



Jean Baudrillard ubraja se među francuske »nove filozofe«. Premda po formaciji germanist, rano se uključio u krugove »službene« sociologije: 1967. Henri Lefebvre pozvao ga je na svoju katedru u Nanterreu. Tamo je doživio godinu 1968. i duboko iskustvo krize sveučilišta. Sveučilište koje je dokinuto kao strateški centar, na kojemu ne funkcioniraju teorije nego osobne privlačnosti, pruža sliku analogije intelektualnog polja i polja publicitarnog tržišta. Baudrillarda ne zanima profesorska karijera, nego mogućnosti socijalne dijagnostike. U tu svrhu izabrao je, kao slijedeće, jedno od mjesta koja pružaju oštre i jasne uvide — zaposlivši se u Beaubourgu (iz toga iskustva proizašla je sjajna studija, objavljena kao posebna knjižica, »Učinak Beaubourg«). Bez obzira na to kojemu se polju Baudrillard obratio — a polje »plastičke proizvodnje« gotovo da se u njegovu djelu može smatrati povlaštenim — on se zapravo bavi čitanjem znakova, odnosno razotkrivanjem znakova strategije globalne moći. Njegove su knjige — temeljene na primjeravanju marksističkog instrumentarija suvremenom svijetu — neprocjenjiv korektiv svim iluzijama o zasebnosti »područja« i »disciplina«. Njegova crna bistrina učinila ga je jednim od najčitanijih mislilaca današnjice. Dosad je, osim spomenutog »Učinka Beaubourg«, objavio knjige »Les Allemands« (»Nijemci«), Delpire, 1963, »Pour une critique de l'économie politique du signe« (»Za kritiku političke ekonomije znaka«), Gallimard 1972, »Le Système des objets« (»Sustav predmeta«), Gallimard 1968, »Le Miroir de la production« (»Ogledalo proizvodnje«), Castermann 1973, »La Société de consommation« (»Potrošačko društvo«), Gallimard 1974, »L'Echange symbolique et la Mort« (»Simbolična razmjena i smrt«), Gallimard 1976, i »De la séduction« (»O zavodjenju«), Gallimard 1980.

jean baudrillard

dizajn i okolina ili eskalacija političke ekonomije

Ne proizvodi svaka kultura objekte (predmete): taj je pojam svojstven našoj kulturi, rođenoj iz industrijske revolucije. Ali i industrijsko društvo, međutim, poznaje tek *proizvod*, a ne *objekt*. Objekt počinje uistinu postojati tek svojim formalnim oslobođenjem kao funkcija/znak, a to se oslobođenje događa tek mijenom industrijskog društva u pravom smislu u ono što bi se moglo nazvati našom tehno-kulturom,¹ prijelazom iz *metalurškog* u *semijurško* društvo — to će reći, kad se počinje, s onu stranu statusa proizvoda i robe (s onu stranu načina proizvodnje, ekonomskog optičaja i razmjene), postavljati problem svrhovitosti smisla objekta, njegova statusa poruke i znaka (njegova načina značenja, komuniciranja i razmjene/znaka). Ta se mijena očitava u tijeku 19. stoljeća, ali teorijski je posvećuje Bauhaus. Od njega se, *logički*, može datirati »revolucija objekta«.

Nije riječ o jednostavnom proširenju ni o makar čudesnoj diferencijaciji polja proizvoda, vezanoj uz industrijski razvoj. Riječ je o promjeni statusa. Prije Bauhauusa ne postoje objekti u pravom smislu — poslije njega, prema ireverzibilnoj logici, sve može ući u kategoriju objekata i proizvodit će se kao takvo. Stoga je svaka empirijska klasifikacija (Abraham Moles, itd.) smiješna. Uzaludno je pitati se je li kuća ili odjeća »objekt« ili nije, gdje počinje objekt, gdje se zaustavlja da bi na primjer postao građevina, sva je ta opisna tipologija uzaludna. Jer objekt nije stvar, ni kategorija, on je stanoviti status smisla i oblik. Prije logičke pojave tog oblika/objekta ništa nije objekt, čak ni svakodnevno oruđe — nakon njega sve je objekt, kuća kao i žličica ili cio grad. Bauhaus uspostavlja tu univerzalnu semantizaciju okoline, gdje sve postaje objekt proračuna funkcije i značenja. Totalna funkcionalnost, totalna semiurgija. »Revolucija« u odnosu na tradicionalni način, gdje »objekti« (nazovimo ih tako u nedostatku boljeg izraza), vezani a ne »oslobođeni«, nemaju vlastita statusa i ne tvore između sebe sustav na temelju racionalne svršnosti (funkcionalnosti).

Ta funkcionalnost, koju je uveo Bauhaus, definira se kao dvostruki pokret racionalne analize i sinteze oblika (ne samo industrijskih, nego i okolinskih i društvenih općenito). Sinteza oblika i funkcije, sinteza »lijepog« i »korisnog«, sinteza umjetnosti i tehnologije. S onu stranu »stila« i njegove karikaturne verzije u stylingu, komercijalnog kiča 19. stoljeća i Modern Stylea, Bauhaus prvi put postav-

1

Kao odjek Galbraithove »tehnstrukture«. Neokapitalistički, neoindustrijski, postindustrijski: mnogim se terminima može označiti taj prijelaz od industrijske političke ekonomije na političku transekonomiju (ili političku metaekonomiju).

lja temelje racionalnog shvaćanja ukupnosti okoline. Dalje od žanrova (arhitekture, slikarstva, po kućstva itd.), dalje od »umjetnosti« i njezinih akademskih povlastica, to je proširenje estetičkog na cijelu svakodnevnicu, a u isto vrijeme i cijela tehnika u službi svakodnevnog života. S poništenjem podjele na lijepo i korisno zaista se rađa mogućnost »univerzalne semiotike tehnološkog iskustva« (Schapiro, *One dimensionality*).² Ili iz drugog kuta: Bauhaus nastoji pomiriti tehničku i društvenu infrastrukturu, stvorenu industrijskom revolucijom, sa superstrukturom oblikâ i smisla. Želeći ispuniti tehniku u svršnosti smisla (u »estetičkom«), Bauhaus se postavlja kao druga revolucija koja dovršava industrijsku revoluciju i rješava sve suprotnosti što ih je ova ostavila za sobom.

Revolucija ili utopija? Ni jedno ni drugo. Kao što je industrijska revolucija označila rođenje polja političke ekonomije, sistematične i racionalne teorije materijalne proizvodnje — tako Bauhaus označuje *teorijsko proširenje polja te političke ekonomije* i praktično proširenje sustava vrijednosti razmjene na cijelo područje znakova, oblika i objekata. Na razini načina značenja i u znaku dizajna, to je promjena ravna onoj što se dogodila u 16. stoljeću na razini načina materijalne proizvodnje i u znaku političke ekonomije. Bauhaus označuje polaznu točku prave *političke ekonomije znaka*.

Ista opća shema: s jedne strane, priroda i ljudski rad riješeni su arhaičnih prisila, oslobođeni kao proizvodne snage i objekt *racionalnog proračuna proizvodnje*. S druge strane, cijela okolina postaje označitelj, objektiviran kao element značenja. »Funkcionalizirana« i oslobođena svake tradicionalne primisli (religijske, magijske, simbolične), ona postaje objekt *racionalnog proračuna značenja*.

Operacija znaka

Iza transparentnosti objekta u odnosu prema funkciji, iza tog univerzalnog moralnog zakona koji mu se nameće u znaku dizajna, iza te funkcionalne jednadžbe, te nove »ekonomije« objekta koji smjesta poprima »estetičku« vrijednost, iza opće sheme sinteze (umjetnost/tehnika, oblik/funkcija), stoji zapravo cijeli jedan posao apstraktnog disociranja i restrukturiranja:

1. Disociranje svakoga složenog odnosa subjekt/objekt na jednostavne, racionalne, analitičke, u

nove cjeline iznova složive elemente koji od sada poprimaju status okoline. Jer tek od te točke čovjek se odvojio od onoga što se naziva »okolinom«, i suočio se sa zadaćom da je nadzire. Od 18. stoljeća razvio se pojam »prirode« kao *proizvodne snage kojom treba zagospodariti*. A pojam okoline samo ga zamjenjuje i produbljuje u smislu *gospodarenja znakovima*.

2. Poopćena podjela rada na razini objekata. Analitička podjela na 14 ili 97 funkcija, jedan jedini tehnički odgovor koji sjedinjuje više funkcija istog objekta, ili istu funkciju u više objekata, itd. — ukratko, cijela analitička mreža koja omogućuje da se neka cjelina rastavi ili sastavi.

3. Još je bitnija semiološka (dez)artikulacija objekta, kojom on stječe snagu znaka. A kad kažemo da postaje znak, mislimo to prema najstrožoj definiciji; on se artikulira kao označitelj i označeno, postaje označitelj racionalnog označenog koje se daje objektivirati i koje je njegova funkcija. Nešto takvo uopće se ne zbiva u tradicionalnom simboličkom odnosu, gdje stvari imaju smisao, ali im on ne dolazi od objektivnog označenog, prema kojemu bi se one odnosile kao prema označitelju. A takav je, naprotiv, moderni status objekta/znaka, koji se u tome pokorava lingvističkoj shemi: »funkcionalizirano« hoće reći i »strukturalizirano«, to jest udvostručeno u dva člana — a dizajn se pojavljuje odjednom kao projekt njihove idealne artikulacije, kao »estetičko« rješenje njihove jednadžbe. Jer »estetičko« nije ništa drugo nego ono što, kao višak, na kraju pečati tu *operativnu semiologiju*.

Zapravo estetika, u modernom smislu riječi, nema više ništa zajedničko s kategorijama lijepog i ružnog. Kritičari, publika i dizajneri još ravnodušno miješaju termine »ljepote« i »estetske vrijednosti«, ali oni su logički nespojivi (zbrka je strateška: omogućuje da se sačuva sistem kojim gospodari *moda*, to jest razmjenska vrijednost/znak, aura predindustrijske vrijednosti kakva je bila vrijednost *stila*).

Postoji tisuću mogućih suprotnih definicija lijepog i stila. Jedno je međutim sigurno: da se nikada ne računa sa znakovima. Taj račun završava sistemom funkcionalne estetike kao što raniji načini ekonomske razmjene (zamjena, razmjena/dar) završavaju razvojem kapitalizma, ustanovljenjem racionalnog računa proizvodnje i razmjene. Kategorija estetskog nasljeđuje (i uništava) kategoriju ljepote kao što semiološki poredak čini sa simboličkim. Nekada teorija o oblicima lijepog, sadašnja

estetika postala je teorija o poopćenoj usklađenosti među znakovima, o njihovoj unutrašnjoj koherentnosti (označitelj/označeno) i sintaksi. »Estetska« vrijednost konotira unutrašnju funkcionalnost cjeline, obilježava ravnotežu (možda pomičnu) nekog sustava znakova. Ona jednostavno iskazuje činjenicu da njezini elementi međusobno *komuniciraju* prema ekonomiji stanovitog modela, s maksimalnom integracijom i minimalnim gubitkom informacije (interijer usklađen u tonalitetima plavog, ili »igrajući« s plavim i zelenim — kristaloidna struktura nekoga rezidencijalnog sklopa — »prirodnost« nekoga zelenog prostora, itd.). Estetika nije dakle više vrijednost stila ili sadržaja, odnosi se još samo na komunikaciju i na razmjenu/znak. To je idealizirana semiologija, ili semiološki idealizam.³

U simboličkom redu stila odigrava se nikad razriješen ambivalencija — dok je semio-estetički red red operativnog razrješenja, igre odgađanja, ekvivalencija i nadziranih disonanca. »Estetska« cjelina jest mehanika bez greške, bez pukotine, gdje ništa ne ugrožava međusobnu vezu elemenata i transparentnost procesa: to je famozna apsolutna *čitljivost* znakova i poruka — zajednički ideal svih manipulatora kodom, bili oni kibernetičari ili dizajneri. Taj je estetski red hladan red. Funkcionalno savršenstvo zrači hladnom zavodljivošću, funkcionalnim zadovoljenjem stanovite demonstracije i stanovite algebre. U tom nema ničega zajedničkog sa zadovoljstvom, s ljepotom (ili grozom), kojima je, nasuprot, svojstveno da nas odvlače od racionalnih zahtjeva i da nas iznova uranjaju u apsolutno djetinjstvo (ne u idealnu transparentnost, nego u nečitljivu ambivalenciju želje).

Ta operacija znaka, ta analitička disocijacija u funkcionalni par označitelj/označeno, uvijek već poduzeta u ideologijskoj shemi sinteze — ta operacija koja se nalazi u temelju svih sadašnjih sistema značenja (mediji, politika itd.) kao što se operativna podjela uporabna vrijednost/razmjenska vrijednost nalazi u temelju oblika/robe i cijele političke ekonomije,⁴ nalazi se i u ključnim pojmovima dizajna. Sve moguće valencije nekoga predmeta, svu njegovu ambivalenciju nesvodivu na bilo kakav model, dizajn svodi na dvije racionalne postavice, na dva opća modela: korisno i estetsko, izolirajući ih i umjetno ih suprotstavljajući jedno drugome. Nema potrebe inzistirati na *nasilju* nad

smislom, na proizvoljnosti njegova ograničavanja tim dvjema suženim svrhnostima. U biti, one su obje tek jedna jedina: to su dva razdvojena oblika iste racionalnosti, obilježena istim sustavom vrijednosti. Ali ta umjetna podjela omogućuje zatim da se njihovo ponovno sjedinjenje prikaže kao idealna shema. Odvaja se korisno od estetskog, *imenuje se* svako za sebe (jer i jedno i drugo nemaju druge realnosti *osim da budu odvojeno imenovani*), a zatim se opet idealno sjedinjuju, i sve su suprotnosti razriješene tom magičnom operacijom! Ali uloga je tih dviju instanci, podjednako proizvoljnih, samo da zavaravaju. Pravi problem i prave suprotnosti nalaze se na razini forme, razmjenske vrijednosti/znaka, ali upravo njih ta operacija prikriva. To je ideološka funkcija dizajna: s pojmom »funkcionalne estetike« on predlaže model pomirenja, oblikovnog nadilaženja specijalizacije (podjele rada na razini objekata) zamatanjem u neku univerzalnu vrijednost. Tako on nameće *društvenu* shemu integracije brisanjem realnih struktura. Funkcionalna estetika, koja veže dvije apstrakcije, tako je i sama superapstrakcija što posvećuje sistem razmjenska vrijednost/znak crtajući utopiju iza koje se taj sistem skriva. Operacija znaka, odjeljivanje znakova nešto je tako temeljito, tako duboko *politično* kao i podjela rada. Teorija Bauhausa, kao i semiologija, potvrđuju tu operaciju i *podjelu rada smisla* koja iz nje proizlazi, kao što politička ekonomija potvrđuje odvajanje ekonomije kao takve i podjelu materijalnog rada koja iz toga proistječe.

Treba terminu »dizajn« dati sav njegov etimološki opseg. On se može širiti u tri smisla: crtež, nacrt, dizajn. U sva tri slučaja nalazi se shema racionalne apstrakcije: grafička za crtež, refleksivna i psihološka za nacrt (svjesna projekcija cilja), a još općenitije za dizajn: prijelaz u status znaka, operacija/znak, redukcija i racionalizacija na elemente/znakove, prijenos u funkciju/znak.

Taj je proces značenja smjesta sistematičan: znak ne postoji nikada izvan nekoga koda i nekog jezika. Semiotska revolucija (kao svojedobno industrijska revolucija) tako se virtualno odnosi na sve moguće djelatnosti. Umjetnosti i obrti, oblici i plastičke ili grafičke tehnike (da ostanemo samo na tom području koje je dizajnu srodno, ali i ovaj put termin daleko prelazi plastično i arhitektonsko područje), koji su sve dotad bili pojedinačni i različiti, sad su sinkronizirani i homogenizirani prema istom modelu. Predmeti, oblici, materijali koji su sve dotad govorili svojim skupinskim dijalektom, iskazujući dijalektalnu praksu ili originalni »stil«, sada počinju misliti i govoriti istim

³ Već 1902. B. Croce je pisao »Estetiku kao znanost izraza i opću lingvistiku«.

⁴ Ali ta je temeljna operacija **forme** ono što se i u jednom i u drugom slučaju nikada ne spominje.

jezikom, racionalnim esperantom dizajna.⁵ Jednom funkcionalno »oslobođeni«, oni se počinju *pretvarati u znakove*, u dvostrukom smislu riječi (i bez igre riječi): to jest, istodobno *postaju* znakovi i počinju *komunicirati* međusobno. Njihovo jedinstvo nije više jedinstvo stila, ni jedinstvo prakse, nego jedinstvo sistema. Drugim riječima: čim je objekt uhvaćen u strukturalnu racionalnost znaka (čim se rascjepljuje na označitelja i označeno), istoga je časa uhvaćen u funkcionalnu sintaksu (kao morfem u sintagmi) i dodijeljen istom općem kodu (kao morfem u jeziku): prigrabljuje ga sva racionalnost lingvističkog sistema. A ako se, uostalom, toliko govori o »strukturalnoj« lingvistici i »funkcionalizmu« dizajna, treba vidjeti ovo:

1. Ako se strukturalna vizija (označitelj/označeno, jezik/riječ, itd.) nametnula u lingvistici, to je zato što se u isto doba razvila sasvim funkcionalistička vizija jezika (strogo određenog kao *sredstvo komunikacije*). I jedno i drugo ista su stvar.

2. S dizajnom, objekti se također u isti čas rađaju za funkcionalnost i za status znaka. Ta racionalna i sužena svršnost istodobno ih pridjeljuje strukturalnoj racionalnosti. Funkcija i struktura: ista »revolucija«. To će reći da je funkcionalno oslobođenje uvijek samo pripisivanje jednom kodu i jednom sistemu. I tu se odjednom pojavljuje savršena sukladnost s »oslobođenjem« rada (ili razonode, ili tijela itd.), koje nikada nije ništa drugo doli njihovo pripisivanje sistemu razmjenske vrijednosti.

Saberimo bitne crte sukladnosti (pripadnosti istom logičkom procesu, iako ih odjeljuje kronologija) između pojave političke ekonomije znaka i političke ekonomije (materijalne proizvodnje):

1. Politička ekonomija: ispod pokrića *korisnosti* (potrebe, uporabna vrijednost itd., antropološka referencija svake ekonomske racionalnosti), to je uspostavljanje logičnog, koherentnog sistema, računa proizvodnosti gdje se svaka proizvodnja razrješava u jednostavne elemente, gdje se svi proizvodi vrijednosno izjednačuju u apstrakciji: to je logika robe i sistem razmjenske vrijednosti.

⁵ Na svoj način, markuzeovskim terminima, Schapiro (nav. dj.) obavlja sličnu analizu, ali pod mašinskim, tehnološkim osvjetljenjem: »Razvoj dizajna bitna je sastavnica procesa jednodimenzionalnosti... onoliko koliko iz stroja izvodi oblikovni uzorak totalne (totalitarne) okoline u kojoj tehnološko iskustvo definira i obuhvaća istodobno estetski i iskustveni univerzum.« Totalizirajuća apstrakcija, jednodimenzionalno ujednačenje, da, ali stroj ili tehnika nisu **uzroci** ni početni uzorci tome procesu. Tehnička mutacija i semiolingvistička mutacija (prijelaz na apstrakciju koda) dva su **konkurentna** oblika istog prijelaza na funkcionalno/strukturalnu racionalnost.

2. Politička ekonomija znaka: to je, pod pokrićem *funkcionalnosti* (»objektivne« svršnosti sukladne korisnosti), uspostavljanje stanovitog načina značenja, gdje svi okolni znakovi igraju kao jednostavni elementi u logičkom proračunu i upućuju jedni na druge unutar sustava razmjenske vrijednosti/znaka.

I kao što se korisnost nekog proizvoda, neuhvatljiva čim ga nikakva koherentna teorija potreba nije kadra utemeljiti, otkriva naprosto kao *korisnost za sistem razmjenske vrijednosti* — jednako tako i funkcionalnost nekog objekta, nečitljiva kao konkretna vrijednost, određuje još samo koherentnost tog objekta/znaka sa svima ostalima, njegovu međuzamjenljivost, i prema tome funkcionalnu prilagodljivost sistemu razmjenske vrijednosti/znaka. Tako funkcionalnost nekog objekta (crte, oblika) u kosoj arhitekturi nije u tome da bude koristan ili uravnotežen, nego da bude kos (ili okomit po kontrastu). Koherentnost sistema određuje estetsko-funkcionalnu vrijednost elemenata, a ta je vrijednost *razmjenska vrijednost*, onoliko koliko se uvijek odnosi na *model* kao *opći ekvivalent* (ista apstrakcija kao i za ekonomsku razmjensku vrijednost).

Nije slučajno ako se ta sukladnost odražava sve do razine običaja. Poput revolucije kapitalizma, one koja, već od 16. stoljeća, uspostavlja »poduzetnički duh« i temelje kapitalističke ekonomije, revolucija Bauhauusa jest *puritanska*. Funkcionalizam jest asketski. To se čita u ogoljelosti, geometrijskom pročišćenju njegovih modela, u njegovu strahu od ukrasa i iskaza umijeća, ukratko u »ekonomiji« njegova diskursa. Ali to je, moglo bi se reći, samo učinak »pisma« (koje je uostalom postalo retorika poput svake druge), temeljne doktrine: doktrina racionalnosti, gdje iz funkcionalnog oslobođenja objekata slijedi utemeljenje *etike objekata*, kao što iz emancipacije rada kao proizvodne snage slijedi etika rada. Istoj logici na tri stoljeća udaljenosti⁶ odgovara isti moral (i ista psihologija). A termini u kojima Weber (*Protestantska etika i kapitalistički duh*) analizira racionalni ekonomski proračun kao »intramundanu askezu«, *mutatis mutandis*, jednako vrijede i za racionalni proračun znakova.

⁶ To su zapravo više **logičke** oznake da se obilježi nešto što je bilo kontinuirani povijesni proces. Ipak, trenutak formalne teorizacije (što jest Bauhaus za političku ekonomiju znaka) označuje uvijek ključnu točku u samom povijesnom procesu.

Kriza funkcionalizma

Prije nego što se analizira kako je danas proživljavaju dizajneri, treba vidjeti da ona postoji od rođenja, da su njezini elementi uvijek prisutni. Ona se izvodi iz volje funkcionalizma da se u svome redu (poput političke ekonomije u svome) nametne kao *dominantna racionalnost*, sposobna da obuhvati sve i da vlada svim procesima. Ta racionalnost, koja je nužno slijepa za svoju vlastitu proizvodljivost, potiče smjesta fantastični ili »iracionalni« kontra-diskurs, koji kruži između dvaju polova nadrealizma i kiča (jedan je izravno protivnički, a drugi suptilno sudionički, a da se međusobno ne isključuju: nadrealizam mnogo igra na ismijavanje kiča, a kič često poprima nadrealističku vrijednost).

Nadrealistički objekt pojavljuje se u isto vrijeme kad i funkcionalistički objekt, kao njegova poruga, njegov prijestup. Ti objekti/fantazmi, otvoreno disfunkcionalni ili parafunkcionalni, prepostavljaju, međutim, također uspostavljanje funkcionalnosti kao univerzalnog moralnog zakona objekta, a uspostavljanje tog objekta kao odijeljenog, autonomnog i okrenutog transparentnosti svoje funkcije. Kad se dobro razmisli, u činjenici da se objekt svodi na funkciju ima nešto irealno i potencijalno nadrealno⁷: dovoljno je da se princip funkcionalnosti dotjera do kraja pa da iz nje ga proizide apsurd. To je očito u slučaju tostera/glačala ili Carelmanovih »nepronalazivih predmeta«, ali proračun ljudskih »težnji« u velikoj cjelini jednako zaprepašćuje i ravan je Lautréamontovu povezivanju šivaćeg stroja i kišobrana na razudbenom stolu.

Nadrealizam se, dakle, također *a contrario* rađa iz nastanka objekta i proširenja semantičkog i funkcionalnog računa na cijelo polje svakodnevice. U tom su smislu Bauhaus i nadrealizam neodjeljivi kao kritički, anomički, čudovišni diskurs o objektima naprama racionalnom diskursu o objektima (malo-pomalo, uostalom, taj subverzivni diskurs postat će uobičajen i uklopit će se u funkcionalizirani svemir kao anomalna varijanta: u banaliziranoj verziji, on danas u homeopatskim dozama ulazi u cijelu našu okolinu).

Magritteovo stopalo-cipela, njegova žena u haljini od kože (ili njezina gola haljina) obješena na vješalicu, ljudi s ladicama ili antropomorfnim strojevi: posvuda nadrealizam igra na *razmak* što ga funkcionalistički proračun uspostavlja između objekta

ta i subjekta, ili između objekta i sebe samog, ili između čovjeka i njegova vlastitog tijela, na razmak između ma kojeg člana i apstraktne svršnosti koja mu se nameće, na taj rascjep zbog kojega se ljudi i stvari odjednom nalaze podijeljeni kao znakovi i suočeni s transcendentnim označenim: njihovom funkcijom. Stapanje kože grudi i nabora haljine, nožnih palaca i kože cipela: nadrealistička slikovnost igra s tim rascjepom nije čući ga, ali na temelju članova koji su odvojeni i odvojeno čitljivi u *kolažu* ili *nadimpresiji*. To će reći da ona ne pruža simbolički odnos, u kojemu nema ni mjesta za pojam odvojenosti, budući da je odnos uklopljen u uzajamnost i razmjenu. U nadrealizmu simbolički odnos probija još samo kao *privedenje* jednakosti subjekta i objekta. Kratki spoj između dvaju poredaka: poretka funkcionalnosti (ovdje prestupljenog i ismijanog) i simboličnog poretka (ovdje iskrivljenog i utvarnog), nadrealistička se metafora određuje kao tvorba kompromisa. Ona zahvaća trenutak kad je objekt još vezan uz antropomorfnost i nije još rođen, kako bi se moglo reći, u svojoj čistoj funkcionalnosti, ili trenutak kad je objekt na tom putu, ali još nije apsorbirao čovjeka u svojoj funkcionalnoj iracionalnosti. Oslikavajući do krajnosti spajanje subjekta i objekta, nadrealizam ilustrira i razotkriva njihovo razdvajanje. Racionalnom proračunu koji »oslobađa« objekt *unutar* njegove funkcije nadrealizam se suprotstavlja oslobađajući objekt *od* njegove funkcije, da bi ga prepustio slobodnim asocijacijama, gdje doduše ne izvire simbolično (gdje se nije dogodila odgovarajuća kristalizacija subjekta i objekta), nego sama subjektivnost »oslobođenja« u privedenju.

Kao subjektivna poezija, gdje primarni procesi i kombinatorika sna remete funkcionalnu kombinatoriku, nadrealizam tako kratko i kontradiktorno osvjetljuje sve veću krizu objekta, opću apstrakciju života u znaku funkcionalnog objekta. Smrtna svečanost subjektivnosti bačene u očaj, sva poezija nesmisla (npr. Lewis Carroll, preteča nadrealizma), revoltom i parodijom niječno ilustrira nepovratnu pojavu političke ekonomije smisla, oblika/znaka i oblika/objekta strukturalno vezanih uz oblik/robu (romantičari su, u svoje doba, predstavljali istovrsnu reakciju na industrijsku revoluciju i prvu fazu razvoja političke ekonomije).

Ali je i nadrealističko prekoračenje još po mjeri *relativnog* proširenja političke ekonomije znaka. Ono igra s formalnim, figurativnim objektima, sa sadržajima i označenjima *reprezentacije*. Danas, kad je funkcionalnost prešla s izdvojenog objekta na sistem (što je jednako »kafkijanska« hiperracionalnost), kad je još gotovo obrtnički funkcionalizam Bauhauusa prevladan matematičkim i ki-

bernetičkim dizajnom okoline, nadrealizam može preživjeti samo još kao folklor. Mi smo već s onu stranu objekta i njegove funkcije. Bivanju s onu stranu objekta u sistemu suvremenih odnosa i informacija odgovara i bivanje s onu stranu subjekta. Hibridna igra nadrealista, upravo između lika objekta i lika čovjeka, između funkcije i želje — gdje dva sloja, u stvarnosti odijeljena, još u nadrealnom slave svoju nemoguću vezu — ta fina mješavina funkcionalnog logosa i razjedinjene, osakaćene logike simboličnog koja oblijeće oko njega, rezultirajući nelogičnošću jednog utvarnog prikaza — sve se to rasplinjuje suočeno s kibernetičkim poretkom, i ne održava se više ništa od kritičkog, regresivnog/transgresivnog diskursa Dade i nadrealizma.

Sve jačoj sistematičnosti racionalnog poretka nakon nadrealizma odgovorilo je izbijanje apstrakcije (oniričke, geometrijske ili ekspresionističke — Klee, Kandinski, Mondrian ili Pollock) — posljednji kritički ognjevi umjetnosti, jer što se s njome događa danas? Kinetička, ili lumino-dinamička manipulacija, ili psihodelička inscenacija izobličene nadrealizma — kratko kombinatorika na sliku i prilikom realnih sistema, estetička operativnost (Schoefferoz »Novi umjetnički duh« njezin je biblijski primjer), koja se ničim ne razlikuje od operativnosti kibernetičkih programa. Hiperrealnost sistema upila je kritičku nadrealnost izmišljenog. Umjetnost je postala, ili upravo postaje, totalni dizajn, METADIZAJN.

Smrtni je neprijatelj dizajna kič. Progonjen od Bauhauza, uvijek se rađao iz vlastitog pepela. Dizajneri kažu da je to stoga što ima iza sebe cijeli »ekonomski sistem«, dok oni imaju samo svoju vrlinu. Tako, u jednom članku iz »Industrijske estetike« 1967, Abraham Moles analizira krizu funkcionalizma kao pobjedu zarazne iracionalnosti potrošnih dobara nad ogoljelom racionalnošću dizajna, njegova strogog etosa funkcije. »Apsolutni potrošački mentalitet što ga promovira ekonomska mašina« sve više i više zakapa pod neo-kičem funkcionalistički nacrt. Funkcionalizam pati i umire od te proturječnosti.

Zapravo, ta analiza rješava dizajn svake unutrašnje proturječnosti: sve je to krivnja »opsjednutosti standardom« i »strategije želje«. Ali A. Moles (i mnogi drugi) zaboravlja da je taj sistem (i cijeli proces potrošnje što ga on pretpostavlja) također racionalan, i savršeno usklađen sam sa sobom. On svakoga dana trijumfalno ispunjava lozinku funkcionalnosti. Upravo u toj »anarhičnoj proizvodnji«, koju optužuju naši vrli akademici funkcionalizma, on je sukladan svome cilju, a to

je njegovo vlastito preživljavanje i proširena reprodukcija. Nema, dakle, proturječja: racionalni model bio je na početku i ostaje i nadalje bitni model ekonomije — normalno je da pobjeđuje funkcionalnost ekonomskog sistema. Sam goli dizajn tu ništa ne može, jer ta funkcionalnost, utemeljena na proračunu, *ona je ista kojom se dizajn sam nadahnjuje*. On istog časa počiva na istim temeljima racionalne apstrakcije kao i ekonomski sistem. Nema nikakve sumnje da je ta racionalnost virtualno apsurdna, ali za oboje na jednak način. Njihovo prividno proturječje tek je logični ishod dubinske suradnje. Dizajneri se tuže da nisu shvaćeni i da sistem izobličuje njihov ideal? Svi su puritanci hipokriti.

Ta se kriza zapravo analizira na sasvim drugoj razini, na semiološkoj razini čije smo elemente iznijeli ranije. Formula Bauhauza može se rezimirati ovako: za svaki oblik i svaki objekt postoji objektivno određivo *označeno* — njegova funkcija. U lingvistici se to naziva razinom *denotacije*. Bauhaus hoće strogo izdvojiti tu jezgru, tu razinu denotacije — a sve je ostalo ovojnica, pakao *konotacije*: preostatak, suvišno, prekomjerno, izraslina, ekscentrično, dekorativno, beskorisno. Kič. Denotirano (funkcionalno) jest lijepo, konotirano (parazitsko) jest ružno. Još bolje: denotirano (objektivno) jest *istinito*, konotirano jest lažno (ideologijsko). Iza pojma objektivnosti zapravo je u igri cijelo moralno i metafizičko pitanje istine.⁸

Ali danas se počinje raspadati upravo postavka denotacije. Napokon se počinje primjećivati (i u semiologiji) da je ta postavka proizvoljna, ne samo umjetni proizvod metode, nego metafizička bajka. *Ne postoji* istina objekta, denotacija je uvijek samo najljepša konotacija. I to se ne zbiva samo u teoriji: dizajneri, urbanisti i programeri okoline svakoga se dana suočavaju (ako sebi postavljaju neka pitanja) s tim propadanjem objektivnosti. Funkcija (funkcionalnost) oblika, objekata, svakoga dana postaje sve neuhvatljivija, nečitljivija, neizračunljivija. Gdje je danas usređenost objekta, njegova funkcionalna jednadžba? Gdje je njegova glavna, a gdje su parazitske funkcije? Tko to može još reći kad se ekonomsko, društveno, psihološko i metapsihološko nerazmrsivo miješaju? Izazivam bilo koga da pokaže kako stanovita »suvišna« forma, »iracionalna« crta ne od-

8

Očigledno je kantovsko i platonsko nasljeđe funkcionalizma: moral, estetika i etika stapaju se u njemu u isti ideal. Funkcionalno, to je sinteza čistog uma i praktičnog uma. Ili još: funkcionalno je lijepo plus korisno. A korisno je ujedno moralno i istinito. Promiješajte sve iznova: eto platonskog svetog trojstva.

govora, u duljemo roku, nesvjesno, možda, nekoj tankočutnoj ravnoteži, pa se tako na stanovit način može funkcionalno opravdati.⁹ U toj sustavnoj logici (jer je funkcionalnost *sistem tumačenja*, i ništa drugo) sve može biti funkcionalno, i ništa nije. Ta se vodeća utopija obraća protiv sebe same. I nije čudno što se ta objektivna svršnost, onoliko koliko nedostaje stvarima, prenosi na sam sistem koji u vlastitom procesu reprodukcije usmjeruje sve ostalo prema svom profitu i napokon postaje jedini posjednik tekuće funkcionalnosti, raspodjeljujući je zatim na svoje elemente. Napokon, on je sam čudesno »dizajniran«, i njegova ga vlastita svršnost obuhvaća kao jaje.¹⁰

Ako više nema apsolutne korisnosti objekta, gotovo je i sa suvišnim, pa se ruši cijela teorijska zgrada funkcionalizma. I to u korist *mode*, koja, neopтереćena objektivnom denotacijom (premda polaže zahtjeve na nju), igra sasvim na konotaciju i obuhvaća cio sistem svojom nestalnom, »iracionalnom« retorikom, s jedinom povlasticom *aktualnosti* znakova. A funkcionalizam se tako slabo brani protiv mode zato što ona izražava totalnu sistematsku virtualnost, kojoj funkcionalizam, utemeljen na metafizičkim denotacijama, predstavlja samo pojedinačan slučaj, proizvoljno povlašten prema univerzalnoj etici. Čim se uspostavi proračun znakova, ništa se ne može usprotiviti njegovu poopćenju, i više nema racionalnog ni iracionalnog. Bauhaus i dizajn misle nadzirati proces gospodareći *označenim* (»objektivna« mjera funkcijâ), ali zapravo pobjeđuje igra označitelja (igra razmjenske vrijednosti/znaka): a ta je igra beskrajna i izmiče svakom nadzoru (isto vrijedi u političkom ekonomiji za sistem razmjenske vrijednosti: on proдре u sva područja, sasvim protiv mišljenja pobožnih i liberalnih duša koje smatraju da mu mogu ograničiti opseg).

U tome je prava kriza funkcionalizma. Ništa ne može spriječiti da ma koji oblik uđe u neograničenu kombinatoriku mode — gdje njegova jedina funkcija postaje tada funkcija/znak. Tome ne izbjegavaju ni oblici što ih je »stvorio« dizajn. A styling, za koji je Bauhaus vjerovao da ga je di-

⁹ Nešto drugo, svakako, radikalno izmiče proračunu funkcije: ambivalentnost, koja u jednom pokretu nijeće i razgrađuje svaku pozitivnu funkciju, i poništava je prema logici želje za koju nikada nema jednostrane svršnosti. Ta je razina s onu stranu funkcionalističke složenosti. Kad bi se i došlo do savršenog proračuna funkcija, **makar proturječnih**, ta bi ambivalentnost ostala zauvijek nerješiva i nesvodiva.

¹⁰ Zna se da je jaje jedna od idealnih težnji dizajna, oblikovni stereotip, jednako »kič« kao i ma koji drugi. To će reći da je »svršnost« sistema naprosto **tautološka**. Ali završni je stupanj funkcije tautologija — savršena redundancija označenoga u kretanju u krugu označitelja — jajeta.

skvalificirao, uskršava putem dizajna a da ga se ovaj nikada ne može potpuno riješiti i iznova doseci svoju »strogost« — jer je ono što se dizajnu čini patološkim u logici njegova vlastitog »nacrtâ«. Činjenica da naše doba, unatoč revoluciji Bauhausu, s nostalgijom ponovo prihvaća sav kič 19. stoljeća, proizlazi odatle *što mu on već pripada*. Cvjetni motiv na šivaćem stroju ili na ulazu u metro nazadni je kompromis, ali on, izranjajući iznova, danas poprima modnu nadrelističku vrijednost, i to je logično: nadrealizam na stanovit način tek formalizira hibridnu proizvodnju komercijalnog kiča kao umjetnički prijestup. Danas »čisti« dizajn osuđuje cvjetni motiv, ali znatno produbljuje »naturističku« ideologiju: zvjezdana struktura organskih tijela služiti će kao model cijelom gradu. Nema bitne razlike među njima. Priroda, shvaćena kao ukras ili kao strukturalni model, ostaje uvijek, otkad taj pojam postoji, projekcija *društvenog* modela. A zvjezdana struktura uvijek je struktura kapitala.

Ali ako je dizajn utopljen u modi, ne treba ga žaliti: to je biljeg njegova trijumfa. To je biljeg raspona do kojega je došla politička ekonomija znaka kojoj je on, s Bauhausom, bio prva racionalna teorizacija. Sve ono što danas hoće da je marginalno, iracionalno, pobunjeno, »anti-umjetnost«, anti-dizajn, itd., od popa do psihedeleke i do ulične umjetnosti, sve se to, hotimice ili nehotice, pokorava istoj ekonomiji znaka. Sve je to dizajn. Ništa ne izbjegava dizajnu: to je njegova sudbina.

Riječ je dakle o nečemu mnogo važnijem od neke krize. I ničemu ne služi da poput Abrahama Molesa oplakujemo potrošačku neminovnost i da zazivamo neofunkcionalizam uvodeći u igru »poticanje mašte i zamišljanja sustavnim naporom« (!). Taj neofunkcionalizam može biti samo neofunkcionalizam resemantizacije (uskrsnuće označenih¹¹), i stoga ponovno puštanje u opticaj istih proturječja. Vjerojatnije je da će neofunkcionalizam biti na sliku i prilikom neokapitalizma, to jest pojačanje igre označitelja, matematizacija i kibernetizacija putem koda. »Humanistički« neofunkcionalizam nema nikakvih izgleda naprama operativnom metadizajnu. Prošlo je doba označenog i funkcije, počinje doba označitelja i koda.

¹¹ Ponovo će se raditi »društveni« dizajn, s humanim sadržajima, i ponovo će se uvesti igra, slobodna kombinatorika. Ali ne varajmo se: opet je to samo **funkcija** »igra«, igra kao posebna funkcija, liberalno-modernistička varijanta istoga koda.

Okolina i kibernetika: završni stupanj političke ekonomije

Tu revoluciju znaka, koju je Bauhaus započeo i barem predosjetio, djelomično su kasnije iznijeli analitičari dizajna. Van Lier u *Kritici* (studeni 1967) vidi jasno da »ti novi oblici i njihova operacija . . . odvođe malo-pomalo sve do kraja sistema« i da funkcionalnost nije korisnost, nego »postavljanje stvari kao međusobnih obavijesti, omogućivanje da postanu znakovi, stvaranje značenja«, i dodaje, kao samo po sebi, »kojima se hrani svaka kultura i svaka čovječnost«. Vječna humanistička metafora: što ima više znakova, to više poruka i obavijesti, što se više komunicira — to bolje. Nakon što je otkrio nastanak vrijednosti/znaka, i njegovo beskonačno širenje na temelju racionalne proizvodnosti, on u tome bez oklijevanja vidi apsolutni napredak za čovječanstvo. Ta je reakcija jednaka onoj koja u industrijskom razvoju, prije ili poslije, vidi sigurnost za opće obilje i sreću. Ta se iluzija u 19. stoljeću odnosila na materijalnu proizvodnju, a u 20. se obnavlja, još jača, u odnosu na proizvodnost/znak. Kibernetički idealizam, slijepa vjera u zračenje informacija, mistika informatike i medija.

I u jednom i u drugom slučaju temeljna je greška ista: a sastoji se u tome da se i od proizvođača i od znaka zadržava samo *uporabna vrijednost*, i da se industrijska (ili semijurška) mutacija promatra samo kao beskrajno umnožavanje uporabnih vrijednosti (znakova kao poruka). Obilje dobara, obilje znakova — maksimalna potrošnja, maksimalna informacija. A nikada se ne uzima u obzir da je ono što prije svega i iznad svega uspostavlja tu mutaciju sistem *razmjenske vrijednosti*, apstraktan, poopćen društveni oblik koji ni slučajno ne »hrani svaku kulturu i svaku čovječnost«. Taj idealizam sadržaja (proizvodnje ili značenja) nikad ne računa s oblikom. Taj idealizam poruke zaboravlja da je ono što se uspostavlja iza njezina ubrzanog optoka hegemonija koda. U biti, i jedan i drugi naprosto zaboravljaju političku ekonomiju i njezinu društvenu, stratešku, političku dimenziju, i odmah se smještaju u otvoreno područje vrijednosti. Taj se optimizam može činiti dobronamjeran, može poprimiti dobroćudno ponašanje dizajnera koji, svojim slabim snagama, kreativnošću misli pridonijeti većoj količini informacija, dakle većoj količini »slobode« — ili opet može poprimiti proročko ponašanje Mac Lohana veličajući već ostvarenost planetarne komunikacije — posvuda ta ideologija komunikacije preuzima vlast — postaje mit kojim se kibernetika predstavlja kao neohumanizam, gdje je obilje poruka na neki način nadomjestilo obilje dobara (mit obilja) u mašti vrste.

Posvuda su ideolozi uporabne vrijednosti sudionici i potpornji političkog sistema razmjenske vrijednosti. Tako je potrošnja, uopće ne kao apoteoza uporabne vrijednosti, nego kao slijepa društvena prinuda na zadovoljenje, ušla u poredak materijalnih dobara da igra ulogu funkcije obnove proizvodnog sistema. Zahvaljujući potrošnji, sistem ne samo što uspijeva izrabljivati ljude silom, nego ih pretvarati u *sudionike* svoga umnoženog preživljavanja. To je značajan napredak. Ali to sudjelovanje doseže sav svoj fantastični zamah tek na razini znakova. Tu se u svoj svojoj originalnosti obrazlaže cijela strategija »neokapitalizma«: u operativnoj semijurgiji i semiologiji, koje su samo razvijeni oblik dirigitiranog sudjelovanja.

U toj perspektivi, gdje proizvodnja znakova, viđena kao sistem razmjenske vrijednosti, poprima sasvim drugi smisao nego u naivnoj utopiji uporabne vrijednosti, dizajn i discipline oblikovanja okoline mogu se smatrati jednom od grana *masovne komunikacije*, golemim razgranjivanjem *human and social engineering*. Naša je prava okolina već danas univerzum komunikacije.¹² Tu se ona korjenito razlikuje od pojmova »prirode« ili »sredine« 19. stoljeća. Dok su se oni odnosili na fizičke, biološke zakone (determinizam stvari, nasljeđa i vrste), ili na socio-kulturne zakone (»sredina«), okolina je smjesta mreža poruka i znakova, i njezini su zakoni komunikacije.

Okolina, to je osamostaljenje cijelog svemira djelatnosti i oblika, od svakodnevnog do arhitektonskog, od diskurzivnog do gestualnog i političkog, kao operativnog i proračunskog područja, kao emisije/recepcije poruka, kao *prostora/vremena komunikacije*. Tom teorijskom pojmu »okoline« odgovara praktični pojam »dizajna« — koji se u krajnjoj liniji analizira kao *proizvodnja komunikacije* (čovjeka sa znakovima, znakova međusobno, ljudi međusobno). Treba potaknuti na komunikaciju, to jest na sudjelovanje, u ovom slučaju ne kupnjom materijalnih dobara, nego načinom informiranja, optokom znakova i poruka. Stoga je okolina, kao i *tržište* (koje je njezin ekvivalent u ekonomiji) virtualno univerzalan pojam. On zbiljski sažima svu političku ekonomiju znaka. Dizajn, koji je odgovarajuća praksa te političke ekonomije, poopćuje se isto toliko, i, ako je započeo tek primjenom na industrijske proizvode, danas obuhvaća i logično mora obuhvatiti sva područja. Ništa nije lažnije nego granice što ih sebi »humanistički« dizajn želi postaviti, jer u biti sve pripada dizajnu, sve je njegovo polje, pa priznao on to sebi ili ne: tijelo je dizajnirano, seksualnost, ljud-

¹² Paradoksalno (i bez dvojbe simptomatično) britansko Ministarstvo za okolinu okuplja gotovo sva područja, osim medija.

ski su, društveni, politički odnosi dizajnirani, a jednako tako potrebe i težnje, itd. Taj »dizajnirani« univertzum upravo sačinjava okolinu. Jednako kao i tržište, ona je zapravo samo određena *logika*: logika razmjenske vrijednosti (znaka). Dizajn, to je nametanje modela i operativnih djelatnosti te razmjenske vrijednosti znaka na svim razinama. Još jednom, to je praktični trijumf političke ekonomije znaka, i teorijski trijumf Bauhauasa.

Kao što se public relations, human relations i psihosociologija poduzetništva, kao ugovaranje i sudjelovanje, marketing i merchandizing, trude da *proizvedu odnos*, da ga obnove ondje gdje ga društveni proizvodni odnosi čine problematičnim — tako je zadaća, strateška funkcija dizajna da u sadašnjem sistemu proizvodi komunikaciju među ljudima i okolinom koja postoji jedino kao strana instanca (uvijek isto kao tržište). Poput mnogih ideologijskih pojmova, »okolina« antifrazom označuje ono od čega smo odijeljeni, svršetak *bliskog svijeta*, bića i stvari što se dodiruju. A mistika je okoline po mjeri jarka što ga sistem svaki dan dublje kopa između čovjeka i »prirode«. Taj rez, taj bitno slomljeni i razdvojeni odnos između čovjeka i njegove okoline, na sliku i priliku društvenih odnosa, upravo je, neka mi se ne uzme za zlo, razlog postojanja i *mjesto* dizajna. Tu on očajnički pokušava vratiti smisao, jasnoću snazi informacija, »razumljivost« snazi poruka. Ako se dobro razmisli, filozofija dizajna, koja odjekuje iz cijele teorije okoline, u biti je *doktrina sudjelovanja i public relations proširena na cijelu prirodu*. Treba postići sudjelovanje prirode (čini se da ona postaje neprijateljski raspoložena i da se »polucijom« želi osvetiti za izrabljivanje). Treba s njom, istodobno kad i s urbanim univertzumom, iznova stvoriti komunikaciju jačanjem znakova (jednako kao što treba iznova stvoriti komunikaciju između poslodavaca i radnika, između vlada i podanika, jačanjem snage medija i sporazumijevanja). Treba joj, rečeno do kraja, predložiti ugovor o nenapadanju: zaštita i sigurnost — učlaniti u sindikat prirodne energije koje postaju opasne, da bi se mogle bolje nadzirati! Jer, jasno, sve to smjera samo sve uspješnijem i uspješnijem svođenju te prirode na norme racionalne hiperproizvodnje putem inteligentnog dizajna koji je navodi na sudjelovanje, na ugovor i koji je reciklira.

Takva je politička *ideologija* dizajna koji danas, u razgovoru o okolini, poprima svoj planetarni zamah. Od Gropiusa do Universitasa¹³ stalan je us-

pon prema onome što bi se moglo nazvati metadizajnom, političkom metaekonomijom koja je za neokapitalizam ono isto što je klasična liberalna ekonomija bila za kapitalizam.

O okolini se govori zato što ona više ne postoji. Govoriti o ekologiji znači ustanoviti smrt i totalnu apstrakciju »prirode«. Posvuda, »pravo na« (prirodu, okolinu) označuje propast toga istoga. Taj nestanak prirode (kao vitalne i idealne referencije) usko je vezan uz ono što smo u analizi suvremenog znaka nazvali nestankom označenoga (realnog, objektivnog referensa, denotirane funkcije, »istine«, *svijeta* kao realnog zaloga *znaka* — pomalo njegova zlatnog pologa — zlato je označenog referensa nestalo, nema više Gold Exchange Standarda — nema više konvertibilnosti znaka u njegovoj referencijalnoj vrijednosti — nema više, kako se vidi u suvremenim međunarodnim smjernicama, ničega drugog osim slobodnog odnosa plivajućih valuta). Veliko Označeno, veliki Referens Priroda mrtav je, a nadomješta ga okolina koja istodobno naznačuje smrt prirode i njezino vraćanje kao simuliranog modela (njezino rekonstruiranje, kao što se kaže za prethodno sasjecani biftek). A to što smo rekli za »Prirodu«, da je ona uvijek bila projekcija društvenog modela, sigurno vrijedi i za okolinu. Prijelaz od pojma prirode, koja se još može objektivizirati kao referencija, na pojam okoline gdje sistem optoka znakova (razmjenske vrijednosti/znaka) poništava svaku referenciju, ili postaje svoj vlastiti referens, označuje prijelaz od još proturječnog, neujednačenog društva, društva nezasićenog političkom ekonomijom, gdje postoje otporni modeli transcendentije, sukoba, nadilaženja, gdje postoji ljudska priroda, razderana ali prisutna (uspoređi srodnost samog marksizma sa supstancijalnom antropologijom potreba i prirode), gdje postoji povijest sa svojom revolucionarnom teorijom, itd. — prijelaz toga »povijesnog« društva punog sukoba na kibernetizirano društvo, na sintetičku društvenu okolinu, gdje totalna apstraktna komunikacija i uključena manipulacija ne ostavlja više ni jednu točku izvan sistema, kraj tradicionalne političke ekonomije, i u isto vrijeme politička metaekonomija jednoga društva *koje je postalo u pravom smislu riječi svoja vlastita okolina*.¹⁴ »Onoliko koliko uspijeva manipulacija okolinom uspijeva u isti čas i manipulacija čovjekom koji je postao objekt manipulacije, to će reći jednostavno okolina« (*Mitscherlich*).

13
Projekt međunarodne fundacije »za posttehnološko društvo«, što ga je predložio Muzej moderne umjetnosti u New Yorku.

14
Upravo to ushićeno ocrta Mac Luhan.

Društveni nadzor zraka, vode, itd., u znaku zaštite okoline, zapravo nije ništa drugo nego malo dublji ulazak samih ljudi u sistem društvenog nadzora. To što priroda, zrak, voda, nakon što su bili naprosto proizvodne snage, postaju rijetka dobra i ulaze u polje vrijednosti, znači samo da ljudi malo dublje ulaze u polje političke ekonomije. Na kraju toga razvoja možda će se, nakon prirodnih parkova, stvoriti »Međunarodna fundacija za čovjeka«, kao što u Brazilu postoji »Narodna funda-

cija za Indijanca«: »Narodna fundacija za Indijanca kadra je u najboljim uvjetima osigurati zaštitu urođeničkog stanovništva jednako kao i (sic) preživljavanje biljnih i životinjskih vrsta što tisućljećima žive u njegovu susjedstvu« (ta institucija sigurno sankcionira i pokriva etnocid: likvidira se i rekonstruira — ista shema). Čovjek i nije više suočen s vlastitom okolinom: on je virtualno sam dio okoline koju treba zaštititi.

Prevela Željka Čorak