

Универзитет уметности у Београду,
Факултет драмских уметности –
Катедра за теорију и историју, Београд

DOI 10.5937/kultura1861389V

УДК 316.774:1

316.77:111.852

оригиналан научни рад

ЕСТЕТИКА И ФИЛОЗОФИЈА МЕДИЈА

Мојим родитељима, с поштовањем и љубављу...

Сажетак: *Текст се бави односом естетике и филозофије медија, и то на више начина. Најпре, у чланку се констатује да се филозофија медија појавила у окриљу естетике, тачније савремене естетике. Потом се оквирно одређује њен предмет истраживања, а у односу на естетику као претходећу дисциплину. Компарација између естетике и филозофије медија наставља се и у погледу метода истраживања. Наиме, филозофија медија се, за разлику од естетике, јавља искључиво у контексту интердисциплинарних истраживања. Затим се филозофија медија доводи у релацију са естетиком комуникација, а онда се разматра и њена веза с естетиком медија. Напошетку се показује да филозофија медија доиста користи исти репертоар питања као и естетика, али да додатно поставља и она питања која се тичу нове естетске, односно медијске стварности. Ова је стварност, како је познато, резултат рада технологије. Филозофија медија, међутим, не испитује само ону чулност која је произведена вештачким путем, односно уз помоћ нових технологија, већ се бави и теоријама које тематизују ту чулност. Отуда је филозофија медија мишљење о мишљењу које проблематизује целокупну медијску сферу, укључујући ту и различите теорије о медијима. И коначно, филозофија медија, која је, свакако, више од естетике медија, пошто има и своју епистемолошку, онтолошку, етичку и друге аспекте изучавања, понајвише је утемељена на критици медија, али и позадини одакле медији делују, а то је свет капитала. Она је, дакле, једна ангажована теорија, чије је полазиште естетика, а исход критичко преиспитивање медијским путем генерисане сфере чулности.*

Кључне речи: *естетика, филозофија медија, естетика комуникација, естетика медија, критика*

Питање које се тиче одређења предмета филозофије и естетике до данас је остало отворено. Отуда естетика, попут своје матичне дисциплине филозофије, повремено преиспитује шта она јесте, у којим правцима се развија, не заборављајући, притом, властити историјат, као и идентитет који је у процесу свог повесног развоја досегла. Значајна дилема која се појављује у контексту реченог, тиче се и препознавања, односно самопрепознавања актуелног предмета истраживања: „да ли је и само естетско предмет естетике“¹, и ако јесте – које је то естетско које треба да истражи савремена естетика.

„Апоретичност савремене естетике показује се у томе што се питања њених истраживања радикално подвајају на предмете који су, у основи, без естетских садржаја дефинисаних у ранијем смилу речи, или на оне који су, штавише, изванестетски по свом пореклу, што, посматрано са стајалишта традиционалне естетике, излази на исто. Познато је, наиме, да се питање 'естетизовања' стварности данас углавном поставља у контексту употребе медија масовног комуницирања...“² У међувремену, глобална медијска сцена је технолошким путем израсла у читаву индустрију која осим медија масовних комуникација, корпусу медијске културе придружује и интернет и друштвене мреже, односно тзв. нове медије. „Ови медији, делујући на темељу могућности које диктира њихова властита структура, медијске (тј. информатичке) поруке претварају у естетске, као и обратно, из чега проистиче да и неестетски, односно изванестетски садржаји могу постати предмет естетизације чак и оних теоријских промишљања, која у подједнакој мери падају у домен како естетике, тако и теорије спектакла, односно медијске онтологије дефинисане у ужем смислу појма.“³

Једна од новијих дисциплина, која се развила из окриља савремене естетике, јесте управо филозофија медија. Уствари, филозофију медија можемо само условно да одредимо као потдисциплину естетике, јер она од самог почетка представља комбинацију неколико сродних дисциплина (при чему је најближа естетици), те је, у начелу, интердисциплинарног карактера. Филозофија медија се, према мишљењу М.

1 Вуксановић, Д. Естетско у медијима и у естетици, у: *Филозофија медија: Онтологија, естетика, критика*, (2007), Београд, Факултет драмских уметности: Институт за позориште, филм, радио и телевизију, Чигоја, стр. 32.

2 Исто, стр. 34.

3 Исто.

Степанова⁴, успоставила у протеклом веку, захваљујући разнородним мислиоцима који су тематизовали сферу медија из угла филозофије, социологије, лингвистике и других научних дисциплина. „Како тврди Степанов – одговарајући на питање шта је, заправо, филозофија медија или 'Medienphilosophie' – она је, историјски гледано, 'континентални продукт' филозофије немачког говорног подручја касних 80-их година прошлог века, потекла из области литерарне критике с једне, и теорија о 'сликовним' или 'иконичким обртима' (*pictorial / iconic turn*), као и односа текста и слике (*image*), на другој страни. Надаље, по схватању Степанова, филозофија медија је своју експанзију доживела у наредном, XXI веку, објављивањем најпре Хартманове (Hartmann) *Medienphilosophie* (која се превасходно бавила утицајима медија на филозофију), а потом и других мислилаца, делујућих у новој истраживачкој области на немачком говорном подручју. Поред тога, на енглеском говорном подручју, као најутицајнију студију у овој области филозофско-медијских истраживања, Степанов истиче рад Марка Хансена (Hansen), који, инспирисан делима Бергсона (Bergson), Делеза (Deleuze) и Гатарија (Guattari), проблематизује међуодносе људског организма и дигиталних медија, и то у делу под називом *New Philosophy for New Media* (*Нова филозофија за нове медије*).”⁵

У домаћим приликама, филозофија медија развила се захваљујући заједничкој иницијативи естетичара и теоретичара уметности и медија у Хрватској и Србији, чиме је фактички постављен темељ развоју ове дисциплине у региону Западног Балкана. „Године 2009, Хрватско филозофско друштво организовало је на Цресу симпозијум *Филозофија и медији*, у оквиру традиционалног симпозијума Дани Фране Петрића. Дефинисани проблеми, отворена питања и предложена решења током рада скупа, указали су на потребу за промишљањем медија на постављеним основама, које би било настављено. Као резултат прожимања различитих искустава и визија, покренута је иницијатива утемељења годишњег међународног интердисциплинарног симпозијума Филозофија медија. Основна визија била је поставити парадигму једног другог/друкчијег промишљања медија, што би

4 Др Микхаил Степанов, *What is pragmatic media philosophy in philosophy of media?*, поглавље 1., “What is the philosophy of media?”, на страници: <http://www.nordprag.org/papers/epc1/Stepanov.pdf>, Приступљено: 27. 07. 2018.

5 Вуксановић, Д. (2017) Перспективе филозофије: Филозофија медија, у: *Филозофија медија 3: Онтологија, естетика, критика*, Београд: Факултет драмских уметности: Институт за позориште, филм, радио и телевизију, Чигоја, стр. 19.

омогућило нове приступе у сагледавању актуелне медијске проблематике, а кроз укрштање искустава, знања и углова посматрања, развијаних у оквирима посебних друштвено-хуманистичких дисциплина, попут филозофије, теорије медија, антропологије, филологије, теорије уметности, театрологије, социологије, психологије, комунологије, теорије књижевности, итд.⁶ Две године касније, на Цресу је одржан први у циклусу симпозијума Филозофија медија.⁷ Од тада се научни скупови овог типа одржавају редовно на Цресу, у Опатији и Дубровнику, потом изнова на Цресу, да би се од 2017. године одвијали напоредо у Хрватској (Загреб) и у Србији (Јагодина-Кончарево).⁸ Ваља истаћи, такође, да су симпозијум Филозофије медија партнерски покренули Удружење грађана *Млади грашак* за уметност, културу, медије и друштвена питања (Београд) и Центар за филозофију медија и медиолошка истраживања (Загреб), у сарадњи са Секцијом за Филозофију медија Хрватског филозофског друштва. Нешто касније, проширена је сарадња са партнерским организацијама: Секција за филозофију медија Естетичког друштва Србије (Београд), и Универзитет Сјевер (Хрватска)⁹. Из наведеног историјата види се да се на тзв. домаћој сцени филозофија медија развијала у подручју истраживања које се налази негде између филозофије и естетике, и да је имала једнаку потпору у обе ове дисциплине.

Надаље, неспорност везе између филозофије и филозофије медија подцртао је, примера ради, и А. Мухамад (Muhammad) у уводном делу чланка о релевантности филозофије медија за истраживања у области комуникација¹⁰,

6 Вуксановић, Д., Ћаловић, Д. и Ђорђевић, М. М. (2018) *Текст позивног писма за научну конференцију Филозофија медија: Медији и алтернатива*, Јагодина, Кончарево.

7 Теме одржаних скупова биле су следеће: *Филозофија медија: питања утемељења, заснивања и/или откривања* (Црес, 18–19. 09. 2011), *Филозофија медија: медији и уметност* (Опатија, 19–22. 09. 2012); *Филозофија медија: медији и јавност* (Дубровник, 15–17. 11. 2013); *Филозофија медија: будућност медија* (Црес, 18–21. 09. 2014); *Филозофија медија: креативност и медији* (Црес, 17–20. 09. 2015); *Филозофија медија: митологија и имагинација* (Црес, 22–25. 09. 2016); исто.

8 Скупове је редовно пратило публиковање зборника радова, а у међувремену су приређени и темати у часопису *Култура*, те одржани многобројни циклуси трибина и округлих столова у Београду (Дом омладине, Студентски културни центар, Завод за проучавање културног развитка Србије) и Шапцу (Културни центар Шабац), на тему филозофије медија. Видети у часопису *Култура* о теми *Филозофија медија*: Вуксановић, Д., Алић, С. и Ћаловић, Д. (2012) *Филозофија медија, Култура* бр. 133, Београд: Завод за проучавање културног развитка Србије.

9 Вуксановић, Д., Ћаловић, Д. и Ђорђевић, М. М. нав. дело.

10 Muhammad, A. (2016) The relevance of philosophy in media and communication research, *Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*,

сматрајући да филозофирање, као такво, представља нужан исход филозофске комуникације, а она је „интегрални део филозофије”¹¹. Другим речима, савремена филозофија не може се студирати без ослоњања у комуницирању (што је њена карактеристика сагледана у распону од Сократа /Socrates/ до Хабермаса /Habermas/ и Апела /Apel/), те је тако комуникација постала субјект филозофских истраживања или би бар то требало да буде. Ово, у исто време, не значи да филозофија медија настоји да успостави примат у изучавању сфере комуницирања, већ само да је неопходна као недостајућа дисциплина (синтеза) унутар савременог корпуса знања о комуницирању.

С друге стране, филозофија медија, потекла из домена естетике, додирује се и с једном посебном облашћу примењене естетике, а то је естетика комуникација. Наиме, естетика комуникација, како само име каже, бави се естетском (чулном) страном комуницирања које је, како смо мало пре истакли, неопходно филозофији. Опажајна димензија комуницирања, те естетско искуство које одатле проистиче, било да је реч о телима, гестовима или уметности, представља интердисциплинарно конституисани предмет естетике комуникација.¹² По својој интердисциплинарности и тематици коју обрађује, за естетику комуникација би се с правом могло рећи да представља оно тематско-методско осавремењавање и проширење савремене естетике које проблемски води до филозофије медија. У чему је, међутим, разлика и како је треба разумети?

Иако естетика комуникација као свој истраживачки предмет, најшире узевши, третира готово све савремене чулне феномене, она је концентрисана више ка оној страни чулности која припада свету уметности и хуманих естетских вредности, а које спадају у оквире најразличитијих комуникацијских активности. За разлику од естетике комуникација, филозофија медија се односи према нешто одређенијем предмету истраживања и комуницирања третира искључиво кроз медијску призму: приступ предмету испитивања, односно медијима, такође је интердисциплинарне природе, али се не тиче само естетске, него и филозофске стране истраживања. Тачније, иако је филозофија медија поље истраживања интердисциплинарног карактера, она се првенствено темељи у филозофији – из које, најшире гледано, црпи своју

11 Исто, стр. 10.

12 Видети: Кон, Ж. (2001) *Естетика комуникације*, Београд: Клио.

епистемолошку, онтолошку, етичку, естетичку, и сличну истраживачку инспирацију.

Шта су основни разлози који су условили појаву филозофије медија и да ли она представља неко посебно, критичко проширење естетике нашег доба, или пак самосталну дисциплину, која тежи еманциповању од естетике упркос томе што као једну од својих развојних могућности, унутар властитог интердисциплинарног распона истраживања, негује естетику медија. Најпре, само питање заснивања филозофије медија, коју тек очекује дијалектички пут утемељења, пошто је реч о релативно младој филозофској дисциплини, врло је сложено и почива на ноторној чињеници да су медији данас обухватили свет и обујмили стварност, те да као широко распрострањени, а недовољно познати феномен, заслужују системско проблемско испитивање, које се неће ослањати на до сада позната знања, односно уверења о медијима, присутна у комуникологији, студијама медија и културе, социологији или психологији медија, већ ће у себи садржати карактеристичну филозофску димензију и приступ – мишљење мишљења (о медијима).

Све претходно речено, на изванредан начин, значи да се филозофија медија не уплиће толико у саму чулност и она сазнања која су у основи чулног порекла (као што то чине естетика и естетика комуникација), већ она треба да конституише општи теоријски оквир за повезивање таквих знања у једно, имајући, пре свега, у виду критичко-проблемско преиспитивање чулности која се генерише, репродукује, дистрибуише и реципира медијским путем. Ова потрага за синтезом представља полазну тежњу филозофије медија, њен специфични сазнајни ерос – да се медијски свет стави под критичку лупу рефлексија филозофске, па и естетичке природе, како би из такве једне критике израсла свеобухватна теорија која ће се бавити и чулним сазнањима и комуникацијама и стварношћу, али из оптике која подразумева стварност једне нове медијске културе.

С овим у вези, ваља напоменути да се као важан интегрални део филозофије медија, а унутар управо ове дисциплине, а не естетике, развија и естетика медија. Занимљиво је да ова релативно нова истраживачка област више задире у филозофију, па тако и филозофију медија, него што се ослања на традиционалну (општу) естетику и њена посебна усмерења. Ипак, она је, како се чини, основна спона између естетике нашег доба и филозофије медија. Примера ради, поједини интерпретатори естетику медија виде као подручје истраживања које се налази негде између феноменологије,

естетике окружења и филозофије технологије.¹³ Повратак на филозофске теме нарочито је упадљив када је реч о естетици окружења (*environmental aesthetics*), која би, на извештан начин, требало да буде пандан филозофији природе. Осим овога, естетика медија ваљало би да се бави и „медијски сензитивном” теоријом текста, односно начинима трансформисања текста у одговарајући медијски садржај.¹⁴ Оно што је, заправо, према нашим схватањима, и најзначајније, како за естетику медија тако и за филозофију медија, јесте то да се најпре унутар ових дисциплина утемељују носећи појмови, да би се тек потом оне могле развити као засебне области истраживања.¹⁵

Шта је *novum* који у односу на општу естетику доноси филозофија медија, а у чему се она ослања на традицију? Већ је речено да савремени медији генеришу један нови чулни универзум (простор-време), који није непосредно опажљив, али је ипак опажљив. Савремена комуникациона технологија, која омогућава такво једно артифицијелно посредовање чулно опажљиве стварности, својим системским деловањем, односно применом, потпомогла је да ова нова парадигма постане једна посебна врста естетске стварности – медијска реалност. Ову реалност у тексту условно посматрамо као јединствену, мада се она може поделити на симулирану, кибер, виртуелну, дигиталну и томе сличну стварност, при чему могуће класификације ближе одређују начин њеног настанка, у технолошком смислу речи.

На ову реалност, могуће је, по нашем мишљењу, апликовати већину традиционалних естетичких знања, штавише – готово сва питања која су релевантна за традиционалну естетику и њен појмовник, углавном се могу, на сличан начин, упутити и медијској естетици, при чему се за филозофију медија везује шири хоризонт очекивања, који у себи обухвата и онтологију и епистемологију и етику медија, а понајвише проблемски приступ целокупној сфери медија и њеној засебној стварности. Не треба, притом, заборавити да је ова сфера, односно полазиште за анализу, те чулни предмет филозофије медија, својеврсна комуникабилна естетичност као таква, али која није хуманог већ артифицијелног (техничког) порекла и карактера.

13 Hausken, L. (2016) My take on Media Aesthetics – Position paper, *Sensorium Journal* 1, на страници: <https://liu.se/sensorium/my-take-on-media-aesthetics/>; Приступљено: 27. 07. 2018.

14 Исто.

15 “Since the term medium still was of importance to us, we came up with ‘media aesthetics’, first as a label, then as a notion to be developed”. Исто.

Новоуведена разлика показује се као битна за раздвајање предмета истраживања између естетике и филозофије медија, јер последња истражује техничким путем генерисану чулност, која је, уз то, и *a priori* комуникабилна, тј. првенствено је намењена комуницирању. Такође, основна сврха овако произведене чулности тржишног је карактера, иако то није уочљиво на први поглед. Стога је задатак филозофије медија, између осталог, да укаже на интересну позадину која стоји иза медијске естетике и оних вредности које се групишу око ње. Другим речима, филозофија медија, као примењена естетичка (филозофска) дисциплина, има задатак не само да истражи чулно, лепо и уметничко у свету медија, већ да ову парадигму подвргне системској критици. Отуда она, у сазнајном контексту, користи готово све расположиве алатке естетике, али се рефлексивно-критички подухвата и дубљег задатка, проблемски радећи на властитом предмету истраживања.

Битно диференцирање између предмета естетике, најшире узевши – а то је повезано с чулним сазнањем, и предмета филозофије медија, састоји се у томе да се овај други, за разлику од предмета естетике, константно мења и реформулише, услед сталног усавршавања технолошке стране медијским путем произведене (ететске) културе. Речју, чини се да је филозофија медија, у односу на естетику, адаптивнија, посматрајући истраживачки контекст, односно тзв. дух времена, пратећи његове сталне промене, диктиране технолошким напретком и иновацијама. Такође, филозофија медија углавном је проблемско-критички настројена према владајућим друштвено-економским вредностима, што с естетиком често није случај. И најзад, филозофија медија не само што ни приближно није дефинисала свој истраживачки предмет, већ то није учинила ну у погледу метода, а ни основних појмовних категорија којима оперише. Што се терминологије тиче, и ту је, за разлику од естетике, филозофија медија на самом почетку. Све ово може се узети у обзир било као компаративна предност или недостатак филозофије медија у односу на њену матичну дисциплину. Па ипак, заступајући, на себи својствен начин, и естетику и филозофију у оквирима данашњих интер- и трансдисциплинарних истраживања домена комуникабилне чулности, филозофија медија настоји да оствари онај задатак који је Хегел (Hegel) приписао филозофији – да је своје време у мислима захваћено.

ЛИТЕРАТУРА:

Hausken, L. (2016) My take on Media Aesthetics – Position paper, *Sensorium Journal* 1, на страници: <https://liu.se/sensorium/my-take-on-media-aesthetics/>.

Кон, Ж. (2001) *Естетика комуникације*, Београд: Клио.

Muhammad, A. (2016) The relevance of philosophy in media and communication research, *Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, Volume 21, Issue12, Ver. 2.

Stepanov Dr. M., *What is pragmatic media philosophy in philosophy of media?*, поглавље 1. “What is the philosophy of media?”, на страници: <http://www.nordprag.org/papers/epc1/Stepanov.pdf>.

Вуксановић, Д. (2007) Естетско у медијима и у естетици, у: *Филозофија медија: Онтологија, естетика, критика*, Београд: Факултет драмских уметности: Институт за позориште, филм, радио и телевизију, Чигоја.

Вуксановић, Д. (2017) Перспективе филозофије: Филозофија медија, у: *Филозофија медија 3: Онтологија, естетика, критика*, Београд: Факултет драмских уметности: Институт за позориште, филм, радио и телевизију, Чигоја.

Вуксановић, Д., Алић, С. и Ћаловић, Д. (2012) Филозофија медија, *Култура* бр. 133, Београд: Завод за проучавање културног развоја Србије.

Вуксановић, Д., Ћаловић, Д. и Ђорђевић, М. М. (2018) Текст позивног писма за научну конференцију *Филозофија медија: Медији и алтернатива*, Јагодина, Кончарево.

Divna Vuksanović
University of Arts in Belgrade, Faculty of Drama Arts –
Department of Theory and History, Belgrade

AESTHETICS AND MEDIA PHILOSOPHY

Abstract

This text deals with the relation between the aesthetics and the philosophy of the media, in a number of ways. First of all, the article shows that the philosophy of the media has been first recognized in the domain of aesthetics, or more precisely, modern aesthetics. Then, it determines the subject of research, in relation to aesthetics as the preceding discipline. In terms of research methods, the paper continues with a comparison between aesthetics and the media philosophy. Namely, the media philosophy, in contrast to aesthetics, appears exclusively in the context of interdisciplinary research. Also, the philosophy of the media is related to the aesthetics of communication, and is then considered in relation to the media aesthetics. It turns out that the philosophy of the media really uses the same repertoire of issues as the aesthetics, but additionally poses those questions that relate to new aesthetics i.e. the media reality. Such reality is, as we well know, a result of technology. The media philosophy, however, does not question just the artificially or technologically produced sensibility, it also deals with the theories that define such sensibility. This is why the media philosophy is an opinion of an opinion that studies the entire domain of the media, including different theories of the media. And finally the media philosophy, which is definitely more than a mere aesthetics of the media since it has its own epistemological, ontological, ethical and other aspects of study, is most of all based on the critique of the media as well as the background of the media – which is the world of the capital. It is, therefore, an engaged theory whose starting point is in aesthetics and the outcome in a critical questioning of the sphere of sensibility generated in the media.

Key words: *aesthetics, media philosophy, aesthetics of communication, aesthetics of the media, critique*