ponovimo, samo ako se McLuhanova krilatica čita obrnuto: *‘Poruka je medij, poruka je ta koja posreduje novi sadržaj (višak sadržaja) koji nije reprezentiran u njoj samoj kao mediju’*. Bez toga obrtnja, nemoguća je sadržajna analiza medijskog učinka a s time i njegova interpretacija. Umjesto refleksije ostaje uvijek samo imanencija.

Otuda, analizirajući fenomen regresivnosti u klasičnim medijima poput literature, glazbe i slikarstva na nivou kritike sadržaja, Heuermann gubi iz vida da je regresija sadržana u samoj naravi, u strukturnoj dispoziciji medija za poništenjem dispozicije u smjeru identifikacije, upravo u onom momentu koji i on sam zagovara. Najeklatantniji primjer dvoznačnosti njegovih analiza u tom smislu jest fenomen tzv. elektronske, „televangeličke“ crkve u SAD-u: jedan od „najskandaloznijih“ primjera za spoj tehnološkog progressa u medijima s regresijom u mitske obrasce mišljenja i ponašanja, televangelička praksa, ujedno je najviši oblik posredovanja holističke slike svijeta. Ali ona nije regresivna samo po svojim religioznim sadržajima – u tome sigurno nije regresivnija od fanatizma bilo koje vrste, pa bio on i racionalno-tehnološki – već prije svega po tome što televangelička crkva svoj nauk smatra neposrednom istinom i što ga adekvatno tome prakticira – naime „neposrednim“ i *totalnim* prisustvom u svakidašnjem životu svojih vjernika. Između njezina nauka, ideološkog sadržaja i elektronskih medija, kojima se prenosi, ne postoji nikakva strukturna distanca: oni su živi paradoks neposredne medijske stvarnosti. Štoviše, neposredna stvarnost ili totalno prisustvo nauka nije samo učinak suvremenih medija, nego je upravo konstitutivni dio ideološkog sadržaja nauka. O „mediju“ se može govoriti još samo u pukom tehničkom smislu aparata koji bi tako, zbog svoje upadljivosti, jednom mogao zasmetati u svijetu savršeno instantane medijacije, u kojemu su akcija i reakcija simultane – bez posredo-

vanja. Riječ je dakako o svijetu totalne denuncijacije kakav se može vidjeti u tragovima ili zamecima i izvan fundamentalističkih životnih zajednica, u gradskim četvrtima ili čitavim naseljima s takozvanim „nadzirućim susjedstvima“ u kojima na ulazu, u sloganu dobrodošlice, stoji upozorenje da posjetilac dolazi u zonu „neposrednog dojavljivanja svake sumnjive djelatnosti“: od trenutka kad si stupio u prostor, svako tvoje djelovanje povlači za sobom instantano protudjelovanje, kao u mitskom prostoru. Takva koncepcija i praksa civilne zajednice ne iziskuje, očito, nikakvu posebnu medijsku logistiku osim ljudskog oka i uha, tih prirodnih „produženja“ paranoidne konstrukcije čovjeka.

Priča o medijima može se stoga ispričati samo ukoliko i onda kad se u medijskoj stvarnosti ukažu pukotine, nesavršenosti, nedovršenost, upravo ne-holistička medijacija.⁴⁵ Istina medija o kojoj je ovdje riječ ne leži dakako u kompleksu fikcije, privida, laži, zabave, *entertainment* itsl. nasuprot medijaciji ozbiljnih sadržaja (vijesti, kultura, znanost), nego tamo gdje se postavi pitanje nemedijaliziranog, nesavladivog ostatka medijacije. Taj pak ne leži u tzv. vanjskom, stvarnom, istinskom svijetu nasuprot mediju, već u samoj nje-govoj strukturi. Istina medija, njihovo stvarno drugo, uvijek je samo dio njihova pogona, i stoga, kako to pokazuje medijsko-teorijski spisateljski rad autorske kooperative Agentur Bilwet, da bi kritika medija bila plauzibilna, ona sama mora biti imanentna medijska produkcija. Samo u tome leži mogućnost da, nasuprot regresivnosti zahtjeva za holizmom, bude progresistička – upravo u smislu Heuer-

⁴⁵ Odlične primjere za takvu napuklinu nesavršenog totaliteta davao je (i još uvijek daje) dominantni društveni medij, televizija. Tako se burnih 90-ih često dešavalo da voditelj ili voditeljica „središnjeg dnevnika“ umjesto novopropisane riječi *izvješće* koja je trebala istisnuti „srbizam“ *izvještaj*, izgovori bastardnu, lingvistički i psihološki višestruko zanimljivu tvorevinu *izvješćaj*. No hipertrofija ideološke revnosti prema oktroiranoj jezičnoj politici kao da ne poznaje granice: tako će sportski novinar HTV čije ime i prezime jednoznačno sugerira nepoželjno (srpsko) etničko porijeklo, u svojoj kroatoidnoj revnosti koristiti ne samo germanizam „šport“, uvriježen u lokalnom zagrebačkom idiomu, umjesto „sport“ koji je općehrvatski (i srpski) standardni izraz, nego će i riječ *start* zamijeniti sa *šart*. Rečeno rječnikom lakanovske psihoanalize, to je školski primjerak provale želje subjekta kao želje Drugog, tj. želje subjekta da bude priznat od Drugog. O ideološkim procesima u jeziku na primjeru tranzicijskih procesa, usp. novije socijalno-lingvističke radove D. Škiljana, osob. „The processes of ideologisation in language“, u: R. Močnik/A. Milohnić (eds.), *Along the Margins of Humanities. Seminar in Epistemology of Humanities*, Ljubljana: ISH, 1996:15-63.

mannove dijagnoze: da putem refleksije i kritike preuzme kulturološko dostignuće stvarnosti, prakse i izazova novih medija.

Paradigmatičan medijski primjer regresije, i ujedno paradigmatičan slučaj regresivnosti analize u Heuermannovoj knjizi, jest pripovijetka Washingtona Irvinga „Rip Van Winkle“ (1819) o američkom holandskom naseljeniku Ripu Van Winkleu, sklonom dangubljenju, koji je pod pritiskom nelagode u koži svakodnevnog građanskog života (osobito pak zbog svoje čangrizave žene) pobjegao od kuće u slobodu divlje prirode. Tamo mu se dogodi da nabasa na bizaranu družinu s kojom se dosita nakuglao i potom napio do besvijesti. Kad se probudio, bio je posve posijedio, brada mu je bila duga do peta, i vrativši se u mjesto gdje je nekad živio, ništa više nije bilo kao prije, nikoga nije poznao niti se njega itko više sjećao. Kao stranac u eri otimačine za američke kolonije između Engleske i Holandije i političkih previranja, Rip bude čak osumnjičen kao špijun engleskog kralja. U kritičnom trenutku, sjeti se neka žena priče da je nekada davno nestao neki čudak, da se uvijek pričalo o nekim čudnovatim družinama u brdima. I stvarno, Rip Van Winkle bude ostavljen na miru i živješe u selu u kojemu su ga svi pazili i obožavali kao primjerak iz davno prohujalih vremena. Što se desilo? Rip Van Winkle je pod neobjašnjivim okolnostima prespavao američku revoluciju, iako se samo htio spasiti čangrizave žene koja ga je – kao Ksantipa Sokrata – tjerala na svakodnevne poslove, dok je on – suprotno Sokratu koji je spas od privatnog građanskog života našao u ne-privatnom, javnom – dane volio tratiti u kuglanju, pijuckanju i igrama s djecom.

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

ekranizacijom pripovjetke Josepha Conrada „Heart of Darkness“ (iz 1899.) Heuermannova znanstvena medijacija analiziranih slučajeva preseže preko medija u autentičnu realnost, ovaj put poznatu samo znanstveniku. Ovdje i tamo istina leži u psihoanalitičkom objašnjenju regresije – kod Irwinga individualno-psihološke, kod Coppole kolektivno-psihološke – u apokaliptičkom viđenju ljudske civilizacije. Reduktivistički manevar znanstvene medijacije ovakvog tipa eklatantan je: umjesto da fokusira način na koji se unutar analiziranog medija (literatura, film itd.) postavlja pitanje istine i ujedno s time osvjetli način na koji se unutar medija reproducira njegov ideološki postav, ona umjesto njih, i izvan njih, traži istinu u drugom ključu. Rezultat toga mora biti pretvaranje analitičkih nalaza znanstvenog postupka u ideološki diskurs same znanosti. Kod Heuermannova se ona javlja, još jednom, u zahtjevu da mediji posreduju holističku sliku stvarnosti, dakle, upravo ono što oni rade.

Suprotno Heuermannovu tumačenju, u Irwingojoj pripovijesti se vidi s dostatnom jasnoćom da je pitanje istinitosti bizarne zgrade s Ripom Van Winkleom riješeno na jedini ispravan način, i da je registar značenja pripovijesti prije politički nego psihoanalitički iako bi ga upravo Heuermann morao najprije detektirati s obzirom na kritičko-teorijsku, „frankfurtsku“, pozadinu svoga modela književne psihoanalize. Činjenica da se Rip Van Winkle „vraća“ u selo koje više nije njegovo, da se ne sjeća nikoga niti se itko u selu još može sjetiti njega, u potpunosti isključuje mogućnost obostrane identifikacije a time i pitanje objektivne istine.⁴⁶ Umjesto toga, jedna se žena u selu iznenada – dakle na vrhuncu Ripove drame gubitka svijesti i identiteta, ali i drame sela u kojem se odjednom pojavljuje čovjek iz legendi – prisjeća da su nekada postojale legende o ljudima u brdima. Identifikacija Ripa, a time i njegovo uključenje u zajednicu, odvija se stoga kao dodir fiktivnih ploha, međusobno pri-stajanje vremena sadašnjosti i vremena legende, odnosno kao smiještanje nepoznatog (štoviše

⁴⁶ To je naoko posve obrnut slučaj od Odisejeva povratka i procesa njegove identifikacije-reintegracije i intersubjektivnog pristajanja premda i tamo auktorijalno jamstvo istinitosti jamči samo kontekstualni identitet, koherenciju, i ništa više od toga; ono nastupa samo protiv svih ostalih faktora otvorenosti. Za sličnu analizu „prepoznavanja“ Odiseja na Itaki kao intersubjektivnog pristajanja na legendu (mit i epos) o Odiseju usp. „Čavrljavo srce. Zaziv Muza u arhajskom epu, mit istine i postanak epistemičkog subjekta“, osob. dio I. 3, u: B. Mikulić, *Scena pjevanja i čitanja*, Zagreb: Demetra, 2006: 52-79.

posve bizarnog) elementa, Ripa, u simbolički sustav „novog“ sela. Drugim riječima, Ripov identitet postiže se učinkom intersubjektivnog pristajanja u kojemu je izvjesno samo postojanje legende ali ne i njezin referentni svijet. Točnije – i upravo u tome se čini sadržanim politički sadržaj (istina ili ideologija) priče – integracija Ripa u kolektiv novog sela ne događa se kao re-integracija na osnovi pre-poznavanja, i stoga ne na osnovi „stvarne istine“, već kao integracija ili pri-znanje za novi poredak stvari (novi simbolički poredak) onoga što stvarna svijest bivšeg sela nije mogla preraditi-priznati-prihvatiti („dangubljenje“), što je bilo zazorno i čemu je pripadalo da ode u ne-vid – iza gora, iza svijesti. Činjenica da je taj isti sadržaj sad „odjednom“ (nakon Ripovog odsustva u komi od nekoliko desetaka godina!) dopustiv, vidljiv, nezazoran, iako bizaran, ne znači da su se stubokom promijenile vrijednosti društva (ljenčarenje umjesto rada), nego znači doslovno i samo ono što se posreduje Irwingovom pričom: da je Rip postao predmet opće pažnje i brige sela upravo kao primjerak nepredstavljivo davnih i nepredstavljivo drugih vremena. Upravo iz takve maglovite pozadine i Penelopa nastoji namamiti Odiseja da oda svoj identitet pitanjem o „rodu od hrasta iz starodrevne priče“.

Drugim riječima, Rip je, kao ostatak radikalno drugog svijeta običaja nego što je poslovno-pragmatički postao živim ogledalom napretka. Bez njegova prisustva – bez Ripa kao inherentne razlike – ne bi bilo nijednog dokaza o tome. Legenda o čudnoj družini iza brda i gora, koja je u starom svijetu imala status isključenog drugog u su-vremenoj stvarnosti, postala je onim što doista jest, legendom, time što je dobila realnu funkciju u novom društvu: funkciju muzealizirane društvene i kulturne prošlosti. Tek s tom izmjenom vremenskih ploha društvo je pro-gledalo u svoju prošlost i proširilo polje viđenja. Ono je re-integriralo svoju legendu o napretku time što je dopustilo postojanje radikalno drugog („nazadnog“, „zaostalog“) unutar sebe nakon što se ono pojavilo u bezopasnom obliku. Legenda je postala prihvatljiva samo kad je, i time što je, izgubila snagu, imanentnu nesvjesnom, kad je postala trivijalnom ili u najboljem slučaju, bizarnom. Legenda o planinskoj družini pojavila se u isprva šokantnom i bizarnom, ali banalnom liku zapuštenog i izgubljenog starca; u novoj, denaturaliziranoj velegradskoj okolini naprednog industrijskog i napose postindustrijskog doba takvim „spodobama“ vrve ulice a da ne postaju ni šokantna ni bizarna već samo „banalna“

pojava; ona ne dolazi medijski do izražaja toliko kroz spektakularno praćenje karitativnog sklanjanja beskućnika s ulica kad temperature padnu niže od „minus deset“ koliko u hollywoodskim filmskim pričama o prošnjacima koji slučajno i nakratko (ili pak zauvijek, ovisno o scenariju) postaju bogataši.

Otuda, Irwingove pripovijest se, upravo s obzirom na eksplisitno pitanje o istini ispričane zgode, može čitati istovremeno, ako ne i primarno, kao povijest o progresiji i integraciji, a ne samo kao povijest o regresiji i re-integraciji. Ta su dva momenta u svakom slučaju komplementarna, ali je spoznajni dobitak iz analize Irwingove priče po teoriju medija sadržan u tome što se primarni (ili prirodni) kognitivni činovi poput viđenja i prepoznavanja odvijaju kao način političkog viđenja, tj. kao priznanje, kao integracija drugog, stranog bez prisilne redukcije na normirano. Progresivna relevancija Irwingove pripovijesti po medijsko-teorijsku analizu leži u strukturi same medijacije (u naslovu „Rip Van Winkle“), a ne toliko u njezinu sadržaju (u sudbini junaka priče Ripa Van Winklea). Točnije rečeno, ona leži upravo u diferenciji između forme i sadržaja, u onom detalju koji sprečava prelijevanje jednog u drugo a time i totalizaciju unutrašnje perspektive pripovijesti, odnosno totalizaciju fikcije. U Irwingovoj pripovijesti to su pitanje o objektivnoj istini i narativna (medijacijska) strategija njegova rješenja.

Sličan slučaj unutrašnjeg samoograničenja medija, odnosno odustajanja autora od totalizacije fikcije i od prelaska u ideološku propagandu sadrži Coppolin film *Apocalypse Now*, koji Heuermann također analizira kao slučaj regresivne kulturološke tendencije. Ona je katastrofičnog, a ne apokaliptičnog tipa zato što, po Heuermannovu čitanju, na kraju filma, nakon scene s krvavim ritualom za vrijeme kojeg specijalac uspijeva likvidirati odbjeglog i podivljalog pukovnika američke vojske u Kambodži, sve izgara u požaru apokaliptičnih razmjera, ali Coppola ne sugerira ni jednu perspektivu obnove. Za razliku od katastrofične i samodestruktivne regresije, apokaliptična se nagoni preobraća u perspektivu spasenja. Anali tička greška kod Heuermannu u ovom se slučaju kao i u prvom sastoji u prijenosu analize izvan imanencije naracije, odnosno u traženju ključa u smjeru tzv. stvarnog, vanfiktionalnog značenja medija koji se poklapa sa (prikazanim, reprezentiranim) sadržajem. Prigovor da Coppola nakon prikaza rituala ubijanja – a radi se o arhajskoj ljud-

skoj žrtvi, i utoliko „doista“ o kulturalnoj regresiji odbjeglog oficira u arhajsko divljaštvo – ujedno s požarom svijeta otvara perspektivu obnove, implicira da bi Coppola sam trebao vjerovati u žrtveni ritual koji se odvija u njegovom filmu, vjerovati naime da žrtveni ritual kao simbolički čin polučuje stvarnost spasenja. Da je Coppola doista ispunio to očekivanje, postao bi ili iskupitelj američke ratne katastrofe i apologet pentagonske ideologije (likvidirati odbjeglog časnika znači otkloniti nakaradni i nenormalni efekt rata, naime podivljanje ljudi na stupanj ritualnog homicida) ili pak propovjednik ideologije vječnog vraćanja istog.

Umjesto toga, perspektivu čitanja treba ponovno izokrenuti: poruka je medij (neprikazanog viška) sadržaja. Tako, utuženi nedostatak perspektive „obnove“ iz velikog požara ne simbolizira potonuće svijeta u besperspektivnost, nego prikazuje rat onim što on jest: homicid koji se ne može opravdati iz višnje istine i smisla. Prikazati ritual žrtve a ne otvoriti „perspektivu obnove“, znači upravo ne vjerovati u ritual ubijanja, i zato Coppolina ne-intervencija ne znači pretvoriti apokaliptičnu regresiju u nešto još gore, u katastrofu lišenu dimenzije onostranosti, nego upravo zaustaviti kotač vječnog vraćanja što ga simbolizira ritual. Sadržajni višak koji nastaje kroz medij poruke mora se formulirati na temelju kontrastiranja uvriježenog razumijevanja smisla rituala (simbolizacija obnove) i nedostatka toga smisla na ratu. Upravo zbog ljudske katastrofe rata mi ne znamo da li ritual obnove polučuje obnovu, zato se ona ne može izravno integrirati u medijski prikaz bez pada u ideološku zloupotrebu. Utoliko, „kulturalna regresija“ u Coppolinoj medijskoj verziji nije ni katastrofična ni apokaliptična, nego, ako postoji, ona je agnostička ili radikalno kritička.

Medijsko dovršenje slike svijeta nema pokriće u sadržaju iz već navedenog razloga, upravo zato što je poruka medija i sama nov medij drugog sadržaja: totalizacija medijske perspektive ostaje prikraćena za totalno dovršenje sadržaja. Istina ritualnog homicida samo je gola istina materijalne radnje klanja. Holistička slika svijeta, bez napukline radikalno stranog, nemoguća je. Integracija je moguća samo po cijenu napukline, preskoka, zadržavanja heterogenog.

No, artikulirati takvu poziciju programatski, na nivou meta-teorije, znači ne moći izbjeći samoironiju. Jedna od tih konzekvencija je ta da se faktički mora pribjeći intermedijalnom kretanju,

otkrivanju napuklina u medijaciji a ne cjelovitost; mora se tematizirati praznine, tražiti „krajeve medija“, sadržajne identifikacije praznine zvane medij.⁴⁷ Riječ je o praksi kritike medija koja – onkraj parametara dekonstruktivizma i semiotike i zamki beskonačne semioze, ali zato u ništa manje sličnim parametrima *word processinga* – arbitrarnim metodološkim sredstvima na medijskim fenomenima traži veze i kontra-smislove koji prije nisu postojali: u knjigama za djecu o svijetu budućnosti, o totalnoj ekologiji, o novim tehnologijama, o tehnološko-tijelu, o novoj ljudskoj vrsti data-dandya što nadomješta esejiste, feljtoniste ili književni žanr dandya (zaljubljenike u naliv-pero ili stari pisaići stroj) itd. Ambulantna znanost ima u programu samo to da proširuje refleksivnu intervenciju. Zato je rubna (i komička) pozicija Agentur Bilwet s obzirom na ozbiljni akademsko-znanstveni i feljtonističko-esejistički diskurs u Evropi također predmet samoironičnog prikaza: Bilwet se definira kao provizorna asocijacija kućne radinosti čiji cilj, suprotno očekivanju, nije njegovati alternativno mišljenje kao izvorno nasuprot neautentičnom etabliranom, već – takoreći sokratičkom gestom u postmodernoj varijanti – spriječiti intelektualno iskliznuće i povratak u društvenu ugodu bez kritičke napetosti. Odnosno, izbjeci sudbinu etabliranja kulturne disidencije i spasiti ironijski odmak refleksije od katastrofe postpolitičkog konformizma kakav predstavljaju (ili točnije: pretendiraju da predstavljaju) neki oblici „otklona“ od nacionalističkog *mainstreama* kulturne proizvodnje u tranzicijskim društvima, poput nove „stvarnosne“ književnosti.

Literatura

(Lista obuhvaća samo citiranu i/ili komentiranu teorijsku literaturu i književna djela)

Teorijska djela

Agentur Bilwet, „Datadandy“ u: *Arhiv medija*, Zagreb: Arkzin, 1998

Anders, G., „Die Welt als Phantom und Matrize. Philosophische Betrachtungen über Rundfunk und Fernsehen“, u: *Die Antiquiertheit des Menschen*, Band I. *Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*, München: Verlag C. H. Beck (Beck'sche Reihe),

⁴⁷ Tako, „Agentur Bilwet“ = Akademija za ambulante znanosti, Zaklada za unapređenje ilegalne znanosti. Centar za meta-realizam, Odsjek za turističku epistemologiju. Kontra-intuitivni komesarijat za politiku itd. (usp. Agentur Bilwet, 1998.)

2. Aufl. 2002. (izbor u: *Europski glasnik* 10, Zagreb, 2005., preveo B. Mikulić)
- Baudrillard, Jean, *Les stratégies fatales*, Paris: Grasset, 1983
- Blumenberg, H., *Arbeit am Mythos*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1969.
- , *Das Lachen der Thrakerin*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1985.
- Boehm, G. „Vom Medium zum Bild“, in: Yvonne Spillmann und Gundolf Winter (Hgg.), *Bild–Medium–Kunst*, München 1999: 165-178
- , „Begriffe und Bilder. Über die Grenzen sokratischen Fragens“, u: K. Pestalozzi (Hg.), *Der fragende Sokrates*, Stuttgart/Leipzig 1999: 238-250
- , „Bild und Zeit“, in: H. Paflik (Hrsg.), *Das Phänomen Zeit in Kunst und Wissenschaft*, Weinheim 1987: 1-23
- , „Bildsinn und Sinnesorgane“, u: *Neue Hefte für Philosophie* 18/19, 1980: 118-132
- , „Die Arbeit des Blickes. Hinweise zu Max Imdahls theoretischen Schriften“, in: G. Boehm (Hg.), *Max Imdahl. Reflexion – Theorie – Methode*, Frankfurt 1996: 7-41
- , „Eine kopernikanische Wende des Blickes“, u: *Sehsucht. Über die Veränderung der visuellen Wahrnehmung*, hrsg. von Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland GmbH, Göttingen 1995: 25-34
- , „Hat das Sehen eine Geschichte?“, u: *Werk und Diskurs. Karlheinz Stierle zum 60. Geburtstag*, hrsg. von Dieter Ingenschay und Helmut Pfeiffer, München 1999: 179-188;
- , „Mnemosyne. Zur Kategorie des erinnernden Sehens“, u: G. Boehm/ K.H. Stierle/ G. Winter (Hgg.), *Modernität und Tradition, Festschrift Max Imdahl*, München 1985: 37-57
- , „Sehen. Hermeneutische Reflexionen“, u: *Internationale Zeitschrift für Philosophie* H1, Jg.1, 1992: 50-67
- Cerri, G., *Platone come sociologo della comunicazione*, Milano: Il saggiatore, 1991
- Cook, G., „Mantic Marshall McLuhan: is the legacy the legend?“ u: *The University of Toronto Bulletin*, Sept. 12, 1988
- de Kerckhove, Derrick, „McLuhan and the Toronto School of Communication“, u: *Canadian Journal of Communication* (1989): 73-79
- Eco, U., *Odsutna struktura* u: *Kultura, informacija, komunikacija*, Beograd: Nolit, 1973 (usp. *La struttura assente*, Milano: Bompiani, 1968)
- , „Intentio lectoris. Napomene o semiotici recepcije“ u: *Sukob interpretacija* (tematski blok: Eco, Krämer, Davidson, Rorty), *Treći program Hrvatskog radija* 47/1995, priredio B. Mikulić): 21-30

- Eco, U., *I limiti dell'interpretazione*, Milano: Gruppo editoriale Fabbri etc. 1990
- Faye, J.-P., *Théorie du récit. Introduction aux langues totalitaires*, Paris: Hermann, 1972
- Filipović, Lj., *Nesvjesno u filozofiji*, Zagreb: Antibarbarus, 1997
- Frank, M., *Was ist Neostrukturalismus?*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1984
- Grosswiler, P., „A Q Methodology Study of Media and Ideology Orientations: Exploring Medium Theory, Critical Theory, and Cultural Studies“, u: *Canadian Journal of Communication*, Vol. 22, Number 2, 1997.
- Haack, S., *Evidence and Inquiry. Towards Reconstruction in Epistemology*, Oxford, UK/Cambridge MA: Blackwell, 1993 (1995)
- Halbfass, W., *India and Europe. An Essay in Understanding*, State University of New York Press, 1988
- Hall, S., „The rediscovery of ‘ideology’: return of the repressed in media studies“, u: *Culture, Society, and the Media*, ed. by M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran and J. Woollcott, London-New York, 1982 (repr. 1995): 56-90
- Heuermann, H., *Medien und Mythen. Die Bedeutung regressiver Tendenzen in der westlichen Medienkultur*, München: Wilhelm Fink Verlag 1994
- Kalanj, R., „Kraj ideologije ili ‘velika priča’ o ‘kraju velikih priča’“ u: *Ideje i djelovanje. Oglеди o kulturnim promjenama i razvoju*, Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo itd., 2000: 133-153
- Kangrga, M., „Povijesni smisao odnosa percepcije i apercepcije“, u: *Praksa, vrijeme, svijet*, Beograd: Nolit, 1984: 139-154
- Lang, H., *Die Sprache und das Unbewußte*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1973
- MacIntyre, A., „The end of ideology and the end of the end of ideology“, u: *Against the self-images of the age. Essays on ideology and philosophy*, London: Duckworth, 1971.
- McLuhan, M., „Media and Culture Change“ u: *Essential McLuhan* (Harper Collins 2002)
- , „The Medium is the Message“, u: *Understanding Media, the extensions of man*, London/New York: Routledge, 2001 (New York: The American Library, 1966); za prijevod v. Maršal Makluan, *Poznavanje opštita, čovekovih prođužetaka*, Beograd: Prosveta 1971. (prev. S. Đorđević)
- Mikulić, B., *Scena pjevanja i čitanja. Između Hesioda i FAK-a. Dva ogleđa iz epistemologije metaknjiževnog diskursa književnosti*, Zagreb: Demetra 2006. (Usp. također web-publikacije: *Knjiga čitanja i*

- zaborava. *Okušaji iz političke fiziologije književnosti*, na: <http://deenes.ffzg.hr/~bmikulic/Knjizevnost>, ljeto 2005., te <http://deenes.ffzg.hr/~bmikulic/Homepage/Arhomenos.htm>)
- , „Znalac i lažljivac. Semiotiziranje spoznaje“, u: John Greco/E. Sosa, *Epistemologija. Uvod u teorije znanja*, Zagreb: Jesenski i Turk, 2004. (hrv. izdanje s dodatkom priredio Borislav Mikulić); autorsko izdanje na web-adresi: <http://deenes.ffzg.hr/~bmikulic/Homepage/Znalac-lazljivac.htm>
- , *Tranzitorij 2007. Imaginiranje 'Europe' ili kronika druge hrvatske tranzicije u 42 slike*, URL: <http://deenes.ffzg.hr/~bmikulic/Tranzitorij2007>
- O'Donnell, J. J., *Avatars of the Word. From Papyrus to Cyberspace*, Cambridge (MA), London (UK): Harvard UP, 1998
- O'Hara, K., *Platon i internet*, Zagreb: Jesenski i Turk, 2003
- Quine, W. v. O., „Dvije dogme empirizma“ (1951), u: *From a logical point of view*, Cambridge MA: Harvard UP, 1953, 2nd ed. 1980 (prijev. *Kontekst i značenje*, ur. N. Mišević/M. Potrč, Rijeka: IC Rijeka 1987, str. 69-86)
- Riha, R., „Kant in praktischer Absicht“ u: *Filozofski vestnik* 2, Ljubljana 1992
- Rorty, R., *Filozofija i ogledalo prirode*, Sarajevo: V. Masleša, 1991. (*Philosophy and the Mirror of Nature*, Princeton Univ. Press, 1979)
- Sellars, W., „Empiricism and philosophy of mind“ (1956), repr. u: *Science, perception, and reality*, London: Routledge & Kegan Paul, 1963., str. 127-196
- Silverman, A., „Platon on Perception and 'Commons'“, u: *Classical Quarterly* 40 (1990), str. 148-175
- Škiljan, D., „The processes of ideologisation in language“, u: R. Močnik/A. Milohnić (eds.), *Along the Margins of Humanities. Seminar in Epistemology of Humanities*, Ljubljana: ISH, 1996., str. 15-63
- Virilio, Paul, *Vitesse et politique. Essai de dromologie*, Paris: Galilée, 1977
- Woollacott, J., „Messages and Meanings“, u: *Culture, Society, and the Media*, ed. by M. Gurewitch et al., London/New York: Routledge, 1982 (1998), str. 91-111
- Zagzebski, L., „Što je znanje?“, u: John Greco/E. Sosa, *Epistemologija. Uvod u teorije znanja*, Zagreb: Jesenski i Turk, 2004. (hrv. izdanje s dodatkom priredio Borislav Mikulić)
- Žižek, S., *Znak, označitelj, pismo*, Beograd: Mladost (ideje) 1976
- Žižek, Slavoj, *The Indivisible Remainder. An Essay on Schelling and Related Matters*, London/New York: Verso, 1996

Književna djela

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

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

Washington Irving, „Rip Van Winkle“ (1819)

Filmovi (s književnim predlošcima)

Robert Zemeckis, „Forrest Gump“ (1994), prema istoimenom romanu Winstona Grooma

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

Fancis Ford Coppola, „Apokalipsa“ („Apocalypse Now“, 1979), scenarij inspiriran propovijetkom Josepha Conrada „Srce tame“ (1899)

linkovi s bibliografijama

<http://www.english.uga.edu/~rmenke/6830/>

http://www.mcluhan.utoronto.ca/article_torontoschoolofcomm.htm

Borislav Mikulić

VOICES FROM THE CAN:

McLuhan, the Digital Absolute and the Problem
of Regressive Progress

(Towards a Materialist Epistemology
of Media Discourse)

Summary

On the basis of selected examples of average lay as well as professional and theoretical discourses on the media phenomenon and the very notion of media, the author seeks to identify moments conducive to constructing a model for media analysis of a social-theoretical bent, and both structural-semiotic and substantive-critical in character. The analysis refers to the media in both the strict (technological) and the expanded (semiological) meaning of the term – as technical devices and semiotic objects, such as discourses of ideology, science and literature. In the first section (I. 1-3), almost entirely devoted to Marshall McLuhan's brief and legendary text "The

Medium Is the Message”, his basic thesis is put under a discursive-logical analysis of the text and reverted into the seemingly diametrically opposed form, “The Message Is the Medium”, whose further interpretive possibilities are then explored. In the second section (II. 1-3) McLuhan’s “integral” approach to media analysis, as a particular theory (communication theory), is examined by placing it in the discursive context along with the “End of Ideology” thesis from the 1960s and instances of humanistic-scientific discourse on non-technological media forms (hermeneutic theories of perception, psychoanalysis of narrative strategies in fictional discourses). The aim of the discussion is to relocate the phenomenon of conceptual regression (whether substantive, cultural, or ideological) in discourses presupposing absolute innovativeness and progressiveness of their media form. The result of the inquiry shows that regressiveness lies in the “progressive” media form itself, that is, in the very conceptions (theories, ideologies) of the form.

Key words: media theory, media forms, instantaneity, simultaneity, McLuhan, hermeneutical epistemology of perception, psychoanalytic literary hermeneutics, the “End of Ideology” thesis, MacIntyre.