

O ZNAKOWANI

Istnienie znaków i symboli jest niemal tak oczywiste, że coraz rzadziej zadajemy sobie pytania dotyczące tego, czemu służą i czy aby w toku dziejowych transformacji i one nie przechodzą zmian.

Znaki i symbole od wieków miały wymiar, zarówno metafizyczny, niekiedy wręcz magiczny, jak i praktyczny. Ludzie kierowali się znakami przyrody, za znak uznając np. suszę lub powódź. Znaki często łączyły się również z przesadami. Słowem, znaki rządziły codziennością. Im jednak bardziej racjonalna stawała się rzeczywistość, a raczej ludzka świadomość, podjęcie do życia, im bardziej poznawany był świat, im mniej tajemnic skrywał przed człowiekiem, tym mniejsza rola przypadała w udziale znakom. Skoro bowiem dane zjawisko można wytłumaczyć w sposób pragmatyczny, naukowy, to tym samym odbiera mu się jego nadnaturalny wymiar. Burzy nie można dłużej uznawać za gniew niebios, skoro wiemy, że są to wyładowania elektryczne, nie wynikające z niczego poza prawami rządzącymi przyrodą. Gwałtowna wichura nie ma żadnego dodatkowego znaczenia oprócz tego, że jest wynikiem zetknięcia się ze sobą frontów powietrza. Zaćmienie słońca to naturalny proces będący konsekwencją ruchów planet.

Paradoks istnienia znaków polega na tym, że ludzie trudne do wyjaśnienia zjawiska traktowali zazwyczaj jako formę wyroczni, zakładając jednocześnie że dane zjawisko stanowi nierozłączną całość ze swoim znaczeniem. Owo znaczenie natomiast było wytworem ludzkiej wyobraźni. Najpierw sami nadawali zjawisku znaczenie, a potem w nie wierzyli. Nasuwa się pytanie: „w jakim celu?”. Najrozsądniejszą zaś odpowiedź wydaje się, że jeżeli nie do końca jesteśmy w stanie rozumowo objąć otaczający nas świat, to próba tworzenia przez człowieka (choćby irracjonalnych) punktów odniesienia i wskazówek postępowania staje się źródłem (przynajmniej częściowo) poczucia bezpieczeństwa.

Symbole, podobnie jak znaki, cechuje swoista umowność, wtórnie nadane znaczenie. Zatem są one nośnikami znaczeń. Niedźwiedź jest symbolem odwagi,

orzeł – dostojeństwa, mysz – lęku, światło symbolizuje dobro, a ciemność analogicznie – zło, etc. Symbolem rządów jest berto, a symbolem uciemnienia – kajdany. Symbolami są często konkretne przedmioty, które dzięki swej symbolice mają określać pojęcia abstrakcyjne, niematerialne jak: miłość, lęk, hojność, tym samym zyskując inny, metafizyczny wymiar.

Świat przechodzi coraz silniejsze metamorfozy. Podobnie, zmianom ulega również nasza mentalność. Dzieje się to zarówno na poziomie jednostek, jak i całych grup społecznych. Wszyscy jesteśmy zbiorowym odbiorcą kodów, znaków, symboli, od których nie ma ucieczki. Ukryte znaczenia zalewają nas w postaci treści reklamowych, przekazów mających nakłonić nas do kupna jakiegoś produktu, bądź zagłosowania na daną partię. Znaki i symbole są pułapką współczesności. Powinny one bowiem stanowić zaledwie dodatek do rzeczywistości, zaś one przyjmują rolę dominującą. To, co dotychczas było produktem, jak perfumy czy samochód, przestaje nim być, równocześnie stając się symbolem samym w sobie. Wszechogarniające symbole luksusu, siły, władzy. Ich adresatem jest odbiorca reklamowych przekazów, które sugerują że nabywając dany produkt, automatycznie przejmujemy również to, co on symbolizuje. A zatem analogicznie przejmujemy jego atrybuty, stając się kimś lepszym, piękniejszym, młodszym...

Zdawać się może, iż poza niebezpieczeństwem wydania kolejnej niepotrzebnej kwoty i nabycia kolejnej niepotrzebnej rzeczy, nic więcej nam nie grozi. Niestety tylko pozornie. Jeżeli bowiem nabywamy coś, aby dzięki temu stać się bardziej wartościowym, to logicznie konkludując, gdy to utracimy, staniemy się kimś gorszym. Odczytujemy to bardziej w sposób podświadomy, aniżeli świadomie, dlatego reklamy zawierające tego rodzaju „przesłanie” mają znacznie silniejszą moc oddziaływania, a co za tym idzie – skuteczność.

Współczesnym rodzajem symbolu czy znaku jest logo, które posiada niemal każda korporacja, a nawet mała firma. Te najpopularniejsze, najczęściej spotykane na ulicach to loga firm odzieżowych, obuwniczych, sportowych. Logo czyli „znaczek (ZNAK) firmowy” pierwotnie służyło łatwiejszemu rozpoznaniu producenta. Sukcesywnie staje się ono jednak bardziej wyróżnikiem osoby, która nosi dane ubranie, niż firmy na którą owo logo wskazuje. Rzecz dotyczy oczywiście marek renomowanych. Czy zatem i tutaj można się doszukiwać symboliki? Owszem. Logo dobrej marki jest symbolem dobrej jakości, a nawet samo niejako nią emanuje, do tego stopnia, że oznacza nie tylko dobrą jakość samego produktu, ale i jego nabywcy. Podążając dalej tym tropem, można powiedzieć, że ludzie stopniowo sami stają się swego rodzaju „znakami”, a przynajmniej częściowo przejmują ich rolę. Sportowe buty znanego koncernu na stopach oznaczają, że jesteśmy „fit”, że preferujemy zdrowy styl życia, że dbamy o zdrowie. Kosztowny zegarek jest dowodem na to, że nie zadowolamy się „byle czym”, że nasz czas jest na tyle cenny, iż musi go wskazywać równie cenne urządzenie. Takie tendencje wydają się być pozornie niewinnymi przejawami snobizmu, ale przy głębszej analizie można i w nich dostrzec niebezpieczeństwo. Jakże? Mianowicie takie, iż możemy zatracić umiejętność dostrzegania wartości w nas samych. Stale będziemy potrzebować jakiegoś „dodatku”, który pozwoli nam poczuć się lepszymi „jakościowo”.

Obserwując współczesne tendencje w obszarze kultury, nie można nie dostrzec faktu, iż obecna epoka jest epoką znaków, jest „zakodowana”. Dla tych, którzy w niej żyją, rodzą się, wychowują, są one absolutnie oczywiste. Niemal na wszystkich znajdują się graficzne oznaczenia, jedne bardziej konkretne, inne bazujące na przekazach czysto abstrakcyjnych. Oznaczenia na produktach wskazujące, dla kogo są przeznaczone, kto nie powinien z nich korzystać, kto je poleca, etc. Wyrazy ustępują miejsca rysunkom, grafice. Można powiedzieć, że jesteśmy coraz bliżsi pismu obrazkowemu, symbolicznemu. Świat XXI wieku jest światem symboli. Na co dzień nawet tego nie odbieramy, bowiem jest to dla nas swego rodzaju oczywistość, a bywa że i znaczne ułatwienie. Np. jeden rysunek zastępuje kilka słów, a nawet zdań.

SMS'y oraz e-maile to kolejny „znak” obecnej epoki. Ich sedno stanowi fakt, iż opierają się właśnie na symbolice. Oczywiście możemy pisząc SMS'a, zachować wszystkie reguły języka pisanego, interpunkcji, gramatyki, ortografii. Ale po co, skoro można pisać znacznie szybciej? Zamiast szukać „ó” wstawiamy „o”, zamiast „ż” – „z”, etc. To jednak dopiero początek „nowinek”. W jakim bowiem celu mamy pisać całe wyrazy, skoro

możemy posługiwać się skrótami, szczególnie popularnymi w języku angielskim, np. zamiast „for” napiszemy tylko „4”, zamiast „you” – „u”, itd. Im przekaz szybszy, tym lepiej. Obecnie prędkość jest wielką zaletą. Spieszmy się, czasem nawet nie wiedząc dokładnie, w jakim celu. „Smsowicze” posługują się dodatkowo systemem znaków graficznych, za pomocą których - bez zbędnych słów - mogą wyrazić swój nastrój, bądź nastawienie względem jakiegoś tematu, jak np. „:-)”, „:(“ , „;))”, etc. Można powiedzieć, że takie znaki to dopiero „szkoła podstawowa”, albo nawet „przedszkole” w języku SMS'ów. Ci, którzy nie rozstają się z telefonem komórkowym, znają ich znacznie więcej i stosują zamiast tradycyjnych zdań. W tym jednak przypadku można wyraźnie dostrzec pewne podziały, ponieważ jeżeli ktoś nie należy do ich środowiska, to nie będzie w stanie odczytać ich przekazu. Jest to zatem kodyfikacja bardziej zaawansowana, wymagająca przynależności do danego środowiska. Czy jest to droga sprzyjająca zarysowywaniu się podziałów społecznych? Niekoniecznie. A nawet jeżeli, to akurat tego rodzaju podziały nie mają (przynajmniej na razie) większego znaczenia. Bez wątpienia jednak jest to jeden ze „znaków” naszych czasów.

Przez wieki „znaki i symbole” zmieniają się, ale bynajmniej nie znikają. Dotyczą innych dziedzin życia, tracając swój wymiar metafizyczny na rzecz praktycznego zastosowania. Jest ich tak wiele, że stopniowo przestajemy na nie zwracać uwagę. Kierujemy się nimi, zapominając o ich istnieniu. Znaki drogowe, znaki firmowe, oznaczenia na metkach, znaki klubowe, znaki przynależności do danej grupy, środowiska, szkoły, zrzeszenia. Dodatkowej symboliki można próbować doszukać się wszędzie, np. jesteśmy posiadaczem platynowej karty visa, po prostu. Ale można też podejść do tego w taki sposób, iż to że jesteśmy jej posiadaczem to zaledwie interpretacja wstępna. Kolejna wiedzie nas do konkluzji, że skoro jest ona naszą własnością to przynależymy do pewnej elity, jesteśmy „lepsi”, jesteśmy „wyjątkowi”. Przykładowa platynowa visa może być zatem „znakiem” przynależenia do pewnej konkretnej grupy społecznej, jednocześnie „symbolizując” dobrobyt, ogólne uznanie, naszą wiarygodność. Symbolikę odnaleźć można prawie wszędzie, w sposobie ubierania, w wyborze samochodu, w diecie, w wizytach na siłowni, etc.

Nasuwa się jednak jeszcze jeden wniosek. Mianowicie, jeżeli obsesyjnie zaczniemy doszukiwać się symboliki we wszystkim co nas otacza, możemy wpaść w pułapkę tworzenia własnych, nikomu nie znanych interpretacji uniemożliwiających obiektywne odczytywanie rzeczywistości.

Ksenia Buglewicz