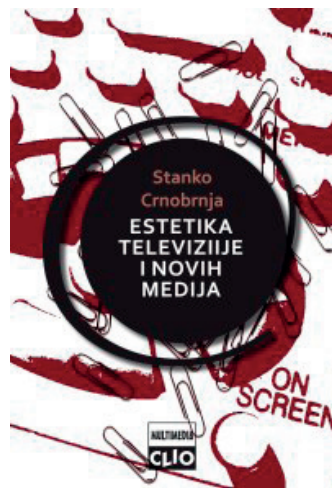


Konvergencija medija kao savremena estetika

Crnobrnja, Stanko,
Estetika televizije i novih medija,
Clio, Beograd, 2010

Lidija Mirkov

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu



Pod pojmom estetike obično se podrazumeva filozofska disciplina koja se bavi izučavanjem lepote i vrednosti ljudskog stvaralaštva. Oдавно je prevaziđeno mišljenje da se estetika bavi samo umetnošću, jer u stvaralaštvo danas spada i veliki broj simboličkih zaostavština čoveka, među kojima su medijski sadržaji ne samo postali svakodnevna stvarnost svakog čoveka, nego su postali posebno zanimljivi teoretičarima društvenih nauka (počevši od teorije medija, komunikologije, sociologije, lingvistike itd). Poseban interes naučnika se desio usled ubrzane i neprekidne transformacije medija u pravcu konvergencije.

Konvergencija (od lat. *convergare*) po definiciji znači uzajamno približavanje, podudaranje, slaganje (Šehalić, Stana (prir.), *Leksikon stranih reči*, JRJ, Zemun 2002). Tradicionalni mediji danas ne mogu da postignu da ispune zahteve savremenog društva, tako da su novi mediji (ali i izmenjeni tradicionalni) postali eklektična mešavina različitih osobina svih medija i još uvek eksperimentišu u praksi. Estetika spada u filozofiju vrednosti, a mediji plasiraju sadržaj koji je neminovno vrednosno nabojen, te je bavljenje estetike medijima logičan sled diskursa teorijskih pristupa u informaciono-tehnološkom društvu.

Naučna studija *Estetika televizije i novih medija* Stanka Crnobrnje zamišljena je kao uporedna analiza teorije estetike, teorije medija, masovnih komunikacija, komunikologije, teorije kulture, sociologije i drugih srodnih naučnih disciplina. Iako značaj ove teme raste sa napretkom novih tehnologija, nema mnogo (kvalitetne) literature o novim okolnostima i njihovim posledicama

usled razvoja informacionog društva. Veoma je važno na vreme početi proučavanje sistematskih promena u okviru teorije medija (ali i politike medija), posebno u Srbiji, kojoj tek predstoji prelazak sa analogne na digitalnu televiziju. Suština ove studije je da konvergenciju medija postavi u kontekst savremenog društva i prevaziđe ideju da tek dolazi vreme kompjuterski zavisnog čoveka koji se kritički odnosi prema njima. Takvo vreme je već naša stvarnost.

Svaka dobra studija počinje pregledom postojeće literature o temi, čime autor dokazuje da se dovoljno posvetio istraživačkom radu. Ovo nije nimalo jednostavan zadatak kada se radi o temi koja nije prethodno temeljno istražena kod nas, a u svetu su slične studije pionirske. U tome i jeste naročiti doprinos ovog dela, jer se prvi put pojavljuje sistematična, a istovremeno koncizna i pitka, analiza trenutnog stanja estetike u digitalnom svetu. Utisak koji ostaje pri čitanju ove knjige je da je ovo štivo namenjeno nastavi, tj. da ova knjiga može da se koristi kao udžbenik za studije estetike digitalnih medija, komunikologije i sl.

Kada je autor radio ovu studiju, cilj mu je bio da sintetizuje rezultate najvažnijih analitičkih istraživanja od druge polovine XX veka nadalje. Takva sinteza bi poslužila kao teorijska osnova za praktično unapređenje TV stvaralaštva, u čemu autor i danas nastoji da živo učestvuje.

Stanko Crnobrnja je filmski reditelj, producent i scenarista, angažovan u osnivanju i pokretanju mnogih televizija u Crnoj Gori i Srbiji. On je, takođe, i predavač u oblastima komunikacije, estetike audio-vizuelnih medija i analize medija u Crnoj Gori i Švajcarskoj. Stoga ne iznenađuje motiv autora da u jednoj knjizi objedini rezultate istraživanja o televiziji i njenim naslednicima – novim medijima, ali ne iznenađuje ni udžbenička struktura netipična za naučne studije. Ovo je knjiga u kakvoj bi student komunikologije, estetike i srodnih nauka mogao da uživa jednako koliko i njegovi profesori, jer nije namenjena uskoj grupaciji u okviru struke, već se obraća svima koje ovakve teme mogu da zanimaju.

U prvom poglavlju „Uvod u estetsku kodifikaciju televizije“ autor objašnjava naučne discipline koje su prethodile nastanku televizije i dovodi ih u vezu sa savremenim teorijama medija. Istorijski razvoj teorije medija je važan zbog njene povezanosti sa drugim društvenim teorijama i metodama istraživanja koje su uporedo evoluirale. Stanko Crnobrnja svoje metode pozicionira u teorijskim stanovištima poststrukturalizma. Smatra da medije i njihov simbolički sistem ne treba samo mentalno promatrati, nego uzeti u obzir društveni i istorijski kontekst, zbog nestabilnosti značenja znaka i važnosti nesvesnog, čija struk-

tura pri stvaranju pojmova podseća na jezik. Obrasci razmišljanja (svesnog ili ne) se ostvaruju na isti način za lingvističke i imaginativne sisteme kognicije. Poststrukturalizam, međutim, osporava ulogu autora – koji ni sam ne mora da razume sopstvenu poruku. Kontekst je dat u specifičnom trenutku i nije trajan, pa autor nekog dela (u ovom slučaju autor medijskog programa) gubi svoju ulogu i zbog toga što nema kontrolu nad celim jezikom jednog društva. Takav autor funkcioniše unutar jednog sistema značenja, koje postoji u periodu u toku kog nastaje njegovo delo, ali uz neizbežne dodatke razumevanju iz pozicije njegovog društvenog porekla, kulturne i etničke pripadnosti, jezika, obrazovanja, sklonosti i drugih individualnih faktora. Nijedno delo nije oslobođeno tumačenja, te ni kontekst jednog doba nije isti za autora i uživaoca dela, niti za sve uživaoce jednako. Kontekst je, kaže Crnobrnja, bezgraničan i time pravda važnost teorije o novim medijima. On se poziva na teorijske autoritete poput Fukoa, Gidensa, Fiska. Kao i sledeća poglavlja, prvo poglavlje je podeljeno u mnoštvo manjih celina (23 podnaslova) koje olakšavaju razumevanje rečenog i umekšavaju prelaze između npr. definisanja semiologije, teoretisanja o strukturalizmu i intertekstualnosti „visoke“ i „niske“ kulture.

U poglavlju „Estetika u tradicionalističkom ključu i televizija“ govori se o osnovama estetike i njenoj vezi sa prethodno objašnjenim teoremama i istraživanjima. Objasneni su postupci istraživanja, pojave koje spadaju u domen interesovanja njenih teoretičara i shvatanja o njenoj ulozi u savremenom društvu. Crnobrnja ovde izbegava da se neposredno izjasni o temi, ali izbor citiranih autora, pohvaljenih metoda istraživanja i drugih elemenata nesumnjivo otkriva čitaocu da će u daljem tekstu naići na odobravanje upotrebe novih tehnologija u medijima; konkretnije, bićemo ohrabreni da otvorimo vrata svojih domova za nove tehnologije u svakodnevnoj upotrebi i da kao privatna lica učestvujemo u izradi konvergiranih i personalizovanih medijskih sadržaja.

Zatim sledi poglavlje „Estetika posle Drugog svetskog rata i televizija“, u kojem se navode razlozi i kapitalistički motivi za nastanak postmodernizma uopšte, kao i to kakav su uticaj postmodernističke teorije ostavile na televizijsku estetiku u tom periodu. Ovde se postavlja važno pitanje autorstva u elektronskim medijima. Za razliku od klasične umetnosti, u medijskim projektima učestvuje mnoštvo ljudi, autora, sa nejednakim, ali jednako važnim doprinosom. Recimo, kao što su za jedno filmsko ostvarenje jednako važni scenaristi, reditelji, kostimografi, direktori osvetljenja i slični, tako ni za informativni program nije dovoljan novinar, nego u procesu stvaranja i nastanka televizijskog i internet sadržaja učestvuju i snimatelji, montažeri, tonci, šminkeri, producenti,

grafičari, uređivači sajta... Svi oni učestvuju u stvaranju slike koja se prikazuje gledaocu (ili posetiocu sajta) koji dalje sam tumači značaj i značenje prikazanog. Pitanje je da li će informativni internet sajtovi medija moći da uhvate korak sa novim tipovima medija ako nastave da prikazuju sadržaje kao da su skenirali svoja štampana izdanja ili „okačili“ snimak TV priloga koji je prethodno otišao u etar. Apetiti savremenog čoveka za informacijama, i to onakvim koje lako može da pojmi, rastu i zbog toga raste i potražnja za građanskim novinarstvom koje distribuira informacije *ad hoc* i neposredno. Takođe se ukazuje na simulakrum koji televizija obezbeđuje. Više nije diskutabilno da li je TV prikaz „istinit“, nego koliko uspešno konstruiše sliku sveta za prosečnog gledaoca. To su neki od osnovnih problema kojima se bave teorije medija i teorije kulture. Kolektivni i pojedinačni identiteti se formiraju zavisno od tzv. „oka kamere“ jer korisnici medija više ne očekuju (ako su ikada očekivali) prepoznatljiv pečat autora u medijskom delu, nego računaju na to da im mediji olakšaju razumevanje zakona stvarnosti i (po prirodi zatvorenih) kodova komunikacije.

Posle teorijskog doprinosa Hajmsa, Adorna, Bodrijara, Tome Đorđevića, logično sledi poglavlje „Teorije značajnih mislilaca u oblasti televizije“, jer se stavovi autora potkrepljuju klicama ideja teoretskih autoriteta poput Maršala Makluana, Džin Jangblad, Harolda Inisa. Tu autor sistematično i precizno, ali koncizno, govori o svojim i stavovima prethodnika o globalnim komunikacijama, interaktivnoj televiziji i internetu kao novom estetskom standardu.

U poglavlju „Estetika digitalne televizije“ objašnjava se prekid u „tradicionalnoj estetici“ kao logična posledica napretka visoke tehnologije. Novu estetiku zapravo čini konvergencija medija, gde se paradoks preklapanja različitih (nespojivih) elemenata gubi. U tradicionalnim medijima je donekle moglo da postoji razgraničenje žanrova ili publike, ali sa novim medijima dolazi do preklapanja svega. Informativa na internetu prikazuje i tekst, i fotografije, i audio/video snimke, i pruža uvid u dalekosežne arhive medijskih sadržaja sa sličnom tematikom. Dakle, pojedinac sam bira kojem sadržaju će izložiti svoju pažnju. Iako je peto poglavlje po količini teksta najkraće, u njemu je očigledan neposredan doprinos autora. Ovde se govori o televiziji kao o „kućnoj jedinici“. Interaktivna televizija ne podrazumeva pasivnog gledaoca, nego onog koji se aktivno koristi TV aparatom kao sredstvom komunikacije, trgovine, pretraživanja podataka. Interaktivna televizija znači da se izvorna funkcija televizije promenila – jer je komunikacija od jednosmerne postala dvosmerna, personalizovana. Citirajući Vladimira Petrića da je „digitalna slika kao glina“, Stanko Crnobrnja postavlja pitanje objektivnosti fotografije i umetnosti, pa tako i medija – jer

se svaki korisnik upliće u razumevanje sopstvenim umom i iskustvom. Autor ovde iznosi optimističan stav o napretku tehnologije u tom smislu, te upada u zamku da 2010. godine hvali prevaziđenu 3G mrežu i video-telefon. Danas postoje čak 6G mreže (koje su, doduše, još uvek u fazi testiranja, a u Srbiji su za sada tehnološki neizvodljive) i kompjuterski programi koji poništavaju potrebu za telefonskom slušalicom sa ekranom jer već postoje tableti (prenosivi kompjuteri dovoljno mali da stanu u veći džep) preko kojih svako može da pristupi internet mreži i umesto telefona aktivira program na svom tabletu. Ako zanemarimo ovaj mali propust autora koji nije mogao ni da sluti takav vrtoglavi razvoj tehnologije u sasvim kratkom periodu, njegov tehnološki optimizam se ogleda i u predviđanju kiborg-budućnosti, gde se predstavlja romansirani primer ideje kompjutera u frižideru koji prepoznaje nedostatak namirnica i automatski komunicira sa kompjuterima u prodavnici koji će izdati naredbu da se namirnice dostave na kućnu adresu posle isplate po nalogu kompjutera u banci. Ovde Crnobrnja vizionarski vidi nešto što je tek ovih dana aktuelno u zapadnim zemljama.

U poglavlju „Multimedija“ govori se o pojmu informacionog društva, informacionim infrastrukturama, logici virtuelnih medija, medijskim strategijama. Ovde su napravljene pregledne podele, taksativno navedeni argumenti, sumirani rezultati studije čija je uloga da uvede u poslednje poglavlje.

Zaključno poglavlje „Estetika televizije i novih medija“ sumira zaključke do kojih se došlo u celokupnoj naučnoj studiji. Govori se o etičnosti simulacije stvarnosti, jer je društvu potrebno da iznova definiše sveukupni moral, ali i posebnu etiku za nove medije. Autori poput Frensis Bala nazivaju tu novu kategoriju infoetikom. Govori se i o prednostima novih medija – bliskosti i korisnosti, raznovrsnosti, personalizaciji, anarhičnosti. Anarhičnost ovde nije viđena kao negativna posledica demokratizacije medija, već kao krajnje pozitivno usmerenje ka individualnom izražavanju pojedinca.

Iza poslednjeg poglavlja sledi „Pojmovnik“, sa 105 pojmova poređanih po abecednom redu. Ti pojmovi su dobar podsetnik ili mini-enciklopedija za one koji nisu ranije znali šta su konvergencija, globalno selo, GPRS tehnologija, avangarda, kibernetika, montaža, reklama i drugo.

Stanko Crnobrnja je tehnološki optimista i direktni zagovornik ideje o prelasku sa analogne na digitalnu televiziju što pre. Iako je ova naučna studija rasvetlila mnoge nedoumice i sažela na jednom mestu naučne doprinose mnogih (uključujući i autora), ni u jednom poglavlju nema kritičkog osvrt na negativne posledice i nedostatke novih medija. Međutim, treba imati u vidu da su

novi mediji još uvek u fazi svitanja, te da bi bilo riskantno postavljati hipotezu o širim društvenim efektima bez osnove za to, tj. dati pretpostavku na osnovu nagađanja. Zato je ova naučna studija dobro koncipiran putokaz onima koji će godinama kasnije razmatrati ono što ovde nije bilo moguće razmotriti.

Ova knjiga je sistematičan podsetnik onima koji su već upućeni u ove teme, ali i odličan početak za one koji će se ovim temama tek baviti. One neupućene može da zaintrigira da pročitaju nešto o svakodnevnom procesu komuniciranja posredstvom medija, objašnjeno rečima stručnjaka teoretičara sa velikim praktičnim iskustvom.