

5.predavanje iz Vizuelne umetnosti

Za drugu godinu Vaspitačkog smera i

Drugogodinu Razredne nastave

ČETIRI OSNOVNE PALE-KOMUNIKACIJSKE FORME

Od najranijih oblika osvešćenosti ljudsko biće je razvijalo dva paralelna sveta spoznaje: **Svet življene zbilje i svet uobrazilje**.U tim svetovima međusobno su se prožimali, dopunjavali i značenjski produbljivali činoci saznanja,verovanja i zamišljanja.

Osnovno načelo u prožimanju ta dva sveta jeste da onako kako se vidi zbilja tako se ona i u uobrazilji nadograđuje.Između viženja,verovanja i uobrazilje stvoren je svet različitih odnosa,u kojima uobrazilja nosi prevagu u dodavanju onoga što u zbilji nema i ono što se u zbilji priželjkuje ili se nešto ne želi.Zato je u uobraziljiprevaziđeno postojeće iskustvo o stvarnom i mogućemi zato je u uobrazilji sve više (dimenzionalno i količinski), sve jače,silnije ,ne podleze zakonima ljudskog,i uopšte zivog opstanka i zato je moguće obraćati se onome što se ne nalazi u realnom življenom postojanju kao postojanju višeg reda.U dosadašnjem življenom iskustvu postojanja, delanja,ponašanja i mišljenja,ljudski oblici komuniciranja prošli su kroz tri velike faze.

Prvu fazu komuniciranja čine najraniji odnosi živog sa živim.To znači najvećim delom relacija čoveka prema njemu korisnim životinjama.Vremenski ta faza obuhvata vidove ljudskog komuniciranja od kamenog doba doprvih urbanih aglomeracija, odnosno, grupisanih ljudskih zajednica u većem broju na manjem prostoru.

Drugu fazu čine vidovi komuniciranja na relaciji živo sa neživim. To podrazumeva oblike komuniciranja čoveka sa opredmećenim formama, i ta faza je dugo trajala ,sve do druge polovine XX veka.

Treću fazu čine oblici komuniciranja neživo sa nežinim, kome se dodaju sva do tada postojeća iskustva komuniciranja, pretežno dajući neživim stvarima živa ljudska svojstva, kao što su pokret ,glas ,ponašanje i ljudske karakterne osobine. Ta se svojstva u odnosima neživih stvari, pojava, stanja i događaja, naročito podstiču u vidovima savremene reklame i marketinga.

Kroz sve tri pomenute faze ,naravno da nije prekinuta relacija živog prema živom i živog prema neživom, ali je posuživanje svojstva živog čoveka kao i drugih živih bića, neživim opredmećenim formama sve istaknutije, jer savremeni čovek sve više komunicira preko tehničkih posrednika u odnosu na direktne oblike međuljudskog komuniciranja.

U tom smislu u teoriji vizuelne kulture razlikujemo četiri osnovne paleo-komunikacijske forme u značenjima:

***forma-nagovor**

***forma-pogled**

***forma-zov**

***eho-forma**

FORMA – NAGOVOR

Kao što i sama reč nagovor upućuje, to je forma koja kako u prirodnim tako u opredmećenim stvarima, ali i u uobrazolji nagovara na neku moguću upotrebnost, često na koju čovek do tada nije računao. To su one forme za koje često kažemo da su slučajno nađene. Forme – nagovor su uvek bile podsticajni povod da se kao takve u trenutku susreta sa njima prepoznaju za neku moguću svrhu. U svetu osvešćenog odnosa prema realitetima vizuelne spoznaje, postoji pet osnovnih kategorijalnih obeležja, koja se u redosledu otkrivaju u značenjima: **vidim** –

shvatam – namenujem – činim- označavam.Čovek je jedino svesno biće koje poseduje svojstva za svih tih pet kategorijalnihodrednica.Ostalaživabića u instinktu za održanje svoje jedinke i vrste,sposobnasu da vide (instinktivno)shvate i namene ono što je njima bitno i potrebno za opstanak, kao na primer,gladna ovca vidi travu,shvati da je hrana za nju i popase je.U tom slučaju trava je postala nagovor da je ovca popase.

U ljudskoj je prirodi da ono što vidi ishvati da to i nameni za bilo koju vrstu koristi po njega.Tek kategorija činiti ioznačavati bitno odvajaju ljudskobiće od ostalih živih oblika,kaoviši red postojanja žive jedinke.Zbog toga je ljudsko biće po svim pozitivnim moralnim normama odgovorno za ostale oblike zivota na Zemlji planeti.

Forma – nagovor u višim (složenijim) oblicima značenja,posebno u onim koja se odnose na kategorije činjenja i označavanja, ukojima se nalaze i viši oblici spoznaje, kao što su nauka,etika i umetnost ima svoje odgovarajuće prepoznalice,primere i reprezentere.Forma –nagovor je u svakom dobu, kulturnoj sredini i u uslovima življenja njima po svemu analogna.Po pravilu forma-nagovor se prepoznaje i preporučujena na upotrebu po onome što je neobično u odnosu na ostale sebi slične ili od sebe različitih formi.Forma-nagovor se najčešće prepoznaje po statusu već zatečenog stepena emancipacije,kao što su redak materijal, neobičan oblik,mogućnost lake primenljivosti na nešto ili za nešto.

U savremenom dizajnu veoma se vodi računa o antropometrijskim i ergonomskim činocima forme u oblikovanju upotrebni predmeta,koji su prijatni za rukovanje,poput kvake na vratima,telefonske slušalice,oblika mobilnog telefona, miša za manipulisanje na kompjuteru i drugi.

FPRMA-POGLED

U sistemu paleo- komunikacijskih formi,značenja forme-pogled su se kultivisala kroz vekove prepoznavajući se u vidu nadvišenih formi nad tlom,koje imaju dovoljno slobodnog prostora da mogu sagledati sve oko sebe,Na takav način su postale simbolički,kultno,metaforički, i kao realna činjenica **forme koje gledaju**

odozgo. U opštim konvencijama takvog značenja jedna od najranije zapaženih formi te vrste su nebo i nebeska tela, kao forme višeg reda, koje neprekidno gledaju odozgo i imaju uvid u to šta se dežava na tlu zemlje. Nije slučajno da su prva kosmogonijska shvatanja sveta vezana za nebo, mesec, sunce na prvom mestu, kao vizuelni realiteti koji su po dimenziji najkrupnija nebeska tela, tako vidljiva sa tla zemlje. Druga važna karakteristika za prepoznavanje i konvencionalno usvajanje značenja za formu-pogled, jeste njeno uporno istrajavanje njenih realnih oblika i simboličkih značenja, koja se pamte na duže vreme, što znači činilac istrajavanja na određenom mestu za određeno vreme.

Osim globalno prepoznatljivih svojstava za formu-pogled, koja se odnose na njenu nadvišenost iznad tla, postoje i takvi primeri gde se takva forma može nalaziti i na samom tlu zemlje, pod uslovom da u široj okolini nema drugih vizuelnih prepreka oko nje. Tako na primer pored onih što su iznad tla kao što je krst na kubernu crkve, sam planinski vrh, mesta zvana vidikovac i drugi, forma – pogled može biti i usamljeno drvo na tlu, oko kojeg nema ništa drugo u širem okolnom prostoru.

Bez obzira na različite vrste u značenjima forma-pogled, njihovo zajedničko obeležje je u tome što su im data svojstva, moći uvida u okolinu a time i proširena značenja simboličke (ili realne) kontrole u prostoru njima sagledive okoline.

Istoriski gledano, forma-pogled je bitno osvešćena u ranim urbanim kulturama, gde se posebno ističu egipatska kultura i verovanja. U gradnji objekata, koji su svojim materijalom, formom, i značenjem namenjeni večnosti, kao što su piramide, i monolitni obelisci, to su ujedno i savršeni primeri za formu – pogled, posebno obelisci koji direktno ovekovečuju relaciju simbolizovanog gledanja i kulturnog komuniciranja zemlje i neba. Drugi važan atribut u značenju gledati i videti je **egipatsko oko** u egipatskom pismu u liku slovnog znaka. Oko, kao čulo vida imalo je značajnu funkciju i u budnom bdenju nad nečim što je brižni čuvar, pa se lik izduženog oka, dakle izvan lica i tela ljudske figure, često predstavljao iznad mesta gde se nešto čuva, gde je zabranjen ulaz i slično.

U tom smislu se mnogo kasnije i u hrošćanskoj kulturi razvio tipološki obrazac predstavljanja simboličnog „Nedremanog oka“, u značenju božanskog

sveviđenja, najčešće u liku samog Hrista. Tako je Nedremano oko prevedeno u realno siguran sistem sveviđenja danas u efikasnosti gledanja u vidu elektronskog izviđanja i upotreba kamer nad svim važnim i kontrolisanim punktovima savremene zaštite.

Forma-pogled u svom osnovnom značenju ima moć kultno-simboličkih značenja, i kao takva, ona se često povezuje i sa atributima sakralnosti, ka na primer sa svim što je nebesko i što gleda odozgo.

FORMA – ZOV

Paleo-komunikacijska svojstva forme ovog tipa zasnivaju se na uglavnom onim objektima i značenjima koji statično čekaju daim se priđe. U tome je njihova realna ili simbolička moć da prizivaju svojim komunikabilnim atributima i obeležjima, koja imaju svojstva privlačnosti bilo kojim povodom na koji čovek reaguje. Samim tim forma- zov, znatno sugerije svojim sakralitetom, bilo to zaista konvencionalnim sakralnim atributima, ili svojevrsnom dejstvenošću moći profane sakralizacije. Ovo poslednje se posebno odnosi na neka dela savremene umetnosti, koja su nastala u opusu Marsela Dišana, i nek posle njega, do danas.

Forma- zov je forma autoritarne pojavnosti, jer njena pozicija nalaženja u prostoru je često nešto izdignutija na tlu kao što su to: prestovladara, oltar u crkvi, pozornica u pozorištu, katedrau slušaonici, dirigentsko postolje, propovedaonica u hramu i slično.

Forma – zov je ogledalo, misleći na ogledalnu ravanu profanom značenju kome se prilazi da bi se u njemu uvideo sopstveni lik. Pandan ogledalu, kao objektu kome se prilazi u sakralnom značenju je ikona u hrišćanskoj kulturi, kojoj se takođe prilazi iz molitvenih potreba kao varijanta ova dva poređenja, forma – zov, su i sva umetnička dela kojima se takođe prilazi da bi se bolje videla. Neka čak imaju svojstva neodoljive potrebe da se dodirnu, posebno skulptura. Ova vrsta paleo-komunikacijske forme u nekim slučajevima je bliska svojstvima forme-nagovor, ili se sanjom negde i poistovećuje. To se može razumeti na primeru predmeta kao što je stolica. Svojim oblikom, kao predmet na kome se sedi stolica je najpre forma

– zov (da joj se priđe i da se u njusedne),a zatim ,ona je forma – nagovor,kada je već upotrebljena za sedenje.

Osim značenjakoja se odnose na formu – zov, u opredmećenim formama, značajno je ona zastupljena i u drugim vidovima manifestovanjem vizueliteta kako u realnosti tako i u obrazi.O konvencionalnom govoru i pisanju pominju se neretko značenja kao što su : zov prirode, zov dužnosti, zov ljubavi, zov vere , zov visine,zov daljine (putovanja) i tako dalje.To su složenija značenja pojma forme – zov, i onese vezuju često za moralna , verska , estetička, sportska, higijenska i druga značenja.

EHO – FORMA

Pojam i značenje eho – forme dolaze od suštinskih svojstava i dejstva povratne sprege, koja podrazumeva pređeni prostor – vreme na relaciji A-B-A.U običnojkomunikacijskoj relaciji to znači odlazak i povratak.Poznato je da i odlazak sa povratkom obogaćuje spoznajni nivo i opšte iskustvo,za razliku od samo odlaska.Prema tome eho – forma je spoznaja stanja odlaska i povratka,koja se zasniva na mitskoj priči o mladoj nimfi Eho iz grčke mitologije,koja se zaljubila u lepog Narkisa.Mitska priča govori da Narkis nije odgovorio na njenu ljubav, i onase tužna povukla u pećinugde je kopneći nestala samo se njen tužan glas iz pećine večno čuje u spoljnom prostoru.Iz te priče jenastao ipojam eha- odbijanja zvuka od ravni na određenoj daljini.

U teoriji vizuelne kulture eho – forma od mitskih refleksija(kao zvučni fenomen odbijanja zvuka), od savremene umetnosti se sve više objedinjuje sa fenomenima vizuelnosti, posebno u nekim vizuelnim projektima koje prati i zvuk, kao što su neki performansi uživo,ili tome paralelna dopuna ekranskom slikom.U vizuelnim umetnostima mogu se naći mnogi primeri za eho – formu, naročito u periodu renesanse iposle nje,gde se u slici neguje iluzornost produbljenih prostora, čiji se iluzionizam udaljavanja od prednjeg do poslednjeg plana razvlači u velike prostorne zone.U takvim prostornim relacijama, prednji i zadnji plan slike dozivaju

se posredstvom mnogih detalja koji sliku povezuju u smislenu prostor-vremensku celinu.

U tom smislu eho – forma se manifestuje najmanje na dva načina: prvo očiglednim povezivanjem onoga što je gledaocu najbliže sa onim što mu je najdalje, gde svako udaljavanje pamti svoj put odlaska i dolaska, i drugo, neke usamljene forme koje čekaju vest iz daljine u vidu latentnog energizovanog dinamizma, kao na primer Krik Edvarda Munka, gde otvorena usta žene sa ispuštenim krikom očekuju odjek (eho) iz daljine.

Eho – forma kao novpojam, kao i ostale tri paleo-komunikacijske forme u teoriji vizuelne kulture su značajne za razumevanje stanja određene forme, do koje mere, ili da li uopšte, ona nosi potencijal da bude nešto drugo od onoga što elementarno jeste. To znači da svaka informacija koja odlazi u određen prostor i odatle se vraća u svoju polaznu tačku nije više ta ista informacija, nego je njenamoguća interpretirana varijanta.

Popularna freska u Srbiji pod nazivom Beli Anđeo, prikazuje prazan Hristov grob, ženama koje su po biblijskoj priči donele ulje za Hristovo telo, što je bio običaj mazanja tela umrlog pokojnika. Ostatak beletkanine u grobu u koju je Hristos bio umotan pre uskrsnuća je svojevrsna eho – forma, koja se seća tog bivšeg tela.

ZNAČAJ PALE – KOMUNIKACIONIH FORMI U

TEORIJI VIZUELNE KULTURE

Stvarano milenijumima ljudsko iskustvo gledanja i viđenja, kao i stvaranja na osnovu viđenog, uopštavalo se vremenom u određene konvencije o značenju i značaju viđenog i stvorenog. Konvencije su u stvari utvrđen sistem valjanosti i neophodnosti nečeg što se za većinu ili po izuzecima pokazalo kao dobro. Konvencija važi sve dok je druga ne zameni. Tako su se vremenom stvarale i osnovne, ovde pomenutih paleo- komunikacijskih formi, u koje su ugrađena mnoga ljudska (kolektivna i individualna) svojstva gledanja, viđenja i značenja. Baš

zato što se ljudska iskustva generacijama ne gube, nego se uslozjavaju, stvoren je ogroman sistem prepoznavanja srodnosti i razlika i vrednovanja onoga što je stvoreno. U tim sistemima, značajno mesto su dobile onevrste prirodnih i opredmećenih formi, koje su bile uvek podsticajne za njihovu reinterpetaciju, po vrstama njihovog specifičnog govora u dijalogu sa ljudskim bićem. Zato su arhetipske forme u njihovom prepoznavanju četiri velike oblasti u nazivu: forma – nagovor, forma- pogled, forma- zov i eho – forma, činioci antropoloških konstanti, jer se kroz njih reflektuju svi vidovi shvatanja reinterpetacije osavremenjene forme. Bez elementarnog poznavanja svojstava ovih paleo – komunikacijskih formi nije moguće ulaziti ni u suštine i mogućnosti čitanja savremene forme, posebno ne unmetnosti...