

# UMETNOST I SISTEMI KOMUNIKACIJA

---

Umetnost se smatra za suštu negaciju masovnih komunikacija, jer je tobož namenjena samo eliti znalaca. Samo, to uobičajeno suprotstavljanje ova dva pojma isključuje, čini se, sadašnje promene u umetnosti, njene odnose sa društvom; šta više, ono se zasniva na jednoj predstavi o potrebama koja ostaje hipotetična. Dinamičnost komunikacije podešava se, po svojoj prilici, prema načinu kombinovanja poruka, s tim što se ovo kombinovanje uvek može proširiti, i što se pretpostavlja da ono odgovara potrebama onih koji te poruke primaju i očekivanjima društva. Prema tome, uloga umetnosti, ako ova pristane da napusti »visoke sfere« misli, dobila bi pedagoški karakter, s obzirom na to da umetničko stvaralaštvo teži da poveća »sadržinu« poruke. »Elitna kultura« unapređuje verovatno komunikaciju u pogledu kvaliteta, unoseći u nju elemente koji podstiču ili prisiljuju na razmišljanje i koji zahtevaju složeniji trud oko dešifrovanja poruka. Drugim rečima, umetnost u službi masovnih komunikacija podrazumevala bi skladno spajanje poruka iskazanih na veoma tanan način i poruka koje su dostupne svakome, jer idealna kulturna politika dokazuje svoju vrednost na taj način što »umetnika« poistovećuje sa »realizatorom« masovnih komunikacija.

Međutim, ako izvesne tendencije »umiruće umetnosti« predstavljaju prepreku ovakvom spajanju, da li je to rezultat preziranja masovne komunikacije? One izražavaju, naprotiv, jedan skup protivrečnosti čiji smisao, zbog ritualnog suprotstavljanja elitne kulture masovnoj kulturi, postaje teško shvatljiv.

Sadašnja umetnost, u svojim mnogostrukim formama izražavanja nastoji najčešće (ili uzalud)

da ukaže na opasnost koju predstavlja korišćenje sredstava masovnih komunikacija u cilju porobljavanja. A beskrajna reprodukcija ovih sredstava delom je rezultat ideje o njihovom prilagođavanju onima kojima su ona namenjena i samo to prilagođavanje bi moralo da obezbedi komunikaciju. I tako, »potrebe« onih koji primaju poruku predstavljaju deo težnji ka reprodukcovanju određenog društvenog poretka; te potrebe sačinjavaju utvrđene i nepromenljive elemente na kojima se, na manje-više čudesan način, zasniva funkcionisanje komunikacija. Očigledna razdvojenost potražnje i sadržaja poruka neodvojiva je od procesa reprodukcovanja kružnog kretanja komunikacija. Savršeno podudaranje između raznih vrsta ponuđenih poruka i takozvanih društveno-estetskih potreba masa, ne zavisi ni od »realizatora« masovnih komunikacija ni od broja onih koji primaju poruku, već od određenog mehanizma kulture čije je delovanje podešeno prema izabranim strategijskim formama, za koje je kombinovanje raznih motivacija (potražnja, kritika, nužnost...) samo neprekidno nastojanje da se pronađe opravdanje.

#### RETROAKCIJA I TAUTOLOGIJA

U idealnom slučaju kružno kretanje komunikacija podsticao bi subjekt-predlagač (realizator-odašiljač) koji bi prenosio »izabrane« poruke zavisno od subjekta koji ih prima (ili od primaoca), pod pretpostavkom da se pitanja i odgovori usaglašavaju na osnovu odnosa subjekt-objekt, s tim što bi se operacija svodila na definisanje subjekta od strane objekta i obratno, i što bi onaj koji prima mogao da »odglumi« ulogu odašiljača u slučaju pozitivne retroakcije.

Očigledno je da je udeo inicijative onoga koji prima poruku bez ikakvog uticaja, ali je u cilju reprodukcije masovnih medija potrebno stvoriti utisak da takva inicijativa stvarno postoji i da je ona zaista odraz potreba i želja društva. Drugim rečima, celokupni kružni tok komunikacije određuje i propisuje odašiljač (ili realizator), koji stvara iluziju neprekidnog utrkivanja i postavljanja beskrajno mnogo pitanja i zahteva, i koji pri samom prenošenju poruke pokazuje na vidan način kako se »prilagođava« potrebama koje se menjaju. To zatvoreno kolo, nazvano retroakcija, u stvari je neka vrsta tautologije, koja to kolo ilustruje na najslikovitiji način, i to formalne tautologije, koju nameću same forme masovne komunikacije.

Ovu retroakciju umetnost izražava u potpunosti i na idealan način, samim tim što pretpo-

stavlja »efektivno« učešće gledaoca koji, zahvaljujući vešto podešenom sistemu postavljanja pitanja i davanja tumačenja, dodeljuje sebi mesto odašiljača poruka (ili stvaraoaca).

Čak i kad kružni tok komunikacije ne bi više išao linijom koja predstavlja zatvoren krug, s obzirom na to da intervencije gledaoca-primaoaca poruke mogu da mu poremete strukturu... realizatori sistema komunikacije pronalaze nekakvu »opasnost«, nekakav »rizik«, predstavljaju stvari tako kao da bi se ovo kruženje moglo prekinuti, da bi vrednost poruka mogla opasti; umetnost ima, dakle, funkciju očiglednog »ugrožavanja« tautologije.

Učestvujući u ostvarivanju programa i pronalazeći nove načine za prenošenje poruka, umetnost bi igrala istu onu ulogu regulatora koju ima i realizator. Samo, nosioci raznih estetskih tendencija nastoje da, koristeći najraširenije masovne medije, kritikuju tu tautologiju i ukažu na njene loše strane. Forme kojima se oni pri tome služe indirektno pomažu realizatorima, jer i najsmelija izopačavanja mogu da dovedu do izmena i poboljšanja u tipskom ponašanju koje izazivaju realizatori. Ako se to kruženje tautološkog karaktera uopšte može rastočiti, onda to može pre svega da učini »primalac poruke«, ukoliko njegovo snažno reagovanje ne bude više dovelo do pozitivne retroakcije, već izazove prosto-naprsto raspad sistema. Pred tom eventualnom opasnošću sistem nastoji da se oslanja na teoriju o različitim potrebama i željama, koje su tako kombinovane i međusobno uklopljene da o svim nepredvidljivim mogućnostima za akciju na prostoru između praktične i teorijske granice odlučuje isključivo realizator-odašiljač poruke.

Da komunikacija ne bi pretrpela neuspeh, potrebno je da i onaj koji odašilje poruku i onaj koji je prima pridaju isto značenje datoj poruci. Iz osnova izmenjena posredstvom poruke, percepcija mora, dakle, biti saobrazna uzorima koji unapred određuju sve programe. Ukoliko je ova saobraznost očiglednija, utoliko komunikacija ima više izgleda na uspeh.

#### ŠTA OBEZBEĐUJE USPEŠNU KOMUNIKACIJU

Kad kulturu namenjenu eliti suprotstavljamo masovnoj kulturi, može izgledati da razlikujemo dva nezavisna sistema vrednosti, dve skupine različitih normi koji bi, sa stanovišta teleologije, morale da se sjedine. Na njihovoj potpunoj podvojenosti temelje se svi programi kulturne

politike i neprekidno iznova postavlja oveštali ideal umetnosti namenjene svima. Saobražavajući se zahtevima masovne komunikacije, umetnost bi izvukla koristi, jer bi to doprinelo njenom širenju, a s druge strane, omogućila bi društvu da ponovo ostvari jedinstvo u pogledu moralnih vrednosti... Jasno je da ovakav način suprotstavljanja ovih dveju kultura skriva u stvari složenost pitanja u vezi sa masovnom komunikacijom koja se i dalje svodi na dijalektički sukob između umetnosti kao nečeg što predstavlja tradiciju (subjektivizam, isključivi načini izražavanja...) i masovnih medija kao nečeg što predstavlja moderni duh (objektivizam, savremena interesovanja i interesovanja za korisne stvari...). Sem toga, ovakav postupak se zasniva i na »društvenoj prirodi« masovne komunikacije (s tim što pojam društva može čak da se pretvori i u pojam naroda), koja opravdava sistem širenja informacija i onaj stepen prinude koji je svojstven kružnom toku komunikacije.

Proizvodnja i tražnja ostaju na istom planu, čak i ako su poboljšanje kvaliteta poruka i povećanje slobode glavna briga odašiljača poruke. Postojeće strukture sistema poruka uvek su imale funkciju obezbeđivanja, koja je ostvarivana bujicama reči, ponavljanjem uvek istih stvari. Komunikacija je potpuno obezbeđena u jednom sistemu u kome smanjenje entropije dovodi do povećanja reda, do potpune predvidljivosti informacije. Prema tome, kako bi i mogla postojati protivrečnost između ponude (odašiljanja poruka sačinjenih na temelju programa) i tražnje (primanja poruka i očekivanja »novine«)?

Pri svem tom, povećavanje mogućnosti izbora pretpostavlja i izvesnu formu nepredvidljivosti, pojavu trenutaka u kojima bi informacija mogla pokazati težnju da postane maksimalna, drugim rečima — nastajanje jedne forme koja bi mogla da prouzrokuje poremećaje. Međutim, ova ipak ostaje pod kontrolom samog sistema: »udeo« nepredvidljivosti, umanjivan i ograničavan sa svih strana, određuje se pravilima koja su propisana za prenošenje poruke. To je onda karikatura »novine« ili »modernog duha«, koja pluralizuje medije. Nije onda nikakvo čudo što je postojanje velikog broja medija vezano za bogatstvo jednog društva, koje, prema tome, nastoji da usavrši metode sprečavanja sukoba i »spasavanja«.

Ukoliko bi se povećavao broj izvora iz kojih se dele subvencije, utoliko bi se smanjivala opasnost od zvaničnog akademizma. Na taj način bi se uklapanje umetnosti u sistem masov-

nih medija i stavljanje umetnosti pod njihovu kontrolu vršilo u skladu sa ekonomskim razvojem društva i, u krajnjoj liniji, predstavljalo bi jedan oblik trošenja viškova. Sve ove pretpostavke, koje u nekim zemljama postaju stvarnost, potvrđuju mišljenje da je opasnost od nekog »propusta« u obezbeđivanju komunikacije i dalje u zavisnosti od bogatstva zemlje. Nije li možda u pitanju šablon? Ili naopakom okrenuta slika? Opasnost od izazivanja poremećaja u komunikaciji ipak je veoma mala, ukoliko se prekoračenje vrši prema postojećim normama i ukoliko je njegova eventualna snaga već od samog početka preobraćena u činilac reintegracije. Moglo bi se čak misliti i to da izvesne poruke treba da ostanu neshvaćene od strane primalaca da bi se bolje obezbedila komunikacija drugih poruka koje u većoj meri predstavljaju vrednosti na kojima počiva društveni poredak. Protivtežu slikama kojima umetnost remeti red predstavlja potpuna kontrola masovnih komunikacija.

#### UMETNOST, KOMUNIKACIJA I DRUŠTVENI POREDAK

Činioci koji obezbeđuju komunikaciju i pravilno funkcionisanje komunikacije održavaju kompaktnost društvene logike. »Poruka« neprekidno obnavlja postojeći društveni poredak i reprodukuje ga prema mnoštvu uzora. Funkcija komunikacije sastoji se u tome da pojedinca uklopi u društveni poredak namećući mu uzore koje ovaj u svom ponašanju treba da podražava. Ovi uzori su, — kao što su mnoge rasprave to dokazale, — odraz hijerarhije i nejednakosti koje su svojstvene datom društvu. Čak i ako komunikacija neprekidno dovodi do nastajanja izvesne hijerarhijske razlike, ona je u isto vreme i uklanja, time što uspostavlja sistem ujednačavanja putem kombinovanog »tira-nišućeg« delovanja prisilnog ponavljanja i identifikovanja s drugima (retroakcija). Neki sociolozi,<sup>(1)</sup> koji su veoma iznenađeni ovom jedinstvenošću, tretiraju tu »hijerarhijsku misteriju« kao tajnu prirode, čak i kao tajnu ljudskog bića kao takvog, — kao da komunikacija predstavlja neutralan sistem koji je oduvek, u raznim oblicima, obezbeđivao koheziju društva. Međutim, ta »misterija« je u međusobnoj zavisnosti sa tautologijom koja sačinjava deo samog sistema: masovna komunikacija i njen kružni tok smatraju se kao nešto što je iznad i izvan društvenih sukoba, i što samim tim ukazuje na »nedokučivi« ritual koji stvara društveno jedinstvo.

<sup>1)</sup> Burke (Berk), Hugh Dalziel Duncan (Hju Delziel Dankan).

Prividni sukobi koje izaziva nadmetanje među »masovnim komunikatorima« ne remete celovitost sistema komunikacije, s obzirom na to da je kombinovano delovanje pritisaka i zabrana, odabiranja i konkurencije ne samo institucionalizovano, nego i potrebno za obnavljanje poruka i za nijansiranje mehaničkog ponavljanja slika koje prikazuju društveni poredak.

Analiza medija i kategorija koje doprinose širenju poruke vrši se na planu sistema masovne komunikacije, kao da odnedavno realizator staje na stranu onoga koji prima poruke, — i to ne više u ideološkom, već u tehničkom smislu, — da bi odredio »mere za nijansiranje orijentacije« i da bi, na osnovu toga, davao različita obeležja porukama, a pre svega, da bi uveo što različitije načine na koje bi primalac poruke mogao da interveniše. U tom smislu, nije dakle reč o tome da se dovedu u pitanje svi oni elementi koji idu uz komunikaciju i koji se i dalje smatraju kao nešto što je neutralno, već da se otkriju razne forme institucionalne moći koje mogu da utiču na ove elemente. Jednom reči, tehnika je »nevina«: ona zahteva samo da joj se omogući razvoj, a jedino pitanje koje se postavlja ideološke je prirode. I zato umetnost, uzimajući u obzir i njene najizopačenije tendencije, može da posluži kao izvrstan katalizator! Ona bi mogla pomoći da planiranje medija ne izgleda odveć totalitarno, čak i ako njegov značaj ostaje i dalje odlučujući u spasavanju društva. Predmet kao takav, »dela« imaju samo ideološko dejstvo na komunikaciju, umetničko ostvarenje nije više važno samo za sebe; nije stvar u tome da onaj koji prima poruku treba da je »razume« ili čak i da je dešifruje, već da odobrava ideološki fenomen koje ovo ostvarenje reprodukuje. U tom smislu, čitanje sadašnjih »dela« sa stanovišta semiologije produžava transcendentálnu formu umetnosti koju su sistemi komunikacije uništali, mada su ipak sačuvali sliku te transcendencije koja opravdava moć »kulture namenjene eliti«. Otud shvatanje po kome »široka publika« nije u stanju da razume delovanje »moderne« umetnosti, opravdava rad na naučnom objašnjavanju umetnosti i njenu specifičnost kao »kulture namenjene eliti«, s obzirom na to da u kružnom toku komunikacije ova predstavlja sektor delatnosti protiv institucija. Još jedna prepreka dopunjuje ovu: povinujući se zahtevima komunikacije umetnost bi mogla samo da se prostituiše... Zahvaljujući ovakvom suprotstavljanju, koje se uvek sastoji od dva prosta elementa, dobija se dvostruka slika uloge umetnosti koja je potrebna sistemima komunikacije, jer sukobe prikazuje na idealan način, ne dovodeći strukturu komunikacije u opasnost da se raspadnu.

## FUNKCIJA SIMULACIJE

Simulacija je elemenat mašte: subjektivna priroda pojedinca dolazi tobož do svog »punog izražaja« ako ponavlja, u raznim izmišljenim formama, sadržaj poruka koje prima. Subjektivna simulacija se tada smatra kao stvaralačka funkcija u pravom smislu reči. Simulacija dovodi do odstupanja, do razlika; ona bi mogla podrazumevati onaj prostor ostavljen slobodi pojedinca pri primanju i zadržavanju poruka, ali tako da ona ipak nema nikakvog uticaja na retroakciju.

Pri primanju poruke i same mogućnosti simulacije su uslovljene uzorima podešenim zavisno od vrednosti koje poruke treba da propagiraju. Drugim rečima, stereotipnost nametnutih uzora rađa didaktizam simulacije: kao na primer klasifikacija forme ljubavi ili izražavanja želja. San, igra simulacije, sve više dobija vid sistema. Međutim, tu se javlja paradoks: individualiziranje uzora simulacije, uništavajući raskorak između poruke i njenog tumačenja od strane primalaca, dovodi do kompleksnih privida, koje bi tada stvarala umetnost.

Međutim, funkcija simulacije ne sastoji se isključivo u tipičnom ponavljanju; ona priprema i forme retroakcije i na taj način omogućuje odašiljaču da unapred utiče na posledice prenošene poruke. Ako se o svim bitnim elementima simulacije vodi računa pri stvaranju same poruke, sasvim je očigledno da eventualno »želja« onih koji poruku primaju nikad neće biti nepredvidljiva. Prema tome, nepredvidljivost, neočekivanost i / ili prekoračenje ne mogu biti posledica simulacije, čim je ova postala obavezna funkcija u toku prenošenja i primanja. Simulacija je prosto-naprosto funkcija kad postane ona delatnost odašiljača koja ima za zadatak da omogućuje ograničena i kontrolisana prekoračenja.

Upraznjavanje simulacije ima vid igre. Umetnost obezbeđuje pravila i osnovne elemente koji omogućuju ponavljanje igre i individualizovanje formi simulacije: elektronska umetnost, kibernetika, lumino-kinetička, op-art, ali i pop-art, čija je »funkcija« kritikovanja postala dopunska forma simulacije. Drugim rečima, bilo da je intervencija umetnosti pozitivna ili negativna, ona se ispoljava u poboljšavanju uzora simulacije, u sve jačem usmeravanju kolektivne mašte, kao da je moć prekoračenja koju ima simulacija ipak usporena, eliminisana.

## DISKRIMINACIONA MOĆ

Umetnost, uklopljena u kulturu masovnih medija, radi na podizanju senzornih pragova. Hi-

per-realizam ili pop-art samo umanjuju snagu kombinovanja znakova, ali druga istraživanja postavljaju sebi za cilj rad na odabiranju i radi toga uspostavljaju percepcione strukture. Strukturiranje »estetske« poruke, zbog njene tobožnje originalnosti (neizvesne sačinjene od neočekivanih kombinacija ili spojeva), zahteva diskriminacioni postupak: ako se primaocu-gledaocu omogućuje da da odgovor, onda se to izvodi samo na taj način što mu se daju unapred pripremljene liste i što se od njega zahteva da odabere nešto što se već nalazi u njima.

Na primer, princip reversibilnih figura korišćen je pri organizovanju igre koja omogućuje alternativu prilikom biranja modela ili činilaca za određivanje vrednosti nečega, što stvara iluziju »slobodnog odgovora«. Isto tako, ako primalac-gledalac može da »učestvuje« u sastavljanju programa od niza zvučno-svetlosnih signala pomoću Šeferovog kibernetičkog tornja ne ostvaruje li on na taj način izvesnu elastičnost u zahteve i odgovore, ne remeti li on time tautologiju kružnog toka? U stvari, odgovor je unapred pripremio odašiljač, koji određuje ulogu moći razlikovanja i ograničava njen obim. Različitosti u mišljenju samih primalaca obuhvaćene su kružnim tokom komunikacije samo u onoj meri u kojoj se mogu dešifrovati na osnovu koda koji nameće odašiljač. »Percepirati znači odabrati«, — ali taj »izbor« zadržava svoju osnovu dvojnu formu, čitanje poruke od strane mnoštva ostaje i dalje podređeno principu identiteta. Moć razlikovanja postavljena je na isti način u »teoriji« izbora potrošača kao i u estetskom percipiranju: sposobnost shvatanja je određena postojanjem jedne aperceptivne granice kod primaoca koja sprečava da informacija dopre do njega. Drugim rečima, povećanje moći razlikovanja uslovljeno je ulogom mehaničkog ponavljanja struktura čija svojstva oblikuje odašiljač: pažnja koju zahteva estetska poruka pretpostavlja osposobljavanje za razlikovanje i odabiranje. Nedopadanje na koje nailazi neka estetska poruka pripisuje se socio-kulturnim navikama, a nezainteresovanost potrošača — navikama kupovanja. Prema tome, moć raspoznavanja postaje »znak za uzbunu« u sistemu komunikacije: primalac pokazuje da on sam predstavlja granicu u slučaju kad je preplavljen mnoštvom znakova ili poruka.

Ako je televizija kao sredstvo masovne komunikacije »reč bez odgovora«, umetnost, koristeći i individualizujući ova sredstva, gradi sheme predvidljivih odgovora, organizuje »retroakciju«, bilo da je ova pozitivna ili negativna.



### OBLICI INTERVENISANJA

Oblici intervenisanja su različiti, počev od načina na koji se neko drži na javnom mestu pa do svetlosne kompozicije koju programira kompjuter. Samo su principi na kojima se ovi oblici zasnivaju pozitivni, definisani kao moguće izmene u kvalitetu životne sredine. Razne intervencije bi se mogle izražavati, dakle, i u obliku ograničenog i lokalizovanog prekoračenja postojećeg reda u društvu, ali i u obliku poboljšanja spoljnog izgleda grada.

Uprkos raznovrsnosti intervencija praksa ne može da razbije ideološki sistem i forme stvarnog odnosa čoveka prema sredini u kojoj živi, zato što su ove samo odraz ustaljenih pravila ponašanja. Razmišljanje o urbanom prostoru koje pretpostavlja različite načine intervencija dovodi do usitnjavanja problema, kao da svaki deo prostora treba da ima sopstvenu funkciju<sup>2)</sup>: zagrađeni prostori u gradu, prostori iz kojih se može videti ceo grad, prostori određeni da služe za orijentaciju, prilazi nekom prostoru, prostori koji se odmah zaboravljaju čim se kroz njih prođe, prostori-vibracije... Sve forme intervenisanja su tada unapred uvršćene u tu klasifikaciju prostora i svako »prekoračenje« ima svoje povlašćeno-dodeljeno mesto.

Efekti sredstava masovnih komunikacija su dvojaki, prema tome da li ih karakteriše preobilnost (stereotipni znaci) ili da li su nepredvidljivi, ili su takvi postali usled deformacije koju su pretrpeli. Uobičajena sredstva za komunikaciju obično imaju ono prvo dejstvo: oblici komunikacije ostaju isti, ali se u njima namerno preteruje (hiper-realističko slikarstvo). U drugoj vrsti dejstva preobilnost se smenjuje sa nepredvidljivošću putem spajanja medija na različite načine i tako se sprovodi niz određenih intervencija u sistemu komunikacija. Ovo intervenisanje se u većoj meri temelji na kombinaciji postojećih medija nego na pronalaženju novih.

Cilj ovakvih poduhvata sastoji se više u tome da se stvore »nove« strukture komunikacije nego da se proizvedu drukčije poruke. Više nije reč o »nasilju nad okom«, kakvo su to vršili nosioci enformela i svi oni koji su im prethodili u radu na destrukuraciji prostora, već o tome da to oko usmeravamo, da mu damo ili nametnemo strukture. Otud mnoštvo mesta uređenih prema određenim principima (ograđivanje jednog dela prostora da bi »zatvoreni ljudi« u njemu »stvorili svoj prostor« uspostavljanjem veza na neočekivan način), igre organizovane sa znacima

<sup>2)</sup> Ova tradicija je postala opštepoznata od vremena Korbizjea.

za raspoznavanje i orijentaciju (»šetnje prema strelicama«), sakupljanje predmeta-simbola...

#### INTERVENCIJA: VRSTA PRINUDE?

Tema koja preovlađuje u intervencijama je »sticanje svesti«. O čemu? O otuđenosti u svim njenim oblicima. Cilj intervenisanja je da otkriva ono što ostaje neshvatljivo, prikrivano većim predstavljanjem stvari, u cilju obmanjivanja ili korišćenjem medija. Na taj način, forme komunikacije, u obliku poruka koje se obraćaju čulu vida ili čulu sluha, biće u znaku motivacija pojedinaca i izgubiće svojstvo prividne neutralnosti. Predmeti neće imati onu zdravu formu koja ne dopušta iskrivljavanja i poći će tragom rituala ili nekih tajanstvenih ili simboličkih radnji. Intervencije, koje se vrše na različite načine, uz korišćenje svih tehničkih pronalazaka, nastoje da svemu ponovo daju neki smisao, boreći se protiv dematerijalizacije i funkcionalizacije, u cilju ponovnog uspostavljanja »pravih, apsolutnih vrednosti«.

Ovi razni načini intervenisanja mogu se temeljiti na mnogim principima, među kojima je, kako se nama čini, »izbor« medija najznačajniji. Razni mediji se i dalje »klasiraju« prema kriterijumima na osnovu kojih se određuje njihov »tradicionalni« ili »modernduh«; ima ih, dakle, veoma poznatih i predvidljivih i veoma malo poznatih pa čak i potpuno nepredvidljivih. Gledaoca »provocira« izdvajanje medijuma i njegovo postavljanje izvan uobičajene sfere, i nagoni ga na »učestvovanje«.

Kategorički imperativ učestvovanja jedna je od prirodnih posledica postupanja sa medijima. Naime, takvo manipulisanje, u nekom estetskom ili moralnom smislu mora nastojati da putem organizovane destrukcije i restrukturacije, uz pomoć stimulativnih elemenata prepunih značenja, otkrije uslove koji dovode do otuđenosti čoveka u sredini u kojoj živi. Ali, uslov učestvovanja je uvek »sloboda«. Međutim, da li se ona može ostvarivati kad se na čula stalno deluje i kad je njihova delatnost usmeravana? Naravno, postoji i »suprotna pozicija«: učešće je učinjeno namerno prinudnim. Nameće se struktura koja nije proverena u praksi i koja izaziva otuđenost, a sve to sa ciljem da se razdraži mašta gledaoca. Cilj ostaje isti: pronaći izgubljene vrednosti, zaboravljeni smisao, simbol koji se uništava navikama da se uvek nešto želi...

Operacija kritikovanja je raznovrsna i vrši se na raznim nivoima: putem kanala ili uobičajenih aparata za prenošenje informacija (ovi predmeti

se stavljaju u izvesne situacije u kojima je lako utvrditi otuđenost), putem poruke (njenog nadznačenja, njenih perverznh i tragičnih kombinacija...), putem raznih načina reagovanja (mnogobrojne retroakcije, stvaranje preduslova za njih prema brižljivo pripremljenim modelima). Međutim, ova operacija pokazuje tendencije da postane nov način alijenacije, pri čemu elementi »zabavno« i »policijski« sačinjavaju izvanredno skladnu celinu.

*Jedan primer: grupa ALGOL*

Projekt koji je bio podnesen na VII bijenalu, postavio je sebi za cilj permanentnu animaciju jednog »prostora namenjenog kulturi«.

Reč je o supermarketu u prirodi. Kolektivni rad je usredsređen na tri aspekta prirode: na prirodu svedenu na znak, na pravu ali omeđenu prirodu i na prirodu oslobođenu zahvaljujući mašti.

Elementi od kojih se sastoji ovaj supermarket pokretni su i zamišljeni kao igra. Ovu oživljuje grupa Algol i publika, a realizacija dobija izvestan smisao čim publika zaposedne supermarket, počne da se igra s predmetima, da hoda s jednog kraja na drugi i da sakuplja elemente. Publika ima mogućnost da se popne na jednu uzvišicu odakle može da »postane svesna« akcijâ, putanjâ kojima se ide i odnosâ koji se stvaraju i uništavaju na određenom prostoru. Naime, jedan mali vidikovac, na koji se može popeti stepenicama, omogućuje da se ceo »prizor« sagleda s visine.

Takav sistem kontrolisanja rada s visine, bez ulaženja u pojedinosti, nametnut je, uostalom, svim drugim strukturama: u tom zatvorenom prostoru čovek treba — podvucimo to još jednom — da postane svestan struktura koje dovede do otuđenosti i da sâm o sebi razmisli, posmatrajući sebe sa ovakve visine koja opravdava kritiku, a možda i preduzimanje mera koje bi omogućile da čovek ponovo pripada samom sebi.

UMETNOST I »BRZINA ROTACIJE  
SOCIOKULTURNOG CIKLUSA«<sup>3)</sup>

Načini intervenisanja na koje smo ukazali ne koriste neizostavno uobičajena sredstva za masovnu komunikaciju, kao što su radio i televizija; naprotiv, čini se da ona pokazuju izvestan otpor prema zvaničnim medijima i nastoje da

<sup>3)</sup> Izraz pozajmljen od A. Molles-a.

uvedu u upotrebu druge »direktnije« medije, ukoliko za to nije potreban veći broj posrednika, kao što je to slučaj sa radijom i televizijom. »Umetnost na ulici«, uvedena kao praksa i ozvaničena, povećava broj medija, ali ne menja ipak ništa u njihovom funkcionisanju. Međutim, ona podstiče pojavu drugih formi kulturne animacije i, prema tome, koristi se ili se može koristiti kao »progresivan elemenat« kulturne politike.

Svi pojedinci i sve stvaralačke grupe, pripadaju oblasti iz koje se šalju poruke; njihovo stvaralaštvo, ma koliko bilo raznovrsno i protivrečno, ne stoji izvan masovnih medija. Unošenje raznolikosti nije u suprotnosti sa planiranjem; naprotiv, celokupno umetničko stvaralaštvo je na razne načine uklopljeno u složene operativne sisteme koji se istovremeno bave i predviđanjem i koji dovode do menjanja socio-kulturnog ciklusa. Umetnost daje kulturi onu formu zasnovanu na slučajnosti u kojoj se prostor ostavljen slobodi zasniva na statistikama. Strategija »razvoja« kulture, koja sjedinjuje umetnost, tehniku i nauku, gradi se na iskristalisanim društvenim vrednostima učestvovanja i racionalnosti, s obzirom na to da jedino ove mogu da očuvaju monolitnost društva. Drugim rečima, u ovoj »svetoj alijansi« koju stvara politička vlast, ma kakva ona bila, umetnost služi »postepenom poboljšavanju vrste«. Svejedno da li je provokativna, da li služi kao katalizator ili rušilac polarizacija, da li nastoji da koordinira napore ili da daje inicijative, umetnost bi u svakom slučaju radila na neprekidnom menjanju socio-kulturnog ciklusa.

Ali da li su sve forme prekoračenja određene da se preobrate u forme poboljšavanja socio-kulturnog ciklusa?

#### SINEGDOHE I INTEGRACIJA

Nediferencirano na diferenciranoj pozadini, izdvojeni elemenat predstavljen istovremeno sa elementima sjedinjenim u određenu celinu, pojedinost posmatrana istovremeno i sama za sebe i kao deo celine kojom je ta pojedinost obuhvaćena i koja joj služi kao podloga, — to bi bile forme u kojima se javlja sinegdoha. Bukvalno, to znači da stvari treba prikazati i van celine i unutar celine. Više nego vezu između figure i njene pozadine, koju proučavaju pristalice teorije forme i fenomenolozi, sinegdoha podrazumeva ideju hipostaziranja znaka polazeći od kombinatorike znakova. Znak se može posmatrati sam za sebe samo u kombinaciji znakova čiji je deo.

Slike koje prikazuju prekoračenje javljaju se na sledeći način: kao čin, kao gest ili kao izdvojeni znaci koji se eventualno mogu razumeti samo posredstvom normativnih vrednosti koje određuju transmisiju i širenje. Ako bi u jeziku kinematografije sinegdoh, otkrivajući najraznovrsnije vidove simulacije, i imale moć karikature, to više nije slučaj kad je simbol prekoračenja postao predvidljiv time što je pomeren i deformisan, tako da je njegova simulaciona moć postala beskorisna. U vezi sa sinegdohom moglo bi se govoriti o trenutku koji prethodi integraciju jednog čina, ali da li se takav trenutak može potpuno optočiti? Zar se elementi koji neutrališu sliku prekoračenja ne javljaju i pre toga? Sinegdoha bi tada bila tehničko pravilo suštinski vezano za prenošenje poruke: elemenat prekoračenja čija bi snaga simulacije bila preterano velika, prenosi se ponovo tek posle pomeranja u toku koga se on istovremeno i izdvaja kao entitet i pripaja ostalim šablonima koje masovne komunikacije sasušuju. U masovnim komunikacijama, uopšte uzev, umetničko stvaralaštvo sačinjava kombinaciju pojedinosti simulacije, kombinaciju »različitih« znakova čija uloga kritikovanja može da društvenoj zajednici da muziju da tobož sama odlučuje.

I tako opet dolazimo do suprotnosti između emisija-putokaza i emisija-satelita i njihovog međusobnog dopunjavanja, kao da njihovo istovremeno kombinovanje vodi uspostavljanju idealnog jedinstva između kulture namenjene masi i kulture namenjene eliti.

Borba protiv potpune podvojenosti u kulturi, postaje glavni elemenat na polju ideologije: učestvovanje umetnosti u masovnim medijima onemogućavaće da nivo poruka bude nizak. Ova naučno-tehnička funkcija daje smisao i dinamiku logičkim tokovima komunikacije, a uloga medija i jeste upravo u tome da pruži obaveštenja kolektivnom razmišljanju i da ga usmeri.

#### ETIKA I ESTETIKA SISTEMA KOMUNIKACIJE

Jedno vreme je u modi bila tema komunikacije svesti, koju je u nasleđe ostavila introspektivna psihologija. Ona je uvela etiku objektivnog saznanja i estetiku individualnog ponašanja. Eksperimentalna introspekcija otkrivala je tehnike koje omogućuju dominaciju jedne svesti nad drugima. Takvu etiku su preuzeli sistemj masovne komunikacije, u razrađenijem tehničkom okviru. Ali ideal ostaje isti: umesto da se teži razumevanju unutrašnjeg života, čine se napori da se »uhvate« želje, kako bi se komunikacija mogla »obogaćivati« i »kontrolisati«.

Konkretna i apstraktna sredstva se usmeravaju ka istom cilju i stvaraju ono jedinstvo koje analizi medija kao i njihovom korišćenju daje logičku povezanost. Svi elementi kritike, sve intervencije ne samo da se svaki put prenose isključivo pomoću utvrđenog apstraktnog instrumentarija, već ne mogu da stvore ni najmanju pukotinu u toj strategiji kulturne akcije. Retroakcija i sistem odgovaranja na pravila koje taj instrumentarij podrazumeva, dovode do spajanja jedne etike i jedne estetike koje se razvijaju na temelju restrukturacije moralnih i umetničkih vrednosti. Svaka ideologija koja ima dominantan položaj nalazi u masovnim medijima način da se održi i zato nije moguće odvojiti tehnički instrumentarij od njegove upotrebe, a »preporod« vrednosti se u svakom slučaju zasniva na sistemu medija i na velikom broju izlaganja koja analiziraju ovaj sistem.

Smisao rada, smisao kolektivne odgovornosti... to bi bile vrednosti koje bi ponovo dobile izgubljeno značenje ako bi realizatori postali ličnosti koje bi narodu služile kao uzor, s obzirom na to da cilj poruka i svih sistema komunikacije ostaje i dalje stvaranje istinitog, dobrog i lepog u spoju koji prodrasumeva različenosti, ali ne protivrečnosti. Binarno suprotstavljanje o-  
dašiljača primaocu sačinjava osnovu celokupne buržoaske filozofije morala i predstavlja samo jedan novi odraz odnosa između gospodara i roba.

Celokupno umetničko stvaralaštvo prenosi se preko masovnih medija u pozitivnoj, organizacionoj i funkcionalnoj formi, pa čak i najimaginearniji predmeti, kao što su znaci kojima se određuju moć i granice mašte, obuhvaćeni su socio-kulturnim sistemom.

Ali i pored učestvovanja umetnosti u sistemima komunikacije umetnici mogu da zadrže statut transcendencije koja masovnoj kulturi daje metafizički karakter. Ovaj rez je potreban, ako želimo da izvršimo revalorizaciju humanističke teorije vrednosti. Drugim rečima, formalna i apstraktna estetika, zbog neutralnosti svojih simbola i zbog svoje prividne beskorisnosti, izgleda kao da se suprotstavlja ekonomskom poretku (mit o rajju) i da predlaže etiku uživanja u svemu i za sve. Ako preokrenemo ovu idealnu i / ili ideološku predstavu, dolazimo do zaključka da umetnost postaje glavni elemenat te obnove humanističke i individualističke etike. Umetnost ne bi više govorila u ime bogova kojih više nema, ona pokušava da popuni prazninu i organizuje se u mesijanske pokrete koji mogu samo da budu jemstvo društveno-ekonomskog poretka, jer su oni njegov proizvod.

Da bi izvršila svoj estetski i etički uticaj, »masa« postaje idealni cilj prema kome usmerava svoju delatnost odašiljač-stvaralac-realizator, ona postaje ono stalno i široko polje ispitivanja. Njen heterogeni sastav je upravo uslov za ideološku reprodukciju.

Manipulacija sistemima komunikacije sa staništa odnosa između sredstava i ciljeva predstavlja alibi društveno-ekonomskog poretka: stvaranje uzora ponašanja, čiji se zaštitnički, magijski ili mesijanski stil zasniva — kako to žele da prikažu oni koji ga stvaraju — na željama izvesnog dela publike. Ona pretpostavlja i logičko umnožavanje načina usaglašavanja raznih tendencija koji bi sačinjavali permanentni ideal obnavljanja društvenih struktura. Međutim, da li se na taj način može rešiti sukob između promenljivosti želja i krutosti stvaranih uzora?

Usled evolucije kulture, i njenog kritičkog stava prema podeli rada i otuđenosti kao posledici ove podele, prete nam sve brojnije opasnosti da ne dođe do prestanka prilagodavanja i do raspadanja društvenih struktura. Pod uticajem sistema komunikacije predstava o kulturi se institucionalizovala: prema njoj se određuju svi uzori za bolje usaglašavanje raznih tendencija i za bolje prilagodavanje, za čije je stvaranje potreban i doprinos estetike. Kulturne i umetničke mikrosredine »u nastajanju« predstavljaju neku vrstu pokušaja predviđanja mogućih interakcija u nebrojenim kombinacijama uzora (analiza njihove funkcije, njihovog razvoja, njihovog uticaja...). Umetnost postaje u pravom smislu oblast za psihosocijalno privikavanje; ona na taj način doprinosi sređivanju odnosa u zajednici i ostvaruje integraciju, što je u stvari njena funkcija. U sistemu komunikacije ona nadoknađuje nedovoljnu međusobnu povezanost uzora.

#### PRIMERI IZABRANI IZ RADOVA SA VII BIJENALA U PARIZU

*Cilj komunikacije:* preneti »primaoca« u jedan svet bez dimenzija. Negacija materijalizma. Metafizika praznog prostora u kosmosu i povratka na prvobitne izvore.

*Sastav:* četiri platna sačinjena prema određenoj progresiji. Muzika, sistem osvetljenja, klimatizacije, širenja mirisa i projekcija boja.  
4M13: Zelen put.

*Cilj komunikacije:* struktura koja izaziva otuđenost treba da razdraži maštu »primaoca« i da u njemu podstakne želju da povрати izgubljene

vrednosti, čija bi »priroda« poslužila kao osnova. Pretpostavlja izbor između modernog urbanizma i prirode...

*Sastav:* putanja na nivou tla modula napravljena od obojenih traka čija boja postepeno gubi od svoje jačine. Naizmjeničnost vrata koja se okreću u krug i običnih otvora. Prilikom okretanja vrata pokreće se i jedan mehanizam pomoću kojeg se okreću pregradni zidovi i tavanice od pokretnih traka: to dovodi do menjanja boja.

U ova dva primera, svi humanistički mitovi: povratak prirodi, traganje za ishodištem...

Ovakva ostvarenja se obično predlažu kao mesta koja potpomažu da se »svest« najzad probudi, da sputavane snage izrone... Stoga ona uvek određuju ovakav prostor za psihosocijalno privikavanje.

Neki drugi primeri ukazuju na didaktičko svojstvo komunikacije: »postavka za treći stepen percepcije«, čiji se tautološki karakter objašnjava materijalizovanjem elemenata specifikovanih brojem identiteta, opravdavajući na taj način analitičke instrumente za konstataciju. Čak i kad primalac poruka služi kao zamorče, bilo u cilju takozvanog objektivnog sprovođenja eksperimenata bilo sa namerom da se njegove navike u ponašanju dovedu do krajnjih granica, efekat ostaje isti: broj uzora i njihovih međusobnih kombinacija neprestano raste.

Sistem komunikacija, bio on razvijen ili u kritičnom stanju, reprodukuje se onakav kakav je, pod pretpostavkom da je cilj svake operacije da ostane nepromenjena.

(»L'Homme et la Société«, Pariz, oktobar-novembar-decembar 1972)

(Prevela sa francuskog  
ZORICA HADŽI-VIDOJKOVIĆ)

