

# Postmoderna teorija mode: Jean Baudrillard i medijska konstrukcija događaja

---

Lukina, Tamara

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Textile Technology / Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:201:002063>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2022-01-19**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Textile Technology University of Zagreb - Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

**POSTMODERNA TEORIJA MODE: JEAN BAUDRILLARD I MEDIJSKA  
KONSTRUKCIJA DOGAĐAJA**

Tamara Lukina

Zagreb, rujan 2016.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET  
ZAVOD ZA DIZAJN TEKSTILA I ODJEĆE

DIPLOMSKI RAD

**POSTMODERNA TEORIJA MODE: JEAN BAUDRILLARD I MEDIJSKA  
KONSTRUKCIJA DOGAĐAJA**

izv. prof. dr. sc. Žarko Paić, docent

Tamara Lukina 9359

Zagreb, rujan 2016.

## SAŽETAK

U doba postmoderne promjene paradigme mode kultura postaje svrhom identiteta, odnosno specifičnom formom (anti)mode. Moda tek tada postaje jednim od relevantnih teorijskih subjekata interdisciplinarnih studija kulture. Međutim, probojem vizualne kulture sama metodologija kulturalnih studija postaje problematičnom. Osim analize i kritike metodologije kulturalnih studija, u ovome radu biti će predstavljen alternativni pristup postmodernoj modi Jeana Baudrillarda koji pripada paradigmi postmoderne kritike teorija o socijalno-klasnoj diferencijaciji te predstavlja svojevrsnu radikalizaciju postmoderne teorije mode. Nasuprot rasprostranjenijoj paradigmi koja modu sagledava kroz ulične stilove odijevanja, Baudrillard pristupa modi kao estetsko-medijskome sklopu. Realno postojanje mode tek je omogućeno simulakrumom medijskog događaja. Umjesto serijske reproduktivnosti, sada modulacija obuhvaća poredak proizvodnje pa stoga prema Baudrillardu svjedočimo determinizmu operacionalne simulacije, odnosno logike medijskog događaja označavanja, nad samim pojmom proizvodnje djela/robe. Kao medijski uobličeni simulakri, modeli su oslobođeni reference na bilo kakvu stvarnost te ulaze u viralni proces nerazlikovanja.

**Ključne riječi:** moda, kulturalni studiji, novi mediji, događaj, model

## **SUMMARY**

In the age of the postmodern shift of the fashion paradigm, culture becomes the purpose of identity, that is, a specific form of (anti-)fashion. Only then does fashion become one of the relevant theoretical subjects for the interdisciplinary cultural studies. However, the emergence of visual culture has made the very methodology of cultural studies problematic. Apart from the analysis and criticism of the methodology of cultural studies, this paper will also elaborate on the alternative approach to postmodern fashion by Jean Baudrillard; an approach that belongs to the paradigm of the postmodern criticism of class differentiation theories and presents a kind of radicalization of the postmodern fashion theory. Baudrillard dismisses the widespread paradigm that views fashion through the prism of street clothing styles, instead approaching it as an aesthetic-media set. The real existence of fashion has only been made possible by the simulacrum of the media event. Instead of serial reproduction, modulation now encompasses the order of production so, according to Baudrillard, we are witnesses to determinism of operational simulation, that is, of the logic of the media event of denotation that is above the notion of production of goods itself. As simulacra formed by the media, models are liberated of any reference to any reality, entering the viral process of indiscrimination.

**Key words:** fashion, cultural studies, new media, event, model

## SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. TEORIJSKI DIO	4
2.1. Postmoderne teorije mode	4
2.1.1. Kulturalni studiji	10
2.1.1.1. Postkolonijalna kritika mode	12
2.1.1.2. Antropologija mode	15
2.1.2. Kritika metodologije kulturalnih studija	16
2.1.2.1. Zaključna razmatranja	24
2.2. Jean Baudrillard i medijska konstrukcija događaja	26
2.2.1. Ekonomija znaka: škola Bauhaus i „funkcionalna estetika“	26
2.2.2. Poredak simulakruma	28
2.2.2.1. Tri poretka simulakruma	29
2.2.2.2. Moda kao znak zbilje Integralne Stvarnosti	33
2.2.3. Estetizacija svijeta i fetišizam znaka: Marcel Duchamp i Andy Warhol	35
2.2.4. Fraktalnost zbilje	38
3. ZAKLJUČAK	44
4. LITERATURA	46

## 1. UVOD

Nastanak mnogih društvenih pokreta, subkultura te prateće antimode krajem 50-ih godina 20. stoljeća rezultirao je izdvajanjem mode iz klasičnog socijalnog diskursa. U doba postmoderne promjene paradigme mode kultura postaje svrhom identiteta, odnosno specifičnom formom (anti)mode. Moda tek tada postaje jednim od relevantnih teorijskih subjekata interdisciplinarnih studija kulture. Stoga su u okviru kulturalnih studija najzastupljenije analize stilova odijevanja pripadnika subkultura poslijeratne Britanije. Međutim, teorijske pretpostavke kulturalnih studija poopćavaju se njihovim interdisciplinarnim implementiranjem u okviru postkolonijalne kritike i antropologije mode pri čemu se razlike mode i odijevanja, modernosti i tradicije dekonstruiraju kao proizvod europocentričnog diskursa o modi. S obzirom na to da podređene i marginalizirane (sub)kulture preuzimaju povlašteno mjesto analize u okviru kulturalnih studija, u okviru postkolonijalne kritike i antropologije mode determinizam drugosti diskurzivno se poopćava u liku nezapadnjačkih kultura. Međutim, nakon *vizualnog obrata* i postmoderne teorije vizualne kulture, kulturalni studiji suočili su se s problemom antropološkog razumijevanja kulture kao forme identiteta u doba postpovijesti kada kultura postaje informacijsko-komunikacijskom tehnologijom. S vizualnom kulturom sama je metodologija kulturalnih studija postala problematičnom. W. J. T. Mitchell, utemeljitelj vizualnih studija temeljenih na preokretu u paradigmi slike (*visualistic turn*), smatra kako kulturu treba interpretirati kao novi medij slike s obzirom da se medijski proizvedena slika oslobađa od govora i teksta (Mitchell: 2006).

U prvome dijelu ovoga rada predstaviti ću metodologiju kulturalnih studija ne bi li ukazala na neke od problematika s kojima se kulturalni studiji suočavaju s probojem vizualne kulture. Pri tome ću se ponajviše rukovoditi studijama Žarka Paića „Politika identiteta: kultura kao nova ideologija“ te „Vrtoglavica u modi: prema vizualnoj semiotici tijela“. Paić smatra kako vizualna konstrukcija kulture kao slike zahtjeva da se na teorijski pristup modi primjeni preokret paradigme (*vizualni obrat*).

Za razliku od kulturalnih analiza koje modu još uvijek shvaćaju sredstvom kulturalne konstrukcije identiteta, analize mode koje se temelje na preokretu u paradigmi slike napuštaju pojam identiteta kao sredstva društvene/kulturalne

konstrukcije. U drugome dijelu rada predstaviti ću alternativni pristup postmodernoj modi Jeana Baudrillarda koji pripada paradigmi postmoderne kritike teorija o socijalno-klasnoj diferencijaciji te predstavlja svojevrsnu radikalizaciju postmoderne teorije mode. Nasuprot rasprostranjenijoj paradigmi koja modu sagledava kroz ulične stilove odijevanja, Baudrillard pristupa modi kao estetsko-medijskome sklopu. Za Baudrillarda, postmoderna moda nije ograničena na modnu odjeću i ulične stilove niti oni funkcioniraju kao znakovi društvenog i/ili kulturnog identiteta. Realno postojanje mode tek je omogućeno simulakrumom medijskog događaja koji je s onu stranu realnosti modernog kapitalističkog poretka i same modne industrije. Otklonivši teoriju reprezentacije iz teorije medija, Baudrillard u okviru postmoderne teorije mode ukida mogućnost bilo kakve referencije na realno. U „hiperrealnosti“ simulacija slike i igra znakova nadomještaju logiku proizvodnje i klasne borbe kao ključne komponente suvremenih kapitalističkih društava. U skladu s razvitkom informacijsko-komunikacijske strukture, moda preuzima medijsku formu realnosti te se u postmodernome okružju pojavljuje kao poredak simulakruma-simulacija. U postmodernom poretku simulakruma moda postaje zbiljskom logikom društva. Novac kao opći opipljivi ekvivalent političke ekonomije i kvantitativne razmjene vrijednosti, nadomješten je modelima – medijima mode koji upravljaju razmjenom razlika. Umjesto serijske reproduktivnosti, sada modulacija obuhvaća poredak proizvodnje pa prema Baudrillardu svjedočimo determinizmu operacionalne simulacije, odnosno logike medijskog događaja označavanja, nad samim pojmom proizvodnje djela/robe. Kao medijski uobličeni simulakri, modeli su oslobođeni reference na bilo kakvu stvarnost te ulaze u viralni proces nerazlikovanja koji predstavlja „glavni događaj svih naših događanja“ (Baudrillard, 2001). Simulacijom vremenitosti moda se znanstveno-tehnološki proizvodi/reproducira kao znak zbilje te vizualno konstruira novu medijsku stvarnost. Brzo iščeznuće događaja iz svijesti promatrača, uslijed ciklusa transmutacije i kombinacije znakova unutar Integralne Stvarnosti, „logiku“ mode čini istinskim znakom zbilje Integralne stvarnosti postmoderne. Sve - politika, umjetnost, zabava, ideje, teorije itd. – prolazi kroz cikluse popularnosti i neprestane izmjene modela. Postmoderna moda može se stoga interpretirati kao model semijurigijskog načina događanja stvarnosti.



Baudrillard smatra kako je bit projekta Zapada estetizacija svijeta, njegovo uprizorenje, prenošenje u slike, njegova semiološka organizacija, a ne komodifikacija. Kako bih ukazala na putanju kojom Baudrillard dolazi do ove teze, predstaviti ću njegove analize škole Bauhaus, metode *ready made*-a Marcel Duchampa te analizu neoavangardne umjetnosti na primjeru pop-arta Andy Warhola koji nas uvodi u „fetišizam znaka“. Za Baudrillarda, umjetnost u doba postmoderne tek prenosi „istinu“ masovnih medija koja se sastoji u njihovoj funkciji neutralizacije jedinstvenog i događajnog karaktera svijeta u korist složenog univerzuma medija.

## 2. TEORIJSKI DIO

### 2.1. Postmoderne teorije mode

Dramatična pojava „potrošačkog društva“ 60-ih godina 20. stoljeća za francuskog sociologa, filozofa i teoretičara kulture Jeana Baudrillarda značila je fundamentalnu promjenu kapitalističkog sustava. Za razliku od rane faze kapitalizma kada je vladala proizvodna etika, u potrošačkome društvu vlada potrošačka etika i moral zabave. Sistem masovne proizvodnje razvio se tokom 19. i ranog 20. stoljeća, a već se početkom dvadesetih godina 20. stoljeća pojavio fenomen masovne potrošnje. Prodor potrošačkog društva odgođen je Velikom gospodarskom krizom 1929. godine, koja će dovesti do sloma svih razvijenih ekonomija, te Drugim svjetskim ratom. U postmodernoj tvorbi potrošačkog društva kultura dizajnira svijet života. Potrošnja postaje primaran sistem *proizvodnje kodiranih vrijednosti*,- kulturalni sistem koji nadomješta društveni poredak vrijednosti. Baudrillard smatra kako je riječ o istom procesu racionalizacije produktivnih snaga koji se pojavio u 19. stoljeću u proizvodnom sektoru. Nakon socijalizacije masa u radnu snagu, industrijski sistem socijalizira mase u potrošačku snagu. Proizvodnja i potrošnja su stoga „jedno te isti veličanstveni logički proces reprodukcije proširenih snaga proizvodnje i njihove kontrole“ (Baudrillard, 2001). Kao sustav objekata, odnosno semiotički poredak označitelja i označenog, moda preuzima vodeću ulogu u konstrukciji stvarnosti te postaje zbiljskom logikom društva u postmodernome stanju. Moda je bit moderniteta obilježenog linearno-cikličkom strukturom (kraja) povijesti:

„Čini se da modernitet uvodi linearno vrijeme, i to u tehničkom napretku, proizvodnji i povijesti, istodobno s cikličkim vremenom mode. Ta su dva vremena prividno proturječna, jer modernitet nikad ne znači potpun raskid sa starim. Tradicija nije prednost staroga pred novim – to je naše, modernitetom izokrenuto shvaćanje. Tradicija ne poznaje ni staro ni novo – to modernitet izmišlja oboje odjednom, pa je tako on uvijek istodobno 'neo' i 'retro', moderan i anakroničan. Modernitet, kao dijalektika prijeloma, vrlo brzo postaje pokretnom silom amalgamiranja i reciklaže“ (Baudrillard, 2002: 193).

Kritikom semiotike Rolanda Barthesa koji je kulturu interpretirao kao znak kojemu jezik određuje značenje, uz pomoć teorije medija Marshalla McLuhana i teorije spektakla Guy Deborda, Baudrillard je uveo pojam koda koji funkcionira kao svojevrsni vizualan označitelj kojemu slika i broj daju značenje, a ne više jezik. Tako kultura postaje želja same tehnologije a ne „arena borbe“ revolucionarnih subjekata kako ju interpretiraju kulturalni studiji uz pomoć strukturalističke preinake marksizma (vidi poglavlje 2.1.1.). Realno postojanje mode tek je omogućeno simulakrumom medijskoga događaja koji je s onu stranu realnosti modernog kapitalističkog poretka i same modne industrije. Stoga Baudrillard postmodernoj modi ne pristupa iz konteksta klasno-socijalne diferencijacije već se kreće s onu stranu strukturalizma kreativno preoblikujući pojmove iz područja filozofije, znanosti i tehnike.

Za Baudrillarda individua predstavlja ništa drugo doli subjekt apstrahiran ekonomijom: „Cjelokupna je povijest svijesti i etike (sve kategorije zapadne psihometafizike) samo povijest političke ekonomije subjekta“ (Baudrillard, 2001). Smatra kako bi se umjesto empirijske analize stvarnog sistema hijerarhiziranih potrošačkih vrijednosti trebali baviti proučavanjem same logike reprodukcije kojom više ne upravlja novac koji je još bio materijalni ekvivalent, već moda kao sam oblik općeg ekvivalenta. Moda je za Baudrillarda istodobno najpovršnija društvena igra i najdublji društveni oblik,- „nezaustavljivo širenje koda na sva područja“ (Baudrillard, 2002: 191). Znakovi i kultura neposredno se proizvode na razini koda i modela, sustava razmjene poopćenih vrijednosti.

Za Baudrillarda moda je medijska konstrukcija, znak djelovanja poretka simulakruma, a ne društvena forma. Ideologija obuhvaća i materijalnu i simboličnu proizvodnju na razini koda i modela te se više ne može iščitati kao znak niti mjeriti kao roba. Presudni predmet nove opće političke ekonomije za Baudrillarda više nije roba niti čak kultura. *Kod* političke ekonomije racionalizira i upravlja razmjenom sukladno sa vlastitom paradoksalnom logikom slike, za razliku od marksističke pretpostavke ideologije koja djeluje preko otuđenja svijesti na sadržaje. Pojam otuđenja Baudrillard

smatra neupotrebljivim s obzirom da on računa sa subjektom svijesti. Objekt dekonstruira subjekt, a ne obrnuto<sup>1</sup>.

Za Baudrillarda, dijalektika kulturalnih studija koja zadržava općenitu formu marksističke analize, odnosno dijalektičko proturječje između baze (sredstva za proizvodnju i proizvodni odnosi, korporacije i mediji) i nadgradnje (borba oko društvenih značenja), samo reproducira logiku političke ekonomije. Kritikom kritike političke ekonomije (Marx) i psihoanalize (Freud-Lacan)<sup>2</sup> Baudrillard se kreće s onu stranu jezika uvažavajući logiku slike (medijske i tehnološke slike kao simulakra koji prethodi stvarnosti) kao dominantnu logiku čija paradoksalnost poništava dijalektiku proizvodnje i potrošnje, racionalnog i iracionalnog, svjesnog i nesvjesnog. Marksistička kritika političke ekonomije u Baudrillardovu je mišljenju tako zadobila status „zrcala proizvodnje“ odnosno refleksije proizvodnog kapitalizma, a psihoanalitička teorija status „zrcala želje“. Koristeći se lacanovskim pojmom „faze ogledala“ i „imaginarnog“ Baudrillard tvrdi kako marksizam i psihoanaliza kao klasični načini reprezentacije koji tvrde da reflektiraju „stvarnost“ rezultiraju imaginarnim razumijevanjem proizvodnje i želje te nude iluziju neotuđenog života. Naime, potrošnja medijskih proizvoda - znakova, formira svojevrsni samoobnavljajući virtualni diskurs koji tvori postmodernu simulaciju bez referencije na stvarnost. Tako nisu razbijena samo zrcala psihoanalize i marksizma, nego i cjelokupna teorijska proizvodnja koja analitičkom metodologijom dekonstruira „stvarnost“. Dijalektika korisnog i nekorisnog teorije, uporabna vrijednost teorije također je dokinuta u paradoksalnoj logici novoga koda:

„Ako je postojao *rad* nesvjesnog i, prema tome, determiniranost psihoanalize, sada se ona polagano pretvara u determiniranost nesvjesnog samom psihoanalizom – koja

---

<sup>1</sup> „Nas vreba objektivna ironija, ona ispunjenja objekta bez obzira na subjekt i na njegovo otuđenje. Na stupnju otuđenja pobjeđuje subjektivna ironija, subjekt predstavlja nesavladivi izazov slijepome svijetu koji ga okružuje. Subjektivna ironija, ironijska subjektivnost pravi je svijet svijeta zabranjenog, Zakona i želje. Moć subjekta proizlazi iz njegova obećanja o ispunjenju, dok je polje objekta, poredak onoga što *jest*, ispunjeno i od čega, zbog tog istog razloga, ne bismo mogli pobjeći“ (Baudrillard, 2001: 146).

<sup>2</sup> Baudrillard se protivio pokušajima sinteze lingvistike i psihoanalize kakvu je poduzeo Lacan, no ipak ne postoji kontinuirana polemika protiv Lacana. Lacanov psihoanalitički označitelj i jezični označitelj razlikuju se u tolikoj mjeri da rabljenje istih pojmova, prema Baudrillardu, izaziva nerješive nesporazume (Baudrillard, 2001: 23, 24). Kritika Freudovog koncepta nesvjesnog i psihoanalize prisutna je u djelu „Simbolička razmjena i smrt“ u kojemu Baudrillard suprostavlja koncept simboličke razmjene Freudovom konceptu libidinalne razmjene kao i Marxovom konceptu ekonomske razmjene (Baudrillard, 2001: 49-69).

počinje reproducirati nesvjesno, uzimajući istodobno sebe kao referenciju; ona označuje samu sebe kao modu – nesvjesno se, dakle, vraća u običaje, potražnja za njim je velika i tako psihoanaliza dobiva društvenu moć jednaku moći koda: prati je izvanredno usavršavanje teorija o nesvjesnom... Pomodni snovi, pomodne fantazme, pomodne psihoze, pomodne znanstvene teorije, pomodne lingvističke škole, a da se ne spominje umjetnost, koja je već odavno u stadiju simulatorske i reprodukcijske promjene: sve je to samo modni sitniš, odraz mode u svijetu. Moda je te discipline zahvatila mnogo dublje: onoliko koliko su uspjele osamostaliti svoje aksiome radi svoje velike slave, toliko su ušle u 'estetski' stadij koji je i stadij proizvodnje radi proizvodnje“ (Baudrillard, 2002: 195).

Točku obrata u Baudrillardovoj teoriji bilježi kritika Michel Foucaulta („Forget Foucault“, 1977) kao kritika „kulturne revolucije“. Za razliku od politike simboličkog kojoj je bio naklonjen u prethodnim djelima, Baudrillard nakon kritike Foucaulta agresivnije kritizira neke od osnovnih koncepata radikalne društvene teorije poput moći, želje, revolucije, društvenog te nudi alternativne koncepte razvijajući teorije zavodjenja, simulacije, hiperrealnog. Iako je Foucault tvrdio kako je moć decentrirana i raspršena kroz multiplicitete diskursa, praksi, strategija; on nije, poput Baudrillarda, analizirao simulacije moći. Temeljena na simulacijama a ne stvarnim društvenim odnosima, moć postaje još apstraktnija. U postmodernome stanju, modeli moći generiraju mrtve znakove simulirane moći koji se šire na kontradiktorne načine. Slična je situacija i sa seksualnošću pa su dominantne freudo-marksističke teorije seksualnosti i mikropolitike želje dovedene u pitanje. Baudrillard tvrdi kako i marksistički i freudo-marksistički modeli operiraju unutar binarne logike proizvodnja - represija/oslobođenje. Naime, dok je u klasičnom marksističkom projektu cilj proizvesti više uporabne vrijednosti, dobara, demokracije, satisfakcije itd., u freudo-marksističkom modelu cilj je proizvesti više užitka, oslobađanja itd. Međutim, oslobađanje nesvjesnog, želje, seksualnosti, tijela prema Baudrillardu pogoduje maksimalnoj kapitalističkoj proizvodnji i cirkulaciji (Kellner, 1989: 131-153). Postmoderno stanje simulacije za Baudrillarda je stanje „ostvarene utopije“, stanje u kojemu je sve što je prethodno oslobođeno, oslobođeno samo zato da bi prešlo u puko kolanje i neprekidne izmjene u postmodernome modusu fraktalne raspršenosti. Tako je i ideja (moderne) mode iščezla,

no u postmoderni ona upravo stoga funkcionira još bolje – samoreproducirajući se u beskraj (Baudrillard, 2001: 163-172).

Međutim, teorija mode Jeana Baudrillarda kao svojevrsna radikalizacija postmoderne teorije mode, tek je omogućena uvidom u nedostatnost teorija iz konteksta kulturalnih studija koje modi pristupaju putem sociologije životnih stilova i Barthesove semiotike mode.

Naime, nastanak mnogih društvenih pokreta, subkultura te prateće antimode rezultiralo je izdvajanjem mode iz klasičnog socijalnog diskursa. Antimodna dekonstrukcija tijela „preobrazila je područje društvene hijerarhije klasa/slojeva u kulturalno područje borbe subverzivnih i konzervativnih tijela kultura“ (Paić, 2007: 11). Moda tek tako postaje jednim od relevantnih teorijskih subjektata interdisciplinarnih studija kulture. Kulturalni studiji nastoje redefinirati pojam mode uslijed postmoderne promjene paradigme<sup>3</sup>. - Dok je unutar moderne paradigme moda bila sredstvom društvene integracije i teatralizacije klasno-socijalnih razlika, a tek onda kulturne diferencijacije; postmoderna paradigma mode u okviru kulturalnih studija obilježena je prvenstvom kulturalnih elemenata identiteta i stilova života (Paić, 2007).

U okviru kulturalnih studija moda se pojavljuje u okrilju etnografsko-socioloških bavljenja simboličkom funkcijom mode u proizvodnji rituala ne bi li se detektirale promjene i određena iskrivljenja koje sa sobom donosi masovna potrošnja. Stoga su najzastupljenije analize stilova odijevanja pripradnika subkultura poslijeratne Britanije koje se za razliku od analiza vezanih za frankfurtsku školu bave detektiranjem uzajamnih odnosa visoke i ulične mode. Za kulturalne studije potrošači predstavljaju „osviještene subjekte potrošnje“, odnosno protagoniste „semiotičkog gerilskog rata“ unutar popularne kulture kao dinamičkog polja borbe oko značenja. Stoga takve analize najčešće polaze od semiotičke analize mode koju je formulirao Roland Barthes u studiji „Sustav mode“ (*Système de la mode*, 1967).

Međutim, nakon vizualnog obrata i postmoderne teorije vizualne kulture, kulturalni studiji suočili su se s problemom antropološkog razumijevanja kulture kao forme

---

<sup>3</sup> Žarko Paić (2007) uvodi trojnu diobu paradigmi mode: moderna moda (kraj 19. stoljeća - 60-ih godina 20. stoljeća), postmoderna moda (od 60-ih do 90-ih godina 20. stoljeća), suvremena moda (90-te godine 20. stoljeća - ). Prema njima se određuju teorijski pristupi modi.

identiteta u doba (postpovijesti) kada kultura postaje informacijsko-komunikacijskom tehnologijom (Paić, 2005; 2007). W. J. T. Mitchell, utemeljitelj vizualnih studija temeljenih na preokretu u paradigmi slike (*visualistic turn*) smatra kako kulturu treba interpretirati kao novi medij slike s obzirom da se medijski proizvedena slika oslobađa od govora i teksta. S vizualnom kulturom, sama je metodologija kulturalnih studija, kao ona koja je proizašla iz humanističkih znanosti, postala problematičnom<sup>4</sup>.

U nastavku ću analizirati metodologiju kulturalnih studija i odgovarajućih poddisciplina pomoću kojih se pristupa postmodernoj modi ne bi li zatim ukazala na neke od problematika s kojima se kulturalni studiji suočavaju s probojem vizualne kulture te predstavila alternativne pristupe među kojima je i semiotičko-postmoderna teorija mode Jeana Baudrillarda. Nasuprot rasprostranjenijoj paradigmi koja modu sagledava kroz ulične stilove odijevanja, Baudrillard modi pristupa kao estetsko-medijskome sklopu. Za Baudrillarda, postmoderna moda nije ograničena na modnu odjeću i ulične stilove niti oni funkcioniraju kao znakovi društvenog i/ili kulturnog identiteta<sup>5</sup>. Otklonivši teoriju reprezentacije iz teorije medija, Baudrillard u okviru postmoderne teorije mode ukida mogućnost bilo kakve referencije na realno<sup>6</sup>. U „hiperrealnosti“ simulacija slike i igra znakova nadomještaju logiku proizvodnje i klasne borbe kao ključne komponente suvremenih kapitalističkih društava. Baudrillard se stoga udaljava od bilo kakve klasno-socijalne teorije mode. U skladu s razvitkom

---

<sup>4</sup> „Retorički ikonoklazam kojeg kulturalni studiji baštine od marksizma, njegova ovisnost o lingvističkim i diskursivnim modelima, stvara određeno trvenje sa studijem vizualne kulture, koje je, pak, utemeljeno u fascinaciji vizualnim slikama, te je stoga vrlo pomno i pozorno spram punog opsega vizualnog iskustva, od skromnih, običnih slika preko svakodnevnih vizualnih praksi do objekata estetskog užitka kao i užasavanja. /.../ Ako uopće postoji temeljni postulat vizualne kulture, onda glasi da je vizija modus kulturalne ekspresije i ljudske komunikacije koji je jednako temeljan i raširen kao i jezik. I nije svediv na model jezika niti se njime može objasniti“ (Mitchell, 2006: 21-23).

<sup>5</sup> „... definiciju [mode] treba tražiti u samoj proizvodnji smisla, u naj*predmetnijim* strukturama, u onom smislu u kojemu su one također, a ne samo površina predmeta, podvrgnute igri simulacije, igri opreka, kombinatoričkoj inovaciji. Posrijedi je dubinsko, kao i kod odjevnog predmeta i tijela: sada je samo tijelo, u svom identitetu, u svojoj spolnosti, u svom statusu, postalo modni materijal – zadržati se pri analizi na samoj razini odjevnog predmeta znači „objektivno“ zanemariti to dubinsko recikliranje tijela“ (Baudrillard, 2002: 195).

<sup>6</sup> „Čudesna moć mode potječe odatle što je svijet iz nje nepovratno iščeznuo. Sve brža razlikovna igra samih označitelja među sobom i nametanje strukturnog zakona vrijednost/znak u modi su poprimili razmjere čarolije – čarolije i opijenosti što ih izaziva iščeznuće referencijalnog polja. /.../ Moda nam nameće dubinski rascjep u jednom imaginarnom poretku, poretku Referencijalnog mišljenja...“ (Baudrillard, 2002: 191).

informacijsko-komunikacijske strukture, moda preuzima medijsku formu realnosti te se u postmodernome okružju pojavljuje kao poredak simulakruma-simulacija. Moda je označitelj i označeno postmodernoga svijeta medijskog predstavljanja događaja (poglavlje 2.2.).

Uz pojmove Jeana Baudrillarda koji će u ovom dijelu rada biti tek naznačeni, studije Žarka Paića „Politika identiteta: kultura kao nova ideologija“ i „Vrtoglavica u modi: prema vizualnoj semiotici tijela“ poslužiti će kao izvor za kritičku analizu metodologije kulturalnih studija kao teorije kulturnih razlika postavljene na preostacima postmoderne dekonstrukcije univerzalnosti<sup>7</sup> (poglavlje 2.1.2.).

### **2.1.1. Kulturalni studiji**

Kulturalni studiji osnovani su 60-ih godina 20. stoljeća u Velikoj Britaniji i SAD-u kada kultura preuzima primat u društvenim i humanističkim znanostima te postaje ključem razlikovanja u suvremenome svijetu. Kao novo znanstveno područje istraživanja suvremenih fenomena kulture, sastavni su dio općeg stanja postmodernosti. Kulturalni studiji pridonose drugačijem razumijevanju uloge kulture kao pokretača društvenog razvitka te u svoja istraživanja uključuju analizu popularne kulture, subkultura i kulturalno konstruiranog identiteta. 1980-ih godina teorija kulturalnih studija postaje dio društveno-humanističke znanosti. Osnivači i sljedbenici britanskih kulturalnih studija izveli su reviziju socioloških, marksističkih i filozofskih uvida popularne kulture kojima se ona spram visoke kulture vrijednosno degradirala.

Teorija britanskih kulturalnih studija zasnovana je na dvije društveno-humanističke, odnosno filozofske tradicije. Prva je tradicija književne teorije i književne kritike, a

---

<sup>7</sup> „Sve što vrijedi za poteškoće izgradnje etike Drugoga i ideologiju kulturnih razlika danas se najbolje ogleda u usponu kulturalnih studija. Ako je postmoderna teorija već naznačila rastvaranje i dokidanje filozofije i sociologije u skupnome imenu Teorije, onda su upravo kulturalni studiji rezultat te promjene. Njihova interdisciplinarnost kao hvaljena otvorenost suradnje različitih društveno-humanističkih znanosti počiva na ključnoj riječi poststrukturalizma Jacquesa Derridaea – dekonstrukciji. No, ovdje više nije riječ o dekonstrukciji metafizike „iskona“ ni o hermeneutičkome čitanju filozofijskih tekstova tradicije, nego o rastvaranju skrivenih (ideologijskih) struktura moći kao upisanog Teksta koji se utjelovljuje kao znak i razlika“ (Paić, 2005: 34, 35).



druga je tradicija marksističke kritike društva. Iz tradicije književne kritike i teorije kulturalni studiji preuzeli su strukturalistička i postrukturalistička polazišta te tako ideju teksta i tekstualnosti – kao proizvođača određenih značenja – primijenili na fenomene kulture (pa i mode). Tim pristupom omogućen je uvid u simboličko značenje mode kao znaka. Strukturalistička analiza u osnovi je usmjerena na analizu popularne kulture u njezinom ritualnom modu. Drugim riječima, popularna kultura kao organski predmet potrošnje svoja značenja stječe u praksama i ritualima, odnosno njenim korištenjem putem kojeg se otvara polje borbe oko značenja/reprezentacije. Desaussureovsko tumačenje znaka – razlikovanje označitelja (izaraza) i označenog (sadržaja) bio je temelj razumijevanja reprezentacije ne više kao puke refleksije zbilje (Karl Marx), već kao proizvodnje, konstrukcije značenja putem simbola. Analizom kulturnih proizvoda kao tekstova kulturalni studiji nastoje ukazati kako se uvjeti potrošnje ne mogu odrediti tek proučavanjem njihovih uvjeta proizvodnje, već analizom dinamike polja borbe oko značenja koje se odvija njihovom konzumacijom. Odjevan predmet na pisti i na ulici ne nosi isto značenje. S obzirom da je popularna kultura klasičnom marksističkom analizom (proučavanjem uvjeta proizvodnje) shvaćena kao proizvod kulturne industrije, teorija kulturalnih studija vrši (post)strukturalističku preinaku klasične marksističke postavke o masovnoj kulturi kao „lažnoj svijesti“ radničke klase. Kao što je navedeno, kulturalni studiji usredotočeni su na samu konzumaciju kulturnih proizvoda s obzirom da ona često može biti opozicijska prema kulturnim industrijama. Potrošnja je performativni akt [20].

U okviru kulturalnih studija, razlika između značenja popularne kulture kao proizvoda kulturne industrije i popularne kulture u njezinom ritualnom, izvedbenom modu analogna je razlici u značenju i interpretaciji visoke i ulične/masovne mode. Dok se visoka moda u kontekstu kulturalnih studija sagledava iz industrijskog (korporativnog i marketinškog) aspekta, ulična moda je sagledana iz aspekta uporabne prakse u kojemu se otvara mogućnost distorzije značenja upisanih od strane kulturne industrije. Upravo je interpretiranje toga jaza između upisanih i interpretiranih značenja jedan od temeljnih epistemoloških problema kulturalne analize mode. Teoretičari kulturalnih studija uvidjeli su kako se na polju svakodnevnog života i popularne kulture značenja ne formiraju jednosmjerno (od vlasnika sredstava za proizvodnju do razvlaštenih potrošača - *trickle down theory*), već u višesmjernom procesu u kojem vlada

stalna napetost između pošiljatelja i primatelja kulturalne poruke te u kojem se odvija svakodnevna „borba za značenje“ [20].

Knjiga „The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion“ autorice Jennifer Craik u nastavku će poslužiti kao *case study* u kontekstu istraživanja mode unutar kulturalnih studija, te njima svojstvenoj postkolonijalnoj kritici mode. Ovim putem detektirati ću metodološke pretpostavke i polazišta antropologije mode.

### **2.1.1.1. Postkolonijalna kritika mode**

Postkolonijalne studije razvijaju se krajem 80-ih godina 20. stoljeća a postale su sastavni dio antropologije, povijesti te osobito studija kulture. U svoje teorijske modele najčešće uključuju kulturalne studije, a povezuje ih tematska usredotočenost na podređene ili marginalizirane kulture ili dijelove svijeta, kritika modernizma i europocentrizma, te analiza ideološkog diskursa i diskursa moći [10]. Povezuje ih, dakle, polazišna pretpostavka dekonstrukcije modernog subjekta.

U zapadnoj akademskoj zajednici, postkolonijalna teorija diskursa i studije postkolonijalizma vezane su za postrukturalizam, a postkolonijalno stanje smatra se konstitutivnim za opće stanje postmodernosti. Postkolonijalne studije protive se prosvjetiteljskom i modernizacijskom progresivizmu te „binarnoj logici“ – elementima na kojima je zasnovano esencijalističko tumačenje kulturnih pojava. Također teže „osporiti središnje mjesto i autoritet distinktivnih sistema dominacije u kom god obliku se oni izražavali“<sup>8</sup>. Europska tradicija uspostavila je opozicijski sistem vrednovanja unutar kojeg „razvijeni“ i „civilizirani“ Zapad (pozitivan pol) postaje mjerilo za sve ono što je drugačije od njega (negativan pol). Postkolonijalne studije pozivaju se stoga na metodu dekonstrukcije binarnih opozicija koje su vladale načinom mišljenja Zapada, a za koje se smatra da su utemeljene na kolonijalnom projektu koji za postkolonijalizam predstavlja najbrutalniji izraz hegemonije. Kao radikalna kritika „klasičnih“ disciplina i modela znanja te kritika inherentnog europocentrizma i (zapadnjačke) interpretacije

---

<sup>8</sup> Dorđević, J.: Postkolonijalna teorija diskursa: <http://test.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2010/05/2-Prof.-dr-Jelena-Dorđević-Postkolonijalna-teorija-diskursa.pdf>, str 30

„Drugog“ ili „drugosti“, postkolonijalne studije su po nekim autorima izrasle u najplodotvornije polje suvremenih studija kulture, a upravo stoga što su pružale metodološka sredstva za razumijevanje odnosa Zapada i bivših kolonija te neokolonijalizma kao jednog od aspekta globalizacijskih procesa [10].

Teorijske pretpostavke postrukturalizma ključan su faktor koji povezuje postkolonijalnu kritiku s kulturalnim studijima, a autori koji se smatraju posebno značajnim za uspostavu ove veze su: Edward W. Said koji svoju postkolonijalnu analizu zasniva na Foucaultovom konceptu diskursa, Homi K. Bhabha (Lacanova psihoanaliza) te Gayatri C. Spivak (Derridina dekonstrukcija). Postrukturalistički pristup u postkolonijalnim teorijama ogleda se u tretiranju odnosa Zapada i Drugih kao odnosa međusobne zavisnosti i utjecaja, odnosno u analizi kroz odnos intertekstualnosti [10].

Kritičkom studijom „Orientalizam“ Said je potaknuo cijelu lavinu tekstualne proizvodnje posvećene razobličavanju imperijalnih praksi i tako stekao slavu tvorca postkolonijalnog diskursa. Problem kojeg je postavio u središte jest problem proizvodnje istine. - Homogen i sveobuhvatan pogled na svijet zasnovan na zapadnjačkom etnocentrizmu i njegovoj sklonosti viđenja i oblikovanja svijeta prema vlastitoj slici bio je preduvjet i podrška političkom imperijalizmu putem kojeg se konstruiralo znanje o Orijentu. Said je ukazao na povijesnu i kulturnu pozadinu nastanka tvrde opozicije između Zapada i nezapadnjačkih kultura na primjerima zapadne kulture od renesanse koja je dinamične povijesne procese Istoka predstavljala kao prirodne i nepromjenjive, a one Zapada kao promjenjive i aktivne. Kako bi dekonstruirao ovu europocentričnu dihotomiju Said se posvetio proučavanju načina proizvodnje istine inzistirajući na konstruktivističkoj kritici esencijalizma. – Ne postoji objektivno zagarentirana istina već jedino interaktivno i povijesno kontingentno stabilizirana istina. –

U okviru studija kulture autorica knjige „The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion“, Jennifer Craik, razvija postkolonijalnu studiju mode koja nastoji izgraditi teorijsku bazu u svrhu interpretacije mode u vidu jednog šireg kroskulturalnog fenomena dovodeći u pitanje ustaljeno razmišljanje o modi kao proizvodu europocentričnih kapitalističkih ekonomija. Zapadnjački diskurs o modi označen je kao sredstvo

hegemonije i produkt europocentrizma jer postavlja rigidnu distinkciju tradicionalnog/modernog, civiliziranog/neciviliziranog, odjeće/mode itd. čime se prizivaju tenzije između „predciviliziranih“ i „civiliziranih“ kodova ponašanja rezultirajući nefleksibilnim analizama koje ne uspijevaju detektirati cirkulaciju promjenjivih odjevnih kodova i stilističke registre u neeuropskim društvima. Craik smatra kako je proizvodnja i reprodukcija „diskriminirajuće istine“ o modi kao konceptu Zapada rezultat primarne zastupljenosti studija mode i tijela na području Europe i Sjeverne Amerike. *Lice mode* stoga nastoji redefinirati pojam mode kao opću tehniku akulturacije koja je kao takva prisutna u svim kulturama i povijesnim periodima od prapovijesti do danas.<sup>9</sup> Autorica se fokusira na omekšavanje granica između odjeće i mode, zapadne i „nezapadne“ mode te visoke i svakodnevne mode ukazujući na kompleksne odnose i prožimanja tih dvaju ustaljenih opozicija. Analogije sa nezapadnjačkim odijevanjem i ukrašavanjem tijela uspostavljene su povlačenjem paralela sa sistemom svakodnevne mode koji je u poslijeratnom periodu postao dominantan te kao takav zaposjeo gotovo determinirajuću ulogu u procesu difuzije mode,- neovisano od, u neizravnom odnosu ili pak u opoziciji sa (europocentričnim) sustavom visoke mode. Kao što će se i Said u kasnijem radu približiti poststrukturalističkom stajalištu te ublažiti podjelu iz *Orijentalizma* želeći metodički pokazati uzajamno djelovanje imperijalizma i otpora koji su pružali oštećeni narodi; tako i Craik postkolonijalnom studijom mode nastoji ukazati kako je uslijed ekspanzije kontakta između različitih kultura u globalni proizvodno-potrošački sistem uključen gotovo čitav svijet što je popraćeno rastućom fragmentacijom suvremenih društava te kompleksnim odnosima među pojedinim društvenim grupama. Nekadašnji centar mode uzurpiran je utjecajima nezapadnjačkih, lokalnih kultura, a pojavom subkultura i ulične mode destabiliziran je proces difuzije mode s vrha društvene ljestvice prema dnu koji je karakterizirao njezinu modernu paradigmu.

---

<sup>9</sup> Takav pristup modi oprečan je teoriji mode Jeana Baudrillarda koji modu povezuje s modernitetom: „Bit moderniteta je binarna logika, jer upravo ona potiče na neprestano uspostavljanje razlika i 'dijalektičke' učinke prijeloma. Modernitet nije mijena svih vrijednosti, nego zamjena svih vrijednosti, to je kombinatorika i neodređenost vrijednosti. Modernitet je kod, moda je njegov amblem. /.../ ...upravo [je] estetski kut gledanja ono što nam omogućuje da povežemo modu s ceremonijalom ..., jer on sam pripada modernitetu (međusobnoj igri distinktivnih opozicija korisnost/proizvoljnost itd.), a mi ga projiciramo na arhaične strukture da bismo ih lakše pripojili svojim analogijama. Naša je moda spektakl, tj. podvostručena društvenost koja teatralno uživa u samoj sebi, igra promjene radi promjene. U primitivnom društvu razmetanje znakovima nema'estetski' učinak...“ (Baudrillard, 2002: 194).

Ključnim pojmom kulturalnih studija i postkolonijalne teorije nameće se pojam hibridnosti jer adekvatno opisuje globalni multikulturalni svijet kojeg ne možemo razumjeti bez analize kompleksnih međudnosa nastalih uslijed migracija po cijelom svijetu, susretanja i poklapanja rasa, etnija i kultura. Pomoću pojma hibridnosti osporava se ideja o zemljama Trećeg svijeta i „domorodačkim kulturama“ kao „egzotičnim“ prostorima, nedodirnutim modernizacijskim i globalizacijskim procesima. Taj pojam potvrđuje (novo) poimanje čitave kulture kao *arene borbe* jer podrazumijeva kako se unutarnja hibridnost suvremenih društava uspostavlja u međudjelovanju interesnih ekonomskih sfera, klasne nejednakosti i djelovanju različitih sila hegemonije [10]. Za postkolonijalne studije mode taj je pojam značajan stoga što podrazumijeva multikulturalno okruženje, zahtjeve svjetskog tržišta za koje se moda stvara te raspršenost sustava moda, odnosno policentričnost suvremenih moda.

Ovi pomaci u planu teorije rezultat su kritike esencijalističkog shvaćanja kulture. Kultura nije monolitna niti homogena te nije isključivo vlasništvo Istoka, Zapada ili nekih manjih grupacija<sup>10</sup>. Pokazalo se kako je i priroda sama kulturni konstrukt te kao takva ne može biti suprostavljena kulturi.

### **2.1.1.2. Antropologija mode**

Antropologija mode je interdisciplinarna znanost koja primjenjuje alate kulturalne antropologije i postkolonijalne teorije u svrhu dekonstrukcije „europocentričnog“ pojma mode. Polazi od hipoteze da se moda ne može smatrati povlasticom zapadnjačke civilizacije. Ako je priroda kulturni konstrukt, onda je „prirodno“ odijevanje također kulturalna konstrukcija - kako na Zapadu, tako i u nezapadnjačkim kulturama. Odjevni predmet analizira se kao tekst kroz kojeg se izražava ili putem kojeg se konstruira određeni ili izabrani kulturni identitet pomoću kojeg se određena individua zastupa u svakodnevnom životu. Za antropologiju mode odijevanje je aktivan čin konstrukcije

---

<sup>10</sup> Dean Duda u tekstu „Nadziranje značenja: što je kultura u kulturalnim studijima“ pokazuje kako je kulturalnim studijima [pa i postkolonijalnoj kritici] najbliža socijalna definicija kulture R. Williamsa koja kulturu „antropološki“ premješta iz elitističke oaze vječnih vrijednosti u obično iskustvo svakodnevnog života [9].

sebstva putem konstrukcije kulturnih tekstova a to vrijedi i za zapadnjačke i za nezapadnjačke forme odijevanja.

Antropologija proučava modu služeći se etnografskim pristupom kojim su različite tehnike odijevanja i ukrašavanja tijela nezapadnjačkih kultura sagledane kao produkti lokaliziranih učinaka čime se uspijevaju povući analogije sa zapadnjačkim sistemom svakodnevne mode. Tim je pristupom Craik definirala modu kao tehniku akulturacije odnosno kao sredstvo kojim se pojedinci i grupe uče vizualno poistovjetiti sa samim sobom i svojom kulturom. Iz tog konteksta moda je promatrana kao modifikacija odijevanja - odjevno ponašanje usklađuje se s parametrima određenih habitusa te je stoga odijevanje najčešće determinirano pragmatičnim kriterijima i situacijama. Craik zapisuje kako su elementi visoke mode koji izlaze iz tog okvira razumijevanja<sup>11</sup> pretjerano naglašeni, a služe tek „nemilosrdnom ponovnom izmišljanju drugosti“ u svrhu isticanja distinkcije s nezapadnjačkim pristupom odijevanju i ukrašavanju tijela (Craik, 1993). Sve su specifičnosti koje razgraničavaju pojam mode od odijevanja i ukrašavanja tijela u nezapadnjačkim kulturama etiketirane kao preostaci europskoga nasljeđa koji se u okviru antropologije mode poistovjećuje s kolonijalnim i neokolonijalnim politikama Zapada.

### **2.1.2. Kritika metodologije kulturalnih studija**

U prijašnjim poglavljima naznačila sam kako kulturalni studiji, postkolonijalne studije mode i antropologija mode preuzimaju metodu dekonstrukcije modernog subjekta inherentnu postmodernome stanju kojom se izvršila unutarnja kritika zapadnjačkog projekta modernosti. Širenjem kapitalističke hegenomije nakon pada Berlinskog zida otvorile su se nove perspektive kritike zapadnjačkog diskursa – Drugi više nisu „unutarnje“ (rodno/spolne, klasne i druge manjine), već vanjske „žrtve“ moderne filozofije subjektivnosti. Kolonijalni projekt Zapada u navedenim se okvirima

---

<sup>11</sup> Craik posebice kritizira elemente koje svrstava u okvir tzv. treće forme egzoticizma u modi koja podrazumijeva posuđivanje elemenata od drugih modnih sistema: referiranje na povijest mode te preuzimanje egzotičnih elemenata nezapadnjačkih kultura (Craik, 1993).

poistovjećuje sa samim pojmom modernosti a determinirajuće mjesto Drugoga prepisuje se na nezapadnjačke kulture. Međutim, probojem vizualnih studija kao nove poddiscipline kulturalnih studija temeljene na preokretu paradigmi slike radikaliziralo se i pitanje o vjerodostojnosti upotrebe postmoderne metode dekonstrukcije u kontekstu „vanjske“ kritike europocentrizma. Dihotomija modernog poretka koja je počivala na binarnim opozicijama prevladana je fragmentiranjem modernoga subjekta. Drugim riječima, ako je s postmodernom već izvršen obrat unutar samoga pojma modernosti čime smo zakoračili u doba *kraja povijesti* (Baudrillard), postmoderna metoda dekonstrukcije modernoga subjekta u suvremenom kontekstu poprima značaj pukog „diskurzivnog prepravljanja povijesti“ (Paić, 2005).

U eseju „Iluzija kraja“ Baudrillard apostrofira kako čak nije riječ o kraju već iluziji kraja povijesti. Povijest se vraća kao retroproces time što je podređujemo „razarajućoj reviziji“, rehabilitaciji, masovnoj dekonstrukciji. To „međunarodno poliranje“, „demokratska pomast kojom nam se navješćuje Novi Svjetski Poredak“, tek je dio retrospektivne forme postmoderne. Masovna dekonstrukcija povijesti u okviru linearno-cikličkoga vremena „kraja“ povijesti doprinosi sustavu time što revidira pojmove koji, već odvojeni od vlastite referencijalnosti, prelaze u hiperprostor simulacije pri čemu gube svaku objektivnu vrijednost (Baudrillard, 2001: 211-229).

Pojam antimode također je problematičan u svjetlu teorije kraja povijesti. Baudrillardova postavka o kraju povijesti, medija i mode istodobno je značila i kraj antimode. Moda prisvaja vlastitu negaciju upravo stoga što se modni znakovi više ne razmjenjuju sa zbiljom. Prema tome, Baudrillard zaključuje kako je moda subverzija svakog poretka (moda kao otpor bez ideologije i bez cilja), no međutim subverzija mode nije moguća: „Od mode ne možemo pobjeći, jer moda sama od odbijanja mode čini modnu crtu (povijesni je primjer *jeans*). Isto je tako točno da, iako uvijek možemo pobjeći od principa realnosti sadržaja, nikada ne možemo pobjeći od principa realnosti koda. Čak pobunom protiv sadržaja sve bolje i bolje pristajemo na logiku koda“ (Baudrillard, 2002: 202).

Pojam antimode kako su ga definirali Ted Polhemus i Linda Procteur<sup>12</sup> višestruko je problematičan. Fred Davis pokazuje kako se tradicionalno odijevanje ne može smatrati antimodom jer se ono ne suprotstavlja vrijednostima moderne mode i njenom društvenome poretku vrijednosti već ga simbolički označava u strogo određenome poretku odjernih znakova. Pojam antimode Davis ograničava na odijevanje subkulturnih skupina nastalih 60-ih godina u društvima liberalne demokracije kada se antimodnom odjećom izražavao prosvjed protiv društvene određenosti fiksnih uloga (Paić, 2007: 212-217). Razvoj postmoderne kulture kao sklopa informacijsko-komunikacijskih tehnologija i sam ukida mogućnost hijerarhijski raščlanjenog društva.

U Baudrillardovoj medijsko-semiotičkoj teoriji proces ideologije više se ne temelji na odnosu između materijalne proizvodnje (sustav i proizvodni odnosi) i proizvodnje znakova (kultura). Ideologija je već upisana u samom objektu. Logika robe i političke ekonomije već je upisana u „apstraktnu istovjetnost“ označitelja i označenog. Znak zadobiva učinak značenja upravo zato što je struktura znaka već upisana u samom srcu oblika/robe. Struktura znaka uspostavlja se „samim svojim oblikom, kao totalni *medij*, kao *sustav komunikacije* koji upravlja svekolikom društvenom razmjenom“ (Baudrillard, 2001: 7). Nove informacijsko-komunikacijske tehnologije samim svojim strukturalnim određenjem ukidaju klasnu raslojenost. U eseju iz 1972. godine naslovljenom „Kritika političke ekonomije znaka“ Baudrillard ispisuje „Rekvijem za medije“ te u okviru kritike Enzensbergerove „socijalističke“ strategije zapisuje:

„... ne postoji zatvoreni krug televizije za *happy few*, 'zbog toga što bi bilo suprotno strukturi televizijskog medija' /.../ - 'prvi put u povijesti, mediji omogućuju masovno sudjelovanje u socijalnom i socijalizirajućem procesu, sudjelovanje čija su praktična sredstva u rukama samih masa' – s druge strane, 'socijalistički pokreti moraju se boriti i borit će se za vlastite valne dužine'. Zašto se boriti (posebice za valne dužine) ako mediji i sami ostvaruju socijalizam? Ako je to njihovo strukturalno određenje? /.../ Mediji ne uređuju društvene odnose kao prijenosnici nekog sadržaja, nego svojim

---

<sup>12</sup> Ted Polhemus i Linda Procteur pojmom antimode definiraju ambivalentne tendencije odijevanja. Jednom polu antimode pripadaju nepromjenjivi oblici odijevanja poput tradicionalne narodne nošnje, vojničke odore, radna odjela, ruho svećenika u religijskim obredima itd., dok drugom polu antimode odgovara odijevanje kojim se izražava pobuna protiv moderne mode kao oznake društvenoga statusa i društvene određenosti fiksnih uloga. Ova definicija sugerira kako je antimoda stalni oblik odijevanja, a moda promjenjivo ukrašavanje tijela (Paić, 2007: 213, 214).



oblikom i djelovanjem, a to nije odnos eksploatacije nego apstrakcije, odvajanja, ukidanja razmjene. /.../ Sukladno tome, ni ideologija ne postoji negdje drugdje kao diskurs vladajuće klase prije no što se uključi u medije. /.../ ...ideologija nije nešto izmišljeno što pluta brazdom razmjenske vrijednosti, ona je samo djelovanje razmjenske vrijednosti. Nakon *Rekvijema* za Dijalektiku, treba svirati *Rekvijem* za Infra i Super-strukturu“ (Baudrillard, 2001: 30, 31).

Politika i ekonomija međusobno se poništavaju u hiperrealnosti medijske proizvodnje znakova. Baudrillard analizira kako televizija, kao paradigmatski medij postmodernog doba, samom svojom „hiperrealnom logikom montaže“ upravlja procesom značenja. Analogan uzorak prepoznaje u općem pravu glasa. U oba se uzorka otvara polje izbora, a razmjena se svodi na dobivanje odgovora. I predmeti i informacije „već proizlaze iz nekog odabira, montaže, nečeg snimljenog, oni su već testirali 'stvarnost' i postavljali su joj jedino pitanja koja su im 'odgovarala', analizirali su stvarost u jednostavnim elementima koje su iznova usustavili u scenarije upravljanih suprotnosti, upravo kao što fotograf nameće svom sadržaju kontraste, /.../ – jednako kao što test ili referendum svode bilo koji sukob ili problem na igru pitanje/odgovor – a na taj način testirana stvarnost zauzvrat vas testira sukladno istoj rešetci, i vi je dekodirate prema istome kodu, upisanom u nju u svakoj poruci, u svakom predmetu, poput minijaturnog genetskog koda“ (Baudrillard, 2001: 88).

Na površini televizijskog ekrana ukida se razlikovanje višeg i nižeg, označitelja i označenog, mode i antimode. Tako je antimoda već demokratizirana a antimodna pobuna nadalje može funkcionirati tek kao puki „logo' pobune bez razloga“ (Paić, 2007: 215). Središnje mjesto kojeg je moda zauzimala unutar društveno-kulturnoga polja ostaje ispražnjeno a subjekt je fragmentiran. Tezom o kraju povijesti i kraju mode, Baudrillard je ukazao na dovršetak jedne ideje njenom ekstatičnom realizacijom. Izbor je već unaprijed izabran. U globalnome multikulturalnom svijetu i neotradicionalizam u odijevanju potpada pod formu mode. Kada se neoprimitivizam proglašava životnim stilom,- antimoda više nema nikakvog opravdanja, a Paić smatra kako je time najavljen i „kraj mode uopće u totalnome dizajnu tijela“ (2007: 216).

U studiji „Politika identiteta: kultura kao nova ideologija“ Paić kritički preispituje metodologiju kulturalnih studija postavljenu na teoriji kulturnih razlika kao preostatku

postmoderne dekonstrukcije univerzalnosti. Oslobođenje Drugoga i poštivanje razlika s postmodernom dekonstrukcijom više se ne vodi u ime prosvjetiteljske ideje univerzalnosti čovjeka, slobode i ljudskih prava, već u ime partikularnih zahtjeva za (diskurzivnim) priznanjem kulturnog identiteta Drugih. Bez izvornog smisla prosvjetiteljskog pojma kulture, kulturne razlike postaju beztemeljne te se kao takve pretvaraju u oružje sveopće homogenizacije. Stoga, kulturalni studiji i postkolonijalna kritika nailaze na kamen spoticanja već u njihovu samome temelju – antiesencijalistički pojam kulture kao specifične forme života kako ju je definirao Raymond Williams, u suprotnosti s esencijalističkom elitnom/visokom kulturom, čini nepropitanu polazišnu pretpostavku zagovornika kulturnih razlika kao sredstva/svrhe novog identiteta (Paić, 2005).

Postkolonijalna i antropološka kritika pojma mode kao proizvoda europocentrične kulture Zapada spotiče se na isti kamen. Naznačila sam kako Jennifer Craik razlike tih dvaju kritički nepropitanih pojmova kulture analogno aplicira na teorijske analize visoke i ulične mode. Iz toga, nadalje, proizlazi mogućnost uspostave analogija nezapadnjačkog odijevanja i ukrašavanja tijela sa sistemom svakodnevne mode na Zapadu. U svakodnevnoj modi odjevno se ponašanje usklađuje s parametrima određenih habitusa te se stoga različite forme tjelesnih tehnika mogu sagledati kao specifični lokalizirani učinci a moda se retrospektivno redefinira kao opća tehnika akulturacije pri čemu pojmovi mode i odijevanja podjednako obilježavaju kulturalnu konstrukciju utjelovljenog identiteta.

Temeljni problem pri analizi mode u okviru kulturalnih studija pokazuje se u antropološkom razumijevanju kulture kao forme identiteta u doba (postpovijesti) kada kultura postaje informacijsko-komunikacijskom tehnologijom. Taj je „kulturalni obrat“ predodredio *kraj mode* kao oznake neprestane novosti i promjene (Baudrillard, 2001, 2002; Paić, 2005, 2007). Humana struktura ljudske komunikacije koja je počivala na razdvojenosti prošlosti, sadašnjosti i budućnosti kao linearnog slijeda događaja nadomještena je tehničko-komunikacijskim odnosom iz kojega su izgubljene sve društvene i/ili kulturne reference. Realnost je u sklopu informacijsko-komunikacijskih tehnologija medijski konstruirana kao slika koja se više ne referira na realnost već posjeduje svoju vlastitu „logiku“ i odnosi se na samu sebe. Time je izgubljena

posrednička razina između medija i realnosti pa je tako i teorija reprezentacije (društvenog i/ili kulturnog identiteta) izgubila na vjerodostojnosti.

Kult holivudskih idola i idolatrija zvijezda kao ikona postmoderne mode za Baudrillarda predstavlja utjelovljenje strasti slike i prisustva želje u slici. Upravo stoga što ne predstavljaju ništa već su konstruirani kao slika bez referencije na nešto realno, idoli posjeduju očaravajuću moć. Ikone postmoderne mode na televizijskim ekranima više nije moguće interpretirati iz paradigme reprezentacije slike. Sada slika sama dobiva moć konstrukcije realnosti. Kao simulakr, slika prethodi stvarnosti jer se ne odnosi na stvarni svijet te ne reproducira nešto što joj logički ili kronološki prethodi već je proizvod čiste (tehno)imaginacije. Ona poništava razliku između stvarnog bića i njegove imaginarne uznesenosti te stoga djeluje kao svojevrsan surogat „svete slike“ iz ranog srednjeg vijeka koja se odnosila na umjetničko djelo slično izvorniku iz realnog svijeta religijske ikonografije kršćanstva. Kao što srednji vijek otvara pitanja istine prikaza i imaginacijske sposobnosti prikazivanja božanskog lika u skladu s njegovom uzvišenom duhovnom supstancom, tako i simulakrum uvodi u doba slikovne imaginacije, samo što je ovoga puta riječ o tehno-imaginaciji s obzirom da sada čovjek više nije referentna točka reprezentacijskog modela slike (Baudrillard, 2001; Paić, 2008).

Paić analizira postmodernu modu kao svojevrsni prijelaz iz kulture kao nove ideologije identiteta u život dizajniranog tijela uvažavanjem i radikaliziranjem stavova Baudrillarda i Lipovetskog o univerzalnoj formi mode kao neprekoračivom horizontu modernog kapitalističkog sustava, te nudi svoj uvid u bit ideje o *kraju mode* (Baudrillard) kao „razdoblju spektakularne slike živoga tijela“ (2007: 12). To je tijelo kao „kreativni dizajn života“ preuzelo ulogu određivanja modne forme. Moda više ne određuje formu tijelu upisujući na njega društvene ili kulturalne znakove pripadnosti već sada oslobođena tijela-slike određuju formu modi kao „kreativnom dizajnu nove životne okoline“. Stoga je cjelokupni sustav modne proizvodnje, ciklusa i potrošnje (Baudrillard, Lipovetsky): „... preostatak moderne paradigme u postmodernome kontekstu. Forma mode je univerzalna robna struktura, koja vlada svim pojavnim očitovanjima konkretne i faktične mode. Moguće je, dakle, da se modni dizajn estetski artikulira do svih zamislivih granica eksperimentiranja s tijelom i odjećom. Ali forma mode ostaje poput fatalnosti povijesti i u doba kraja povijesti“ (Paić, 2007: 246).

Iz konteksta kulturalnih studija s primjesama postkolonijalne kritike i antropologije mode (Craik) nije moguće detektirati obrat unutar samoga pojma modernosti zato što se ondje polazi od radikalnog odbacivanja ideje o novosti projekta modernosti (koja uvodi linearno vrijeme) u odnosu spram tradicije (cikličko vrijeme). Rez tradicije i modernosti razumije se kao odraz europocentrizma te se stigmatizira kao politička nekorektnost. Time je onemogućena dosljedna kritika cjelokupne moderne paradigme mode<sup>13</sup>. Za razliku od kulturalnih analiza koje modu još uvijek shvaćaju sredstvom kulturalne konstrukcije identiteta, analize mode koje se temelje na preokretu u paradigmi slike napuštaju pojam identiteta kao sredstva društvene/kulturalne konstrukcije.

Baudrillard smatra kako je temeljna teškoća kritike mode upravo u tome što je moda amoralna. Moda „ne poznaje ništa od sustava vrijednosti, ni prosudbenih kriterija“, ona „funkcionira kao subverzija svakog poretka“ pa stoga bilo kakva moralistička osuda mode ne pogađa bit (Baudrillard, 2002: 202). Naime, ako suvremenu modu definiramo kao sredstvo kulturalne konstrukcije identiteta, tada se otvaraju u tom kontekstu „realne“ ali istovremeno nedosljedne mogućnosti kritike. U studiji „Vrtoglavica u modi“ ponuđena su dva idejno povezana primjera – jedan se odnosi na visoku modu a drugi na sustav svakodnevne mode (Paić, 2007: 206-212). Na primjeru kolekcije Karla Lagerfelda iz sredine 90-ih godina 20. stoljeća pokazuje se kako se postavljanjem kulturnih prava kolektivnog identiteta (u ovom slučaju islamske zajednice) iznad ideje univerzalnosti slobode pojedinca ograničava sloboda eksperimentiranja. - Nakon revije na kojoj je Claudia Schiffer prodefilirala u kratkoj haljini u koju je Lagerfeld upisao citate iz Kur'ana, dizajner se suočio s nizom pravnih osuda uslijed kojih je haljina izbačena iz kolekcije. - Jaz se otvara u suprostavljenosti poimanja tijela kao slike konstruirane iz vlastitoga svijeta značenja neovisno od vanjskih kolektivnih inskripcija, te poimanja identiteta kao onoga koje se konstruira upisivanjem kulturalnih ili drugih

---

<sup>13</sup> „Kad se danas uglavnom bez refleksije kaže da je i sam pojam modernosti kolonijalni projekt Zapada ovladavanja prirodom i Drugim (čovjekom) u ime univerzalnosti zapadne povijesti, pretpostavlja se da je cjelokupni rad povijesnog oslobađanja od stanja zapanosti u divlju prirodu i arhaične oblike društvenog ustroja života – ideologija moći Zapada. Na tom stajalištu počiva cjelokupna zgrada postkolonijalne teorije, kulturalni studiji, kritika ideologije. /.../ Sve dok se u analizi globalizacije kao novog svjetskog poretka isključivo govori samo u kategorijama prava Drugoga i njegove podjarmljenosti (imperijalizam kao politička moć nove ekonomsko-kulturne eksploatacije Trećeg svijeta), dok se iz partikularnih zahtjeva za emancipacijom univerzalne vrijednosti Zapada dekonstruiraju iz obzorja seksizma, rasizma, patrijarhalne kulture, ciničnog liberalnog humanizma, europocentrizma – kulturalni studiji ne dosežu do praga građanskog svijeta unatoč dobrim namjera“ (Paić, 2005: 28, 37).

kolektivnih znakova. Ako se tijelo kao slika u poretku simulakrura više ne referira na nešto realno izvan vlastitog sustava označavanja, tada bi znakovi toga tijela trebali upućivati na značenja s onu stranu društvenih i/ili kulturalnih znakova mode. Slika tijela suvremene mode tek je vizualni znak modne marke. Ovdje je riječ o poizvanjštenju bez nekog dubinskog značenja. Spektakl slike tijela obuhvaća cijeli svijet, bez razlike. U njemu se sve, pa i duhovnost pojavljuje tek kao logo ili brend. Čak više nije riječ o slici koja bi izazivala pogled ili divljenje već o nekoj vrsti „minimalne slike“: „*Look* više nije moda. To je nadiđeni oblik mode. On se ne poziva na neku logiku razlikovanja, više nije na djelu igra razlika, tu se *igra na razliku ne vjerujući u nju*. Na djelu je ravnodušnost. Biti 'ja' prolazna je izvedba bez sutrašnjice, razočarani manirizam u svijetu bez manira...“ (Baudrillard, 2001: 179).

Prethodni primjer pokazuje kako moda nije neutralna te stoga ne može biti neutralno definirana kao opća tehnika akulturacije koja kao takva postoji u svim kulturama i dijelovima svijeta od prapovijesti do danas (usp. Craik). Drugi primjer koji se odnosi na sustav svakodnevne mode ukazuje na probleme funkcionalističke teorije mode. - Ako se odijevanje i ukrašavanje tijela u svakodnevnicima - kao odraz funkcionalnih i praktičnih potreba - pokaže kao dominantna i definirajuća karakteristika mode nasuprot „europocentričnom“ pojmu mode, tada se i ne htjeli teorijski usuglašavati sa suptilnim strategijama homogenizacije unatoč namjerama očuvanja partikularnih kulturnih identiteta. – Taj drugi primjer odnosi se na Reebokovu (politički korektnu) reklamnu strategiju širenja tržišta u nezapadnjačke dijelove svijeta – i u ovome slučaju, na Istok. Za razliku od prvoga slučaja u kojemu su ideje Istoka i Zapada provokativno sukobljene na poluprikriivenom tijelu Claudije Schiffer koje kao takvo u potpunosti iskače od odjevnog kodeksa islamskih zemalja kao i pravila političke korektnosti ali pritom ipak ukazuje na cenzuru, Reebokove su tenisice prikazane na tijelu žene u potpunosti prekrivene velom. Taj kompromis nije bilo teško postići s obzirom da je sportska odjeća kao i svakodnevna moda primarno određena funkcionalnim potrebama. Na ovom se primjeru funkcionalističke teorije mode pokazuju kompatibilnima s idejom homogenizacije različitih kultura u svrhu nesmetanog kruženja globalnog kapitala. Istok i Zapad ne povezuju se na osnovu poštivanja specifičnih razlika, već na osnovu brisanja njihovih specifičnosti – što dokazuje uspjeh „kompromisnih“ reklamnih strategija poput Reebokove. Na ovim

primjerima možemo vidjeti kako se u globalno doba radikalne raskorijenjenosti identiteta, diskurs o identitetu kao kulturalnoj konstrukciji na kraju pojavljuje kao diskurzivno opravdanje homogenizacije identiteta (Paić, 2005, 2007).

### **2.1.2.1. Zaključna razmatranja**

Moda postaje relevantno polje analize u okviru kulturalnih studija u doba postmoderne promjene paradigme kada kultura postaje svrhom identiteta, odnosno specifičnom formom (anti)mode. Antiesencijalistički pojam kulture kao specifične forme života kako ju je definirao Raymond Williams, u suprotnosti s esencijalističkom elitnom/visokom kulturom, čini polazišnu pretpostavku teoretičara kulturnih razlika kao sredstva/svrhe novog identiteta. Interpretiranje jaza između upisanih (baza- visoka kultura/moda) i interpretiranih (nadgradnja- masovna/ulična moda/popularna kultura) značenja postaje temeljnim epistemološkim problemom kulturalne teorije mode pri čemu se analizom popularne kulture kao polja borbe nastoji opovrgnuti determinizam baze (*trickle down theory*).

Na primjeru kulturalne analize mode kakvu je poduzela autorica Jennifer Craik može se detektirati način kojim se teorijske pretpostavke kulturalnih studija poopćavaju njihovim interdisciplinarnim implementiranjem u okviru postkolonijalne kritike i antropologije mode pri čemu se razlike mode i odijevanja, modernosti i tradicije nastoje dekonstruirati kao proizvod europocentričnog diskursa o modi. - S obzirom na to da podređene i marginalizirane (sub)kulture preuzimaju povlašteno mjesto analize u okviru kulturalnih studija, u okviru postkolonijalne kritike i antropologije mode determinizam drugosti diskurzivno se poopćava u liku nezapadnjačkih kultura. Polazeći od hipoteze kako je sustav svakodnevne mode u poslijeratnom periodu preuzeo determinirajuću ulogu u procesu difuzije mode, Jennifer Craik želi redefinirati pojam mode kao opću tehniku akulturacije pri čemu pojmovi mode i odijevanja podjednako obilježavaju kulturalnu konstrukciju utjelovljenog identiteta. Iz tog konteksta moda je promatrana kao modifikacija odijevanja - odjevno ponašanje usklađuje se s parametrima određenih habitusa a najčešće je determinirano pragmatičnim kriterijima i situacijama.

Temeljni problem analize mode u kontekstu kulturalnih studija pokazuje se kao problem antropološkog razumijevanja kulture kao forme identiteta u doba postpovijesti kada kultura postaje informacijsko-komunikacijskom tehnologijom. Tim „kibernetičkim“ pojmom kulture nadidene su opozicije između „antropološkog“ pojma kulture i visoke/elitne kulture. U doba medijske vizualizacije kulture kao slike, pojmovi borbe, pobune i antimode gube svoje primarno značenje postajući sastavnim dijelom logike slike<sup>14</sup> oslobođene svih referencija na realno. Slika utjelovljena u mediju više ništa ne prikazuje. Problem je u tome što nove „kulture razlike“ u svojoj nesvodivosti, beztemeljnosti i relativnosti u postpovijesno doba postaju tek novim neutralnim sredstvom globalizacije. Kada lokalno postaje g-lokalno, tada se razlike više ne mogu sagledavati kao rezultat specifičnih lokaliziranih učinaka. Paić (2007) smatra kako vizualna konstrukcija kulture kao slike zahtjeva da se na teorijski pristup modi primijeni preokret paradigme (*vizualni obrat*).

Vizualizacijom svijeta kao slike u novim medijima razara se antropomorfno iskustvo vremena i prostora (*kraj povijesti*). Nove tehnologije nadilaze granice odnosa između čovjeka, prirode i tehnologije. U tehničko-komunikacijskom sklopu i priroda i kultura postaju nerazlikovni resurs biopolitičke produkcije moći pri čemu „kulture razlike“ bivaju nadomještene tehno-imaginarnim svijetom modela kao svijetom kreativnog prožimanja života i tehnologije. Moć razlika u suvremenoj modi pripada tek tijelu oslobođenom bilo kakvih društvenih i/ili kulturalnih znakova pripadnosti (Paić, 2007).

Za Baudrillarda postmoderno stanje karakterizira sveopća transparentnost, ekstaza i opscenost kao dio strategije objekata koji fasciniraju, izazivaju, zavode te na kraju nadvladavaju subjekt. Nasuprot rasprostranjenijoj paradigmi koja postmodernu modu sagledava kroz ulične stilove odijevanja, Baudrillard modi pristupa kao estetsko-medijskome sklopu. Realno postojanje mode tek je omogućeno simulakrumom medijskog događaja koji je s onu stranu realnosti modernog kapitalističkog poretka i same modne industrije (Baudrillard, 2001, 2002).

---

<sup>14</sup> „U dijalektičkom odnosu između stvarnoga i slike (za koji mi želimo vjerovati da je dijalektičan, naime čitljiv u smislu stvarnoga u odnosu na sliku i obratno), već je odavno za nas prevladala slika i nametnula svoju logiku, imanentnu, prolaznu, bez dubine, nemoralnu logiku, s one strane istinitog i lažnog, s one strane dobra i zla, logiku istrebljenja vlastitog referenta, logiku praska smisla u kojoj poruka nestaje na obzoru medija“ (Baudrillard, 2001: 156).

## 2.2 Jean Baudrillard i medijska konstrukcija događaja

### 2.2.1. Ekonomija znaka: škola Bauhaus i „funkcionalna estetika“

Dok je u ranijim studijama („Sustav objekata“, 1968; „Potrošačko društvo“, 1970) Baudrillard analizirao sistematizaciju objekata na razini robe i potreba, već se u eseju naslovljenom „Dizajn i okolina ili eskalacija političke ekonomije“<sup>15</sup> njegova analiza širi na razinu dizajna i arhitekture. Baudrillard ovdje uviđa kako se kibernetička sistematizacija i kontrola povezana s društvenom kontrolom, homogenizacijom i dizajnom odvija na višoj razini apstrakcije u odnosu na upravljanje i kontrolu koja se odvijala putem potrošnje. Sada je funkcionalna estetika uklopljena u samu organizaciju društva. Anticipaciju takvog modela Baudrillard prepoznaje u njemačkom Bauhaus pokretu koji sintezom forme i funkcije, ljepote i korisnosti, umjetnosti i tehnologije – razvija cjelokupan sistem objekata u kojemu objekt zadobiva značenje u odnosu na specifičan kontekst odnosno mjesto i ulogu u sustavu upravljanome kodom. Ovdje Baudrillard najavljuje teoriju simulacije te ukazuje na važnost prijelaza iz metalurgijskog u semijurgijsko društvo. Kao utjelovljenja i funkcionalni dijelovi sistema znakova, objekti funkcioniraju nezavisno od njihova robnog oblika. Stoga Bauhaus pokret predstavlja institucionalizaciju univerzalne semantizacije okoliša u kojemu je sve podređeno funkciji i označavanju. Sintezom umjetnosti i dizajna, Bauhaus ukazuje na „totalnu funkcionalnost“ i „totalnu semijurgiju“. Krećući se prema kritici političke ekonomije znaka Baudrillard anticipira „univerzalnu semiotiku tehnološkog iskustva“ koja obuhvaća totalnost iskustva u suvremenom „društvu“. Cjelokupan okoliš postaje označitelj,- objektiviziran kao element označavanja. (Kellner, 1989: 76)

Pojam semijurgije pretpostavlja semiološku organizaciju svijeta u kojemu sustav znakova stvari i objekata preuzima vodeću ulogu u konstrukciji stvarnosti. Ovdje medij postaje modelom medijskog prikazivanja stvarnosti a ne model stvarnosti. „Stvarnost“ se događa na semijurgijski način – o njoj odlučuje posredovani medijski događaj označavanja. Prijelaz iz moderne u postmodernu u Baudrillardovoj će teoriji biti

---

<sup>15</sup> „Design and Environment or How Political Economy Escalates into Cyberblitz“, vidi: Kellner, 1989: 76



obilježen upravo tim radikalnim obratom iz metalurgijske u semijurgijsku fazu neprekidne proliferacije i širenja znakova te totalne estetizacije svijeta. Znakovni poredak estetiziranih objekata potrošnje nadomješta proizvodnju robe. Namjesto proizvodnje radi proizvodnje ranoga kapitalizma, postmoderna je obilježena potrošnjom radi potrošnje. Objekti kao znakovi organizirani u sustav označavanja tvore novi društveni poredak koji se kreće s onu stranu proizvodnog modela kapitalizma.

U studiji „Kritika političke ekonomije znaka“ (1972) Baudrillard sintetizira utjecaje marksizma i strukturalne lingvistike ukazujući na iščeznuće referenta odnosno označenoga u korist označitelja i njegove igre složenim sustavom ulančavanja. Time nadopunjuje i ažurira marksističku kritiku političke ekonomije u smjeru analitke medija i komunikacije. Kritika političke ekonomije znaka usmjerena je prema analizi reprodukcije i cirkulacije informatičkog i virtualnog znaka (koda) za razliku od kritike političke ekonomije koja se bavila analizom reprodukcije i cirkulacije robe (Baudrillard, 2001). Informatički znak (kod) osnovno je oblikotvorno načelo postmoderne društveno-povijesne situacije a danas se smatra glavnim svojstvom „nove ekonomije“. Rade Kalanj<sup>16</sup> ističe kako se Baudrillardovi spoznajni interesi kreću u istom smjeru kao i oni M. Castellsa u djelu „Informacijsko doba“ (1996).

Iako se već u ovoj studiji Baudrillard udaljava od marksističke kritike krećući se prema društveno orijentiranoj semiologiji, ona se još uvijek može pozicionirati unutar neomarksističkog okvira. Tek će se iduće godine u djelu „Ogledalo proizvodnje“ (1973) Baudrillard udaljiti od Marxa (Kellner, 1989).

---

<sup>16</sup> Kalanj, R.: Postmodernistički videokrug Jeana Baudrillarda, predgovor, - Baudrillard, J.: Simulacija i zbilja, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001., str XXV.

### 2.2.2. Poredak simulakruma

U djelu „Simbolička razmjena i smrt“ (1976) Baudrillard formulira ideju o prevlasti simulakra nad realitetom, napušta Marxovu dijalektičku retoriku te razvija izvornu koncepciju kritičke analize modernoga društva u kojemu vladaju znanost i tehnologija. Povezivanjem političke ekonomije, medija i kibernetike oblikuje se novi društveni poredak koji je s onu stranu kapitalizma i političke ekonomije. Pod utjecajem „arheologije znanja“ Michel Foucaulta, Baudrillard ovdje ispisuje povijesnu skicu tri vrste simulakra koji kulminiraju u društvo simulacija.

Uspostavljena genealogija zakona vrijednosti kulminira postmodernim poretkom simulakruma unutar kojeg politička ekonomija i bilo kakav referent na „stvarno“ pripadaju tek simulakru drugog stupnja. U postmodernom poretku simulakruma kapital više ne pripada redu političke ekonomije već se njome koristi kao obrascem simulacije. Radna snaga više se ne prodaje niti kupuje, već dizajnira.

Mehanizam novog, „strukturalnog zakona vrijednosti“ (organizacija koda) apsorbirao je mehanizam „tržišnog zakona vrijednosti“ (oblik znaka) koji funkcionira na osnovu koda na trećem stupnju simulakra. Politička ekonomija na tome stupnju svoju učinkovitost zadržava tek kao referencija simulacije. Oblik novog, *strukturalnog zakona vrijednosti* više nema *oblik znaka*, već ga opisuje *organizacija koda* koja utječe na značenje. I sam je sustav političke ekonomije i tržišnog zakona vrijednosti nastao tako što je mehanizam „prirodnog“ zakona vrijednosti protumačio kao imaginarnu referencu. To, dakle, ne znači da „klasična“ ekonomija znaka i politička ekonomija prestaju postojati: „one vode neku drugu opstojnost, postaju nekom vrstom fantomskog načela obrane“ (Baudrillard, 2001: 59).

Rad, proizvodnja i proizvodne snage sada ulaze u polje „kodirane razmjene znakova u sklopu općeg dizajna života“ (Baudrillard, 2001: 68). Politička ekonomija na trećem stupnju simulakra u potpunosti je realizirana, a s njome i moda kao izraz modernosti. Kapital se na ovom stupnju „transpolitizira“, osamostaljuje u plutajućem i proizvoljnom obliku te na taj način cijeli svijet podređuje svojoj slici (Baudrillard, 2001: 169).

Faza trećeg stupnja simulakra krajnji je rezultat povijesnog procesa simulacije u kojem simulacijski modeli konstruiraju svijet i „proždiru“ reprezentaciju. Poredci simulakruma oblikuju raznovrsne faze ili poretke pojavljivanja u odnosu između simulakruma i „stvarnog“ dok se pojam simulakruma odnosi na reprodukciju objekata i događaja.

Poredci simulakruma prije svega označavaju razmjere znanstveno-tehnički proizvedena života u kojemu zbiljnost društva proizlazi iz tehnološki proizvedene stvarnosti. Poredak simulakruma prethodi svakoj „mogućoj zbilji“ (Paić, 2007a: 57-71).

### **2.2.2.1. Tri poretka simulakruma**

Za razliku od fiksne, feudalno-srednjovjekovne hijerarhije znakova i društvenih položaja, (rana) modernost predstavlja ulazak u demokratiziran svijet znakova koji valorizira umjetne znakove nad prirodnima. Dok je u feudalno doba vladao poredak „okrutne“ hijerarhije - znakovi su bili fiksirani, ograničeni, savršeno jasni i transparentni, jednom riječju – obvezni, te gibanje klasa zanemarivo; s renesansom otpočinje vladavina oslobođenog, emancipiranog, modernog znaka – *krivotvorina* i moda. Tako (predmoderna) moda za Baudrillarda nastaje s renesansom i oslobađanjem fiksnih znakova. Dok se u feudalno doba društveni status jasno mogao iščitati iz odjeće, izgleda itd.; u modernom poretku paradigmatički način reprezentacije postaje *krivotvorina*. Jezik se s renesansom počinje mijenjati pod utjecajem apstraktnog koda te nastupa *era znakova*. Otuda se razvija poredak simulakruma. Destabilizacija znakova i kodova počela je u renesansi (Baudrillard, 2001: 69-76).

Unutar prvog poretka simulakruma (od renesanse do početka industrijske revolucije) označavanje se odvija tako da znakovi preslikavaju realne stvari, odnosno realnost se konstruira putem *reprezentacije*. Za razliku od feudalnog, ograničenog poretka znakova u kojemu je zabrana onemogućavala „slobodnu“ proizvodnju (znaka) te sudjelovanje u natjecateljskoj demokraciji, s renesansom dolazi do umnažanja znakova. Iako oslobođen i univerzalno raspoloživ, moderni znak simulira povezanost sa svijetom te teži imitiranju prirode. Taj je odnos između „prirodnog“ i znaka samo je

simulakr „simboličke obveze“. Vrijednost modernog znaka određena je simulakrumom prirode i do danas ne jenjava: „Problematika 'prirodnoga', metafizika stvarnosti i izvanjskosti postat će vlasništvo svekolikog građanstva od renesanse naovamo, zrcalo građanskog znaka, zrcalo klasičnoga znaka“ (Baudrillard, 2001: 70). Simulakr zavodi upravo tako što prikriva odsustvo vlastite referencijalnosti što je jedna od ključnih teza Baudrillardove teorije.

U renesansi se istodobno rađaju i prirodno i lažno. Teatralnost i kazališna forma od tada će postati obilježje cjelokupnog društvenog života i arhitekture. Buržoazija sanja o stvaranju svijeta prema vlastitoj slici, umjetnost teži oponašati život, a demokracija utemeljuje svoju ideologiju u „prirodnom pravu“. Ta se demijurška ambicija za nadomještanjem prirodnoga umjetnim ogleda u novom sintetičkom materijalu – gipsu, pomoću kojega štukature palača, crkava, kazališta itd. mogu poprimiti sve oblike i oponašati sve materijale: „Štukatura predstavlja pobjedu demokracije nad svim umjetnim znakovima, apoteozu teatra i mode koja prevodi mogućnost nove klase da sve učini, jednom kad je uspjela slomiti isključivost znaka“ (Baudrillard, 2001: 71). Iako u ovoj fazi simulakrura još uvijek nije prisutna produktivistička racionalizacija kapitala, krivotvorina već svjedoči „o istom projektu univerzalnog nadzora i hegemonije, o društvenom obrascu u kojem je u osnovi već na djelu unatarnja povezanost sustava“ (Baudrillard, 2001: 72). Iako krivotvorina još uvijek ne utječe na odnose i strukture nego tek na supstancu i na formu, ona već smjera nadzoru nad pacificiranim društvom te svjedoči projektu političke i kulturalne hegemonije.

Drugi poredak simulakrura pojavio se s industrijskom revolucijom kada mašinizirana proizvodnja ispostavlja serije objekata, odnosno novu generaciju znakova i predmeta. Drugi poredak simulakrura odgovara pojavi moderne masovne mode. Unutar ovog poretka realnost se više ne konstruira putem reprezentacije već putem *reprodukcije*. Razliku između simulakrura prvog i drugog reda Baudrillard ilustrira opisom razlike između automata i robota. Dok je tehnika automata podvrgnuta *analogiji* i učinku simulakra, robotom je u potpunosti ovladalo načelo tehnike. Analogne odnose u drugom poretku simulakrura nadomješta *jednadžba*, istovrsnost i ravnodušnost. Za razliku od automata koji ostaje analogan čovjeku, stroj/robot predstavlja ekvivalent čovjeka. Dok automat utjelovljuje metafiziku čovjeka kao „protagonista *prirodnog*

*teatra stvaranja*“ te održava razliku između simulakra i stvarnog, jedina istina robota je mehanička djelotvornost. Robot se čak više ne uspoređuje s čovjekom već predstavlja njegovog istoznačnika u jedinstvu radnog procesa. Simulakrum drugog reda suprostavlja se načelu kazališne iluzije prisutnom u prvome poretku simulakruma. On upija privid, ukida sličnosti i razlikovanja, ukida stvarnost. Prirodni zakon vrijednosti nadomješten je ekvivalentnom razmjenom, odnosno tržišnim zakonom vrijednosti. Proizvodi reprodukcije smisao dobivaju jedino iz *serije*, - vrijede samo ukoliko se mogu umnožiti u beskonačno mnogo jednakih proizvoda. I ljudi postaju simulakri jedni drugih poput samih serijskih predmeta koje „proizvode“ (Baudrillard, 2001: 69-79).

Reprodukcija upija izvornost bića uvodeći ga u niz, odnosno seriju istovrsnih bića. Baudrillard se referira na studiju „Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije“ te naglašava kako je Benjamin prvi uočio (prije McLuhana) kako se tehnika može shvatiti kao medij, forma i princip posve nove „generacije“ smisla; a ne samo kao „proizvodna snaga“. Reprodukcija bitno mijenja logiku proizvodnje – ona obuhvaća proces proizvodnje mijenjajući mu svrhe te također bitno mijenja status proizvoda kao i samog proizvođača. Reprodukcija nadomješta produkciju i uspostavlja se kao organizacijsko načelo društva. Društvena svrha proizvodnje gubi se u serijalnosti. Obzirom da je sva proizvodnja „medijska“, ono što kupujemo više ne može biti shvaćeno kao roba, već znak. U polje reprodukcije nije uključena samo roba, već i mišljenja, stavovi itd.:

„...- bitna je činjenica da se 'to' reproducira – jednako je i za javno mnijenje ključno da se ono neprestano podvostručuje u vlastitoj slici: u tome je tajna masovnog predstavljanja. Više nitko ne treba *proizvoditi* mnijenje, mi svi trebamo *reproducirati* javno mnijenje, u smislu da se sva mnijenja ukinu u tom općem ekvivalentu, i iz njega ponovno djeluju (reproducirajući ga, što god on bio, na razini pojedinačnog izbora). Za mnijenja kao i za materijalna dobra, proizvodnja je mrtva, živjela reprodukcija!“ (Baudrillard, 2001: 91).

Baudrillard ističe kako su analize McLuhana i Benjamina obilježile odlučni napredak spram analiza Veblena i Gobliota koji su u vrijeme kada se više nije moglo govoriti o uporabnoj vrijednosti znaka ili radne snage znaku još uvijek pristupali iz logike klasne distinkcije. Za razliku od Veblena i Gobliota, analize Benjamina i

McLuhana kreću se po „međugranicama reprodukcije i simulacije. Do stupnja gdje nestaje referencijalnog razloga, a proizvodnja je zahvaćena vrtoglavicom“ (Baudrillard, 2001: 78). Reprodukcijska kao načelo proizvodnje modernog kapitalizma dokazuje linearno-cikličku strukturu (kraja) povijesti. Kada se sa simulacijom kao načelom potrošnje radi potrošnje postindustrijskog kapitalizma linearni pravac proizvodnje, tehničkog napretka i povijesti zatvori u ciklus (virtualne) proizvodnje-potrošnje, tada cikličko vrijeme mode odnosi pobjedu nad poviješću.

Postmoderna moda odgovara trećem poretku simulakrura koji postaje jedini univerzalni primjenjiv sustav znakova. U ovome poretku simulakrura novac kao opći opipljivi ekvivalent političke ekonomije i kvantitativne razmjene vrijednosti nadomješten je modelima – medijima mode koji upravljaju razmjenom razlika:

„... pod znakom robe svaki rad može [se] zamijeniti drugim i izgubiti svoju jedinstvenost – pod znakom mode kapital i rad sami postaju znakovima i međusobno razmjenjuju svoje znakove. Pod znakom robe kupuje se i prodaje kultura – pod znakom mode cijele kulture počinju djelovati kao naizmjenične utvare u posvemašnjem promiskuitetu. Pod znakom robe, ljubav postaje prostitucijom – pod znakom mode iščezava i puki interesni odnos, koji se pretvara u 'cool' spolnost bez prisila. Pod znakom robe, vrijeme se gomila poput novca – pod znakom mode, vrijeme je razbijeno i podijeljeno na međusobno isprepletene cikluse“ (Baudrillard, 2002: 192).

Trećim poretkom simulakrura, poretkom *modela*, upravlja *logika binarnih opozicija* ili *metafizika koda*. Metafizika koda je metafizika indeterminizma, razina na kojoj znakovi koda više ništa ne znače s obzirom da su strukturirani u binarni dispozitiv – *feed-back*, pitanje/odgovor, 0/1 - unutar kojeg su sličnosti i različitosti unaprijed kodirane. Moda unutar trećeg poretka simulakrura postaje zbiljskom logikom društva, odnosno *model* semijurgijskog načina događanja stvarnosti. Strukturalni zakon vrijednosti obuhvaća onaj tržišni, modulacija obuhvaća serijsku reproduktivnost, a kvantitativne vrijednosti nadomještene su igrom razlika (Baudrillard, 2001).

Kao što je serijska *proizvodnja* obuhvatila poredak *krivotvorine* pri čemu svjedočimo determinizmu tehničke inovacije nad samim pojmom umjetnosti kao uzvišene humane djelatnosti (*ready made*); jednako tako *modulacija* obuhvaća poredak proizvodnje pri čemu svjedočimo determinizmu (operacionalne) simulacije,- logike

posredovanog medijskog događaja označavanja, nad samim pojmom proizvodnje djela/robe.

#### **2.2.2.2. Moda kao znak zbilje Integralne Stvarnosti**

Modeli kao medijski uobličeni simulakri oslobođeni referencije na bilo kakvu „stvarnost“ ulaze u *viralni proces nerazlikovanja*: „glavni događaj svih naših novijih događanja“ (Baudrillard, 2001: 167). To je proces kojim ekonomija, estetika, seks, politika itd. gube svoju bit, referenciju, vrijednost, izvor i kraj, te su slobodni ulančavati se neovisno o njihovu sadržaju. Bez referenta u „stvarnosti“ sve postaje pukim znakom bez vrijednosti. Baudrillard stoga govori o „uronjenosti“ ekonomije kao transekonomije, politike kao transpolitike, seksualnosti kao transseksualnosti, estetike kao transestetike unutar Integralne Stvarnosti (Baudrillard, 2001, 2006).

Medijskim ukidanjem prostorno-vremenskog odmaka, prenošenjem događaja u *realnome vremenu* „uranjamo“ u Integralnu Stvarnost koja briše granice između pozornice i gledišta, subjekta i objekta, između stvarnog i njegovog dvojnika. Integralnu Stvarnost čini hiperprostor bez dimenzija upravo stoga što simulakr gubi bilo kakav referent na stvarno. Stoga Integralnu Stvarnost čini zbilja koja nema svoje porijeklo niti stvarnost. Ona se temelji na deregulaciji načela stvarnosti, a ne stvarnosti same pa Baudrillard naglašava kako stvarnost ne nestaje fizički već metafizički. Integralna Stvarnost dokinula je realnost (i iluziju) tehničkim ostvarenjem i izvedbom stvarnog. Znak se unutar Integralne Stvarnosti pojavljuje po principu potpune nužnosti ili apsolutne slučajnosti. Tako funkcionira digitalni kod Integralne Stvarnosti kojim je arbitrarnost znaka zamijenjena autoregulacijom (Baudrillard, 2006).

Digitalna mreža novih medija omogućuje nam *teleprisutnost*, odnosno prisutnost na daljinu ostvarenu *trenutnim* prijenosom informacija. Trenutačnost Virtualnog remeti vremenski odmak pa stoga ne možemo govoriti o stvarnoj prisutnosti Virtualnog trenutka, već je ovdje riječ o apsolutnoj stvarnosti vremena. *Realno vrijeme* je vrijeme komunikacije, informacije, i neprestane interakcije. U realnom je vremenu sve odmah ostvareno što onemogućuje pojavu bilo kakvog događaja. Ono dematerijalizira

dimenziju prošlosti i budućnosti čime se stvarni događaj raspršuje uranjanjem u Integralnu Stvarnost. Informacije omogućuju nadzor nad događajima koje mediji potom proizvode kao znak na univerzalnom tržištu ideologije. Na taj je način izgubljena osobitost događaja čija je posebnost bila upravo u nemogućnosti uprizorenja. Događaj popraćen informacijom nije stvarni događaj, već njegov znak, odnosno ne-događaj. Proizvodnjom i širenjem u realnome vremenu događaji se gube u praznini informacije pa se u virtualnom svijetu događaji zapravo ne zbivaju. Medijsko širenje događaja u realnome vremenu čini ih neodjeljivim, banalnim i istovjetnim (Baudrillard, 2006).

Simulacijom vremenitosti koja više ne odgovara linearnome poimanju vremena moda se znanstveno-tehnologijski proizvodi/reproducira kao znak zbilje te vizualno konstruira novu medijsku stvarnost. Brzo iščeznuće događaja iz svijesti promatrača uslijed ciklusa transmutacije i kombinacije znakova unutar Integralne Stvarnosti, „logiku“ mode čini istinskim znakom zbilje Integralne stvarnosti postmoderne. Sve - politika, umjetnost, zabava, ideje, teorije itd. – prolazi kroz cikluse popularnosti i neprestane izmjene modela.

Moda apstrahira ljudske odnose vizualnom konstrukcijom života kao političke ekonomije. Prožet binarnim označiteljskim sustavom život postaje umjetnim događajem koji se odvija „na način referenduma“: „Mi živimo na način *referenduma*, upravo zato što više nema *referencijalnog*“ (Baudrillard, 2001: 86).

S obzirom na to da simulacija određuje zbilju društva, njome se ponajprije označava gubitak mogućnosti predmetnosti, a ne samo gubitak predmetnosti predmeta i zbiljnosti zbilje. Kada granice između simulacije i zbilje implodiraju, možemo govoriti o materijalizaciji ideje o logičko-matematičkome nabačaju svijeta kao „umjetničkog djela“ (Paić, 2007a: 57-71).



### 2.2.3. Estetizacija svijeta i fetišizam znaka: Marcel Duchamp i Andy Warhol

S postmodernom ulazimo u „razdoblje biokibernetičke reprodukcije“ (iznimno brzi računari, video, digitalne slike, virtualna realnost, Internet i industrijalizacija genetskog inženjeringa) kako je to formulirao W. J. T. Mitchell konceptualno se oslanjajući na studiju Waltera Benjamina „Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije“. Logiku napretka i neprestane promjene kao determinirajuće obilježje modernog kapitalizma nadomješta „logika“ spektakla slike. Ovdje više nije riječ o „komodifikaciji“ umjetnosti. I sam pojam stvari kao nečega ne-živog, fiksnog i čvrstog postaje stvar prošlosti. Referirajući se na Baudrillardov koncept simulakruma u vezi problematike kopije i originala, Mitchell pokazuje kako objekt mimeze sada postaje sama nepristupačnost reprezentaciji, a prava tema postaje ideja o radu i kritička rasprava koja ga prati. Pojmom biokibernetika Mitchell je pretpostavio prožimanje i najudaljenijih oprečnosti – biosa (živog) i kibera (ne-živog). Dizajn pritom prelazi u novi modus eksperimenta i konstrukcije sa živo - ne-živim tvarima. Nadalje, novi mediji, informatika, video itd. „demokratiziraju“ sam pojam stvaralaštva pa je tako Larry Miller, primjerice, u sklopu projekta „Genomska licenca“ (1989) svoj vlastiti DNK dao zaštitu autorskim pravom propitujući na taj način pojam robnih i vlasničkih prava (Mitchell, 2006a).

Za Baudrillarda, Andy Warhol i Marcel Duchamp predstavljaju ključne figure/modele koji svojom „antiumjetnošću“ ukazuju na sam princip kojim je „industrijska mašinerija svijeta“ postala estetizirana. Upravo njihove (anti)umjetničke strategije aludiraju na bitnu tezu o tome kako je bit projekta Zapada „estetizacija svijeta, njegovo kozmopolitsko uprizorenje, prenošenje u slike, njegova semiološka organizacija“, a ne komodifikacija. Reklame, mediji, slike čine semijurgiju osnovnim principom sustava koji djeluje na osnovi viška estetske vrijednosti znaka (treći poredak simulakruma) a ne viška estetske vrijednosti robe (drugi poredak simulakruma) ili viška vrijednosti robe (prvi poredak simulakruma) (Baudrillard, 2001: 173).

Strategija *ready made*-a pokazuje kako sve - i one najbanalnije stvari - putem novih medija mogu biti estetizirane, kulturalizirane i muzealizirane poprimajući time snagu znaka bez referencije na nešto realno. Realnost postaje mjestom semijurgijske

manipulacije, odnosno strukturalne simulacije. Znakovi posjeduju svojevrsan vitalan elan te ulaze u sve neizvjesnije kombinacije i permutacije. Stoga pojava dadaizma i Duchampa za Baudrillarda predstavlja ključni događaj umjetnosti kojim započinje „transestetičko razdoblje banalnosti slika“ (Baudrillard, 2001: 170).

*Ready made* princip ukazuje na problematiku definiranja umjetničkog djela u razdoblju tehničke i biokibernetičke reprodukcije. Definirati umjetničko djelo, odnosno razlikovati ga od uobičajenog predmeta iz svakodnevnog života, u prvom je redu značilo poremetiti vrijednosni obrazac funkcionalističke etike proizvodnje. Po tome načelu i drevne, zastarjele a time i beskorisne stvari automatski poprimaju estetsku auru: „Njihov vremenski premještaj istovjetan je Duchampovoj gesti, one također postaju *ready-made*, nostalgичni tragovi oživljeni u našem muzejskom svijetu“ (Baudrillard, 2006:104).

*Ready made* princip ilustrira način kojim logika diferencijacije znakova objekata postaje formalnom logikom mode. Umjesto klasno-socijalne diferencijacije, diferencijacija između estetskih objekata ili modne odjeće kao *ready mades* tvorevina postaje primarnim načinom razlikovanja. Proizvodnja/reprodukcija umjetnih predmeta (*ready mades*) odgovara načelu proizvodnje/reprodukcije postmoderne mode (Paić, 2007: 130).

Vizualizacija svijeta putem novih medija isključila je mogućnost daljnjeg napretka povijesti i dijalektike modnih stilova. Postmoderna moda opsesivnim ponavljanjem modnih *revivala* svjedoči o zatvorenoj kružnoj strukturi vremena koja dokida linearnost neprestanom vrtnjom istoga. Novo više nije progresivno novo, već neprestana obnova i recikliranje staroga. Ne postoji više radikalno novo – ono nesvodivo, već je riječ o reviziji, rekonstrukciji, reprodukciji, revivalu i retrospektivi onoga izvorno „novog“ u biti avangarde (Paić, 2008).

Pop-art američke neoavangarde 60-ih godina 20. stoljeća predstavlja hiperrealizaciju elemenata povijesne avangarde. U postmoderni elementi modernizma reducirani su na čistu formu te preraspoređeni u sistem autoreferentnosti. Iako oslobođeni od modernističkog sna revolucionarne obnove, sintaksni elementi modernizma se ne mijenjaju. Vokabular modernizma je zadržan. Međutim, njegovi su elementi već apstrahirani i u potpunosti odvojeni od referencije na realno. Warhol,

primjerice, serijom gotovo identičnih fotografija Marilyn Monroe predstavlja nešto poput istine moderne umjetnosti: ona više nije doslovnost svijeta već doslovnost gestualne elaboracije stvaranja. Jezikom teorije medija, - poruka koju prenose mediji jest poruka *konzumacije poruke* (Baudrillard, 2005: 190). - Serijama fotografija, Warhol ukazuje na sam princip kojim se bilo kojoj gesti, pa tako i slikanju, značenje dodjeljuje tek unutar kodiranih serija, kao dijelu unutar homogenog sistema znakova. Tako mi više ne asimiliramo određeni prizor, već virtualnost svih prizora:

„Više, dakle, nije riječ o transcendenciji, već o jačanju znaka koji, budući da je izgubio svako prirodno značenje, zrači, u praznini, svom svojom umjetnom svjetlošću. Warhol je prvi koji nas je uveo u fetišizam. /.../ Ideja se prurušila u umjetnost, umjetnost se prurušila u ideju. To je jedan oblik, naš oblik transeksualnosti, transvestije koji se proširio na čitavo područje umjetnosti i kulture. /.../ ...Warhol [je] doista ništavan, u smislu da on ponovno uvodi ništavilo u srce slike. On ništavnost i beznačajnost pretvara u događaj koji preobražava u kobnu strategiju slike“ (Baudrillard, 2006a: 855; 856; 861).

Neoavangardna umjetnost tek prenosi „istinu“ masovnih medija koja se sastoji u njihovoj funkciji neutralizacije jedinstvenog i događajnog karaktera svijeta u korist složenog univerzuma medija. Mediji sistematično proizvode poruke koje nemaju referenta u stvarnosti već u njima samima. Stvarnost time postaje tek modelom koji sam sebi govori. Model stvarnosti odgovara tautološkom reklamnom diskursu, odnosno diskursu reklamne slike koja „proždire“ jezik čineći ga sastavnim dijelom masovnih medija na nivou modnog *branda* kao potrošačke sveukupnosti. Forma reklamiranja, njena sveprisutnost i neutralizacija svih mogućih značenja odgovara formi postmoderne mode: „[Oglašavanje] je vladavina pseudodogađaja par excellence. Ono od predmeta čini događaj. Ono ga gradi kao takvog na temelju eliminacije njegovih objektivnih karakteristika. Ono ga gradi kao *model*, kao spektakularnu sitnu vijest“ (Baudrillard, 2005: 195).

Dominacija reklamne i modne forme obilježava trijumf površne forme. Površina televizijskog ekrana u Baudrillardovoj je teoriji model za teoriju obrata kao radikalne metafizike pojavljivanja, - potpune realizacije političke ekonomije. Kao realizirana

politička ekonomija, postmoderna moda postaje modelom semijurgijskog načina događanja stvarnosti, - medijske konstrukcije događaja.

Postmodernom modom označava se cjelokupna promjena u poretku označavanja realnosti. Prenošnjem svijeta u slike putem novih medija nastupa semiološka organizacija svijeta. Opća estetizacija i dizajn života od pop-arta karakterizira sve suvremene umjetničke forme. Vertikalno i horizontalno, umjetnost i tržište objedinjeni su u „transestetičkome polju simulacije“ u kojemu više ne vrijede pravila estetike. Oslobođeni svojih determinirajućih suprotnosti, ružno i lijepo umnažaju se u samima sebi pa tako ružno postaje „ružnije od ružnoga“ a lijepo „ljepše od lijepoga“ (Baudrillard, 2001: 175).

U masovnoj kulturi i društvu spektakla neoavangarda poprima formu subkulturalnih i kontrakulturalnih pokreta, a estetiku djela nadomješta estetika događaja. Paić ističe kako se s *prêt-à-porter* modom mijenja i shvaćanje uloge javnog prostora izlaganja mode pri čemu moda ulazi u medijsku proizvodnju svijeta kao događaja. Izlaganje mode obuhvaća interakciju teorije mode, modnih kritičara i analitičara kulturnih trendova, modnog dizajnera te obrazovanih modnih potrošača. Stoga više nije riječ o reprezentaciji mode putem modne revije već izlaganje mode u javnom prostoru ima karakter „performativnog čina događaja društva/kulture spektakla“ (Paić, 2007: 226).

#### **2.2.4. Fraktalnost zbilje**

Vizualna konstrukcija svijeta kao slike u Baudrillardovoj teoriji temelji se i na zasadama kritičkih analiza potrošačkog kapitalizma Guy Deborda. Pojam kulturne industrije kojim je frankfurtska kritička teorija društva analizirala linearni napredak medija, 60-ih godina 20. stoljeća prerasta u pojam spektakla. U knjizi „Društvo spektakla“ Guy Debord spektakl definira kao društveni odnos između pojedinaca, posredovan slikama. Materijalni je svijet u spektaklu zamijenjen selekcijom slika koje stoje umjesto njega i predstavljaju se kao materijalnost. Spektakl tvori *model* života koji vlada u društvu. Stoga film, kao inscenaciju stvarnoga života, možemo smatrati

univerzalnim spektaklom globalnoga doba (Debord, 1999). Pojam spektakla odgovara „slikovnome obratu“ kojega karakterizira dominacija slike i vizualnog komuniciranja u svakodnevnom životu u zapadnim postkapitalističkim društvima. Međutim, za razliku od Deborda koji još uvijek polazi od razlikovanja realnosti koja prethodi spektaklu mode pa kritici mode pristupa kritikom ideologije kao lažne svijesti, Baudrillard kritizira neomarksistički pojam ideologije kritikom bilo kakvog pojma referencije na realno. Poredak simulakruma prethodi realnom događaju stoga što ono realno nastaje tek kao medijski posredovano realno. „Idealizam referenta“ neomarksističke kritike društva nadovezuje se na „idealizam uporabne vrijednosti“ (Baudrillard, 2001: 22). Kao što je već navedeno, u postmodernom poretku simulakruma kapital ne pripada više redu političke ekonomije već se njome koristi kao obrascem simulacije.

Baudrillardova teorija o kraju mode proizlazi iz uvida u tri posljedice vladavine spektakla na njegovu integriranom stupnju razvoja. „Poopćena tajna“ za Deborda je najvažnija djelatnost integriranog spektakla te funkcionira kao nadomjestak misterija. Misterij kao temelj likovnih prikazanja u srednjovjekovnoj umjetnosti nadomještaju teorije urote. Spektakl karakterizira stalna proizvodnja unutarnjih i vanjskih neprijatelja. „Laž bez odgovora“ rezultira nestankom javnog mnijenja a odnosi se na simulaciju i inscenaciju događaja. „Vječna sadašnjost“ odnosi se na konstrukciju sadašnjosti putem novih medija. Ova posljedica vladavine spektakla na integriranom stupnju temeljna je oznaka mode koja postaje jedina stvar u kulturi na koju se mogu primijeniti kategorije prošlosti i budućnosti. Aktualnost mode održava se neprekidnim kružnim protokom informacija (Debord, 1999: 182-184).

Linearno vrijeme kao uvjet mogućnosti izranjanja novih modnih stilova nadomješteno je trenutačnošću virtualnog uprizorenja događaja. Unutar virtualnog prostora spektakla moda se naprosto nema vremena dogoditi u sociološkom smislu integracije i diferencijacije (Simmel)<sup>17</sup>. U virtualnoj stvarnosti, umjetnička i modna

---

<sup>17</sup> Za njemačkog filozofa i sociologa Georg Simmela, (moderna) moda je pokretač društvenih promjena te ogledalo moderne samoreprodukcije društva: „mode gornjeg sloja društva nikada nisu identične onima donjeg, doista, ovi prvi ih napuštaju čim su ovi drugi spremni primiti ih... Moda... je produkt klasne distinkcije...“; „Onog trenutka kada se primjer univerzalno usvoji, odnosno, onog trenutka kada nešto što je izvorno činila samo nekolicina, otpočinu prakticirati svi – kao što je slučaj sa određenim dijelovima naše odjeće i raznim oblicima društvenog vladanja – tada više ne govorimo o modi. Dok se širi, moda polako ide k svojoj propasti... Moda uključuje posebnu privlačnost ograničenja, privlačnost istovremenog početka i kraja...“ - citati (Simmel, 1981: 7, 9) preuzeti iz: Grunow, 2000: 126, 129

reprezentacija djela nadomještene su vizualizacijom svijeta kao slike događaja (Paić, 2007). Klasično umjetničko djelo ili fiksni objekt nadomješta film koji slijedom pokretnih slika onemogućuje kontemplaciju. Kao paradigmatička forma spektakla film je univerzalna forma suvremene umjetnosti i mode. U razdoblju biokibernetičke reprodukcije cjelokupna je stvarnost konstruirana i generirana montažom beskonačno prilagodljivih digitalnih slika koje „postaju žive i nešto žele“ (Mitchell, 2006a).

Granice između simulacije, odnosno slike zbilje i same zbilje implodiraju. Baudrillardova je medijska teorija kraja povijesti iz koje proizlazi i teza o kraju mode radikalizacija McLuhanove teorije o imploziji informacija unutar novih medija. Povijest implodira u aktualnosti. Ubrzano prenošenje velikih količina informacija putem novih medija rezultira implozijom informacija, - njihovim iščeznućem iz svijesti promatrača. Informacija ne omogućuje komunikaciju niti proizvodi smisao. Smisao i komunikacija iscrpljuju se u „insceniranju komunikacije“ i „inscenaciji smisla“ (Baudrillard, 2001a: 115). Informacija rastače smisao ali i samo društveno što vodi ka potpunoj entropiji a ne povećanju inovativnosti.

Baudrillard smatra kako mediji ne socijaliziraju mase nego upravo suprotno, putem novih medija društveno implodira u masama. Medij implodira u stvarnom i stvarno u mediju. Stoga McLuhanova postavka „medij je poruka“ (sadržaj medija iscrpljuje se u samoj formi medija) za Baudrillarda ne znači samo kraj poruke nego i kraj medija:

„Ne postoje više mediji u doslovnom značenju pojma (prije svega govorim o elektroničkim masovnim medijima) – to jest posrednička razina od jedne stvarnosti do druge, od jednog stanja stvarnog do drugog. Ni u sadržajima, ni u formi. To je točno značenje implozije. Upijanje polova jedan u drugoga, prekid svakog razlikovnog sustava smisla između polova, sravnjivanje različitih pojmova i opreka, među kojima i medija i stvarnog – dakle nemogućnost svakog posredovanja, svakog dijalektičkog uplitanja između jednog i drugog ili od jednog do drugog. Kružnost svih medijskih efekata. /.../ Uzalud je snivati o revoluciji putem sadržaja, uzalud je snivati o revoluciji putem forme, budući da su medij i stvarno samo jedna izmaglica čija je istina nepronična“ (Baudrillard, 2001a: 118, 119).

Za razliku od McLuhanove antropološke teorije medija kao čovjekovih produžetaka, Baudrillardova je teza da „čovjek“ internalizira medije te postaje dijelom medijskih sistema: „U odnosu na satelite koje je sam stvorio i postavio na putanju, danas je sam čovjek sateliziran, zajedno sa svojim planetom zemljom, sa svojim tijelom. Od transcendentnog danas je postao egzorbitantan“ (Baudrillard, 2001: 184). Za razliku od McLuhana, Baudrillard tvrdi kako mediji ne pridonose akumulaciji znanja već samo proširuju horizont zabave. Mediji nameću jednu vrstu imperativne poruke: *poruku konzumacije poruke* (Baudrillard, 2005: 190). Medijska je poruka „govor bez odgovora“. Radikalna revolucija kulture rezultat je strukturalnog određenja novih medija.

Događaji se proizvode kao artefakti na osnovu elemenata koda i tehničke manipulacije medija čime postaju poput robe, pogodni za konzumaciju. Poput konstrukcije modnog modela, koji tek postaje model time što se iz osobe apstrahira sama osobnost ne bi li, poput *ready made*-a, postala objektom koji se „postavlja na scenu, isporučuje reinterpetiran, izmišljen i konstruiran“; tako se i iz događaja njegovim prenošenjem putem novih medija apstrahira sve ono što ga je činilo istinskim događajem - nemogućnost uprizorenja, njegova ireverzibilnost. Događaj time postaje modelom, materijalom dovršenih kombiniranih znakova baš poput *ready made*-a (Baudrillard, 2005: 195).

Cjelokupna je stvarnost već unaprijed prerađena putem medija. CNN je kolaž fragmentiranih, filtriranih, nanovo interpretiranih slika pri čemu se svaka od tih slika gubi u virtualnom prostoru informacije te je slobodna ulančati se s drugim slikama. CNN je poput virtualnog muzeja povijesti, spremište slika „povijesti“. Izložene i spremne za konzumaciju, vijesti- *slike slika*, onemogućuju pojavu bilo kakvog događaja time što su uklopljene u neku vrstu vječne sadašnjosti. CNN nudi trenutnu informaciju koja se suprostavlja kontinuitetu povijesti. Takva fraktalizacija zbilje odgovara metodi mozaika koju je McLuhan uveo umjesto forme linearnosti povijesti. Televizijske slike su, za razliku od pisma koje počiva na ideji linearnog niza, „mozaične slike“ te ne slijede uzročno-posljedičnu logiku događaja. Figura mozaika za razliku od analitičke metode omogućuje jedinstvo invencije (znanost) i kreativnosti (umjetnost) u okružju medija. Tako se u doba vizualne kulture medija dokidaju metodičke razlike između umjetnosti i znanosti.

Badrillard razvija dvije hipoteze o kraju povijesti. Ubrzanim optičajem slika putem medija, povijest se udaljava od svoje referencijalnosti. Sva se događajna i kulturalna zbilja fragmentira i dezartikulira, kako bi ušla u krug kolanja informacija. Još je u razdoblju tehničke reprodukcije Ortega y Gasset upozoravao na „zaborav povijesti“ kao posljedicu ubrzanog širenja velikih količina informacija što rezultira homogenizacijom jezika: jezik „prilično dobro služi za proglose i matematičke probe, ali čim dođe do fizike, već je dvosmislen i nedovoljan“ (Ortega y Gasset, 2003: 32). Prvi simptom homogenizacije Ortega prepoznaje u jeziku te navodi povijesni primjer pojednostavljenja gramatičkoga mehanizma nadomještanjem klasičnog latinskog jezika plebejskim. U tom „homogenom imperiju vulgarnosti“ (latinskog jezika) nestaje „plodna raznolikost situacija“, što dovodi do „svođenja egzistencije na osnovu“, „poništenja života“ te „umiranja povijesti“ (Ortega y Gasset: 2003: 47, 48). U razdoblju biokibernetičke reprodukcije jezik je u virtualnom prostoru rastavljen na binarni dispozitiv. Njegov se smisao u *realnome vremenu* više nema vremena dogoditi. Jezik i smisao izmiču uslijed brzine svjetlosti. I događaji se uslijed njihove „planetarne difuzije“ prestaju zbivati, no međutim ne prestaju postojati, već se umnažaju poput fetišističkoga znaka na „tržištu ideologije“. To vodi ka drugoj hipotezi - povijest usporava prema načelima fizičke inertnosti. Tolika masa „povijesti“ koja cirkulira medijima rezultira iluzijom kraja povijesti. S jedne strane povijest nestaje s realnim vremenom – vremenom neprestane interakcije, dok ju s druge strane niječemo u sveopćoj historizaciji i arhiviranju. Tolika masa arhiviranih događaja i povijesti koji slobodno kolaju u virtualnom prostoru informacije i komunikacije nadmoćno vlada nad živućim vremenom povijesti i događajem u njegovoj ireverzibilnosti (Badrillard, 2001: 211-239).

Postmoderna moda svojevrsna je parodija ili simulacija Nietzscheovog vječnog vraćanja: „ona nije pravi ciklus, ona je recikliranje. Ona nije bivanje, ona je samo kodirano ponavljanje“ (Badrillard, 2002: 193). Dok je Nietzsche u muzejima vidio grobnice umjetnosti te kraj povijesti u pojmu i ideji, s postmodernom Badrillard najavljuje konačan kraj povijesti. Povijest se dovršava ubrzanim zastarijevanjem. U muzeju, kao što je to slučaj i s postmodernom modom, svi stilovi mogu virtualno supostojati: „Moda i muzej su suvremenici, suučesnici, i zajedno se suprotstavljaju



svim prethodnim kulturama, koje se sastoje od nejedakovrijednih znakova i nespojivih stilova“ (Baudrillard, 2002: 193).

Iluzija kraja povijesti odgovara iluziji kraja mode. Moda se poput povijesti reciklira, nju se revidira i rehabilitira te je stoga više nema u smislu logike razvitka i napretka kao temeljnih ideja moderne. Međutim, ubrzano zastarijevanje (na kraju) povijesti upravo je rezultat djelovanja mode kao „čarolije“ koda. U virtualnoj stvarnosti ništa ne iščezava, naprotiv- sve se fraktalno raspršuje. Tako je i s vrijednostima. Namjesto iščeznuća vrijednosti one, naprotiv, metastaziraju. Čak se i Ništa nema vremena dogoditi. Ono je unaprijed ostvareno u iluziji pojavnih stvari (Baudrillard, 2001, 2002).

Slika svijeta kao simulakr prethodi stvarnosti utoliko što sama struktura novih medija izokreće logički, uzročni slijed stvarnog i njegove reprodukcije. Upravo u razdoblju tehničke reprodukcije kada se slika pričinja vjerodostojnom, ona je u toj sličnosti sa stvarnim najnemoralnija, tada ona najviše zavodi. Zavođenje slika odnosi se na privid referentnosti, privid odnosa između stvarnoga i slike, privid uzročnosti iz stvarnoga svijeta. Međutim, slika kao simulakr nije kopija niti originalni ispis toga „svijeta“. Kao simulakr, slika je sredstvo nijekanja smisla. Ubraznom smjenom znakova putem novih medija, moda poprima „razmjere čarolije - čarolije i opijenosti što ih izaziva iščeznuće referencijalnog polja“ (Baudrillard, 2002: 191).

Prenošenjem informacije u realnome vremenu, nestaje smisao događaja i povijesti. Naspram „komedije transcendentnosti“ religijskih svijetova, sada je riječ o „komediji imanentnosti, operacionalne moći, komediji jedine misli i automatskog pisanja svijeta“ (Baudrillard, 2001: 251). Naspram metafizike smisla, koja se odigrava u okviru vremenitosti povijesti, mi svjedočimo simulaciji vremenitosti stoga što događaj nastaje kao proizvod informacije, a ne obrnuto. Naspram transcendentnosti idealnog svijeta, Baudrillard govori o prisustvu posve pozitivnog svijeta, ostvarenome savršenstvu,- patafizici, kao znanstveno-tehnički realiziranoj metafizici. Cijela je zemlja u znanstveno-tehničko doba kinematografizirana: „Život je *travelling*, na djelu je kinetički, kinematički, kinematografski prijelaz“ (Baudrillard, 2001: 157).

### 3. ZAKLJUČAK

Temeljni problem pri analizi mode u okviru kulturalnih studija pokazuje se u antropološkom razumijevanju kulture kao forme identiteta u doba (postpovijesti) kada kultura postaje informacijsko-komunikacijskom tehnologijom. Taj je „kulturalni obrat“ predodredio *kraj mode* kao oznake neprestane novosti i promjene. Humana struktura ljudske komunikacije koja je počivala na razdvojenosti prošlosti, sadašnjosti i budućnosti kao linearnog slijeda događaja nadomještena je tehničko-komunikacijskim odnosom iz kojega su izgubljene sve društvene i/ili kulturne reference. Radikalna revolucija kulture rezultat je strukturalnog određenja novih medija. Kultura postaje željom same tehnologije a ne „arena borbe“ kako ju definiraju kulturalni studiji uz pomoć strukturalističke preinake marksizma. Realnost je u sklopu informacijsko-komunikacijskih tehnologija medijski konstruirana kao slika koja se više ne referira na stvarno. Time je izgubljena posrednička razina između medija i realnosti pa je tako i teorija reprezentacije (društvenog i/ili kulturnog identiteta) izgubila na vjerodostojnosti. Za razliku od kulturalnih analiza koje modu još uvijek shvaćaju sredstvom kulturalne konstrukcije identiteta, analize mode koje se temelje na preokretu u paradigmi slike napuštaju pojam identiteta kao sredstva društvene/kulturalne konstrukcije. Ako se tijelo kao slika u poretku simulakruma više ne referira na nešto realno izvan vlastitog sustava označavanja, tada bi znakovi toga tijela trebali upućivati na značenja s onu stranu društvenih i/ili kulturalnih znakova mode.

Ubrzanim optičajem slika putem medija, povijest se udaljava od svoje referencijalnosti. Sva se događajna i kulturalna zbilja fragmentira i dezartikulira kako bi ušla u krug kolanja informacija. Povijest nestaje s *realnim vremenom* – vremenom neprestane interakcije, dok ju s druge strane niječemo u sveopćoj historizaciji i arhiviranju. Tolika masa arhiviranih događaja i povijesti koji slobodno kolaju u virtualnom prostoru informacije i komunikacije nadmoćno vlada nad živućim vremenom povijesti i događajem u njegovoj ireverzibilnosti. Događaji se proizvode kao artefakti na osnovu elemenata koda i tehničke manipulacije medija čime postaju poput robe, pogodni za konzumaciju. Poput konstrukcije modnog modela, koji tek postaje model time što se iz osobe apstrahira sama osobnost ne bi li, poput *ready made*-a, postala objektom koji se postavlja na scenu, isporučuje reinterpetiran, izmišljen i

konstruiran; tako se i iz događaja njegovim prenošenjem putem novih medija apstrahira sve ono što ga je činilo istinskim događajem,- nemogućnost uprizorenja, njegova ireverzibilnost. Događaj time postaje modelom, materijalom dovršenih kombiniranih znakova baš poput *ready made*-a.

Teza o kraju povijesti i kraju mode označava dovršetak jedne ideje njenom ekstatičnom realizacijom. Sve je unaprijed ostvareno u iluziji pojava stvari. Baudrillard stoga apostrofira kako čak nije riječ o kraju već iluziji kraja povijesti (i mode). Povijest se vraća kao retroproces time što je podređena reviziji, rehabilitaciji i masovnoj dekonstrukciji. Masovna dekonstrukcija povijesti u okviru linearno-cikličkoga vremena „kraja“ povijesti doprinosi sustavu time što revidira pojmove koji, već odvojeni od vlastite referencijalnosti, prelaze u hiperprostor simulacije pri čemu gube svaku objektivnu vrijednost.

Baudrillardova postavka o kraju povijesti, medija i mode istodobno je značila i kraj antimode. Moda prisvaja vlastitu negaciju upravo stoga što se modni znakovi više ne razmjenjuju sa zbiljom. Prema tome, Baudrillard zaključuje kako je moda subverzija svakog poretka (moda kao otpor bez ideologije i bez cilja), no međutim subverzija mode nije moguća.

U virtualnoj stvarnosti, umjetnička i modna reprezentacija djela nadomještene su vizualizacijom svijeta kao slike događaja. Granice između simulacije, odnosno slike zbilje i same zbilje implodiraju. Film kao paradigmska forma spektakla, koji slijedom pokretnih slika onemogućuje kontemplaciju, nadomješta klasično umjetničko djelo ili fiksni objekt te postaje univerzalnom formom suvremene umjetnosti i mode. U razdoblju biokibernetičke reprodukcije cjelokupna je stvarnost konstruirana i generirana montažom beskonačno prilagodljivih digitalnih slika koje „postaju žive i nešto žele“ (Mitchell, 2006a).

#### 4. LITERATURA

- [1] Baudrillard, J.: Simulacija i zbilja, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001.
- [2] Baudrillard, J.: Simulakrumi i simulacija, Naklada DAGGK, Zagreb, 2001.a
- [3] Baudrillard, J.: Moda ili čarolija koda, Cvitan-Černelić, M.; Bartlett, D; Vladislavić, A. T.: Moda: povijest, sociologija i teorija mode, Školska knjiga, Zagreb, 2002.
- [4] Baudrillard, J.: Iznad istinitoga i neistinitoga, Europski glasnik, godište X, br. 10., Zagreb, 2005.
- [5] Baudrillard, J.: Inteligencija zla ili pakt lucidnosti, Naklada Ljevak, Zagreb, 2006.
- [6] Baudrillard, J.: Urota umjetnosti, Europski glasnik, godište XI, br. 11., Zagreb, 2006.a
- [7] Craik, J.: The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion, Routledge, London, 1993.
- [8] Debord, G.: Društvo spektakla, Arkzin, Zagreb, 1999.
- [9] Duda, D.: Nadziranje značenja: što je kultura u kulturalnim studijima: <http://fabrikaknjiga.co.rs/rec/64/235.pdf>, od 20.08.2016.
- [10] Đorđević, J.: Postkolonijalna teorija diskursa: <http://test.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2010/05/2-Prof.-dr-Jelena-Đorđević-Postkolonijalna-teorija-diskursa.pdf>, od 20.08.2016.
- [11] Grunow, J.: Sociologija ukusa, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2000.
- [12] Kellner, D.: Jean Baudrillard: From Marxism to postmodernism and Beyond, Standford University Press, Standford, California, 1989.
- [13] Mitchell, W. J. T., Interdisciplinarnost i vizualna kultura, Tvrđa - Časopis za teoriju, kulturu i vizualne umjetnosti, br. ½, HDP, Zagreb, 2006.
- [14] Mitchell, W.J.T.: Umjetničko djelo u razdoblju biokibernetičke reprodukcije, Tvrđa - Časopis za teoriju, kulturu i vizualne umjetnosti, br. ½, HDP, Zagreb, 2006.a

- [15] Ortega y Gasset, J.: Pobuna masa, Golden marketing, Zagreb, 2003.
- [16] Paić, Ž.: Politika identiteta: kultura kao nova ideologija, Antibarbarus, Zagreb, 2005.
- [17] Paić, Ž.: Vrtoglavica u modi: prema vizualnoj semiotici tijela, Altagama, Zagreb, 2007.
- [18] Paić, Ž.: Traume razlika, Meandar, Zagreb, 2007. a
- [19] Paić, Ž.: Vizualne komunikacije - uvod, CVS - Centar za vizualne studije, Zagreb, 2008.
- [20] Peović-Vuković, K.: Je li vladajuća moda moda vladajuće klase? Ili što je marksizam naučio od strukturalizma?:  
[http://bib.irb.hr/datoteka/739382.Peovic\\_Vukovic\\_Vladajuca\\_moda.pdf](http://bib.irb.hr/datoteka/739382.Peovic_Vukovic_Vladajuca_moda.pdf), od 20.08.2016.