originalni naučni rad

7.01:111.852
ID: 183376396

ESTETIKA, KULTURA I SAVREMENA UMETNIČKA PRAKSA

Divna Vuksanović[1]
Univerzitet umetnosti u Beogradu
Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

Apstrakt:

Tekst nastoji da preispita status estetike danas, te da problematizuje njenu predmetnu oblast i, eventualno, markira osnovne relacije koje ona uspostavlja sa svetom kulture i medija, kao i s pitanjima savremenog umetničkog stvaralaštva. Na tragu postulata kritičke teorije društva i Benjaminovih refleksija o „dezauratizaciji" umetnosti, smisao teorije o umetnosti, u doba sofisticirane estetike, biva zamenjen jednom vrstom procesa bespojmovne, tehničko-tehnološke medijatizacije, neposredno proistekle iz digitalizovanog interaktivnog okruženja. Vladajuća paradigma tzv. „remix kulturne strategije" koju detektuje Lav Manovič, ne ostavlja mnogo mesta za razvoj kako umetničke alternative, koja postoji izvan sveta medijske kulture, tako i estetičke teorije koja postepeno gubi jedan od svojih tradicionalnih predmeta kakav je umetnost, menjajući time i dosadašnji položaj, usmerenje i identitet.

Ključne reči:

estetika, smisao, savremena umetnost, mediji, kultura.

Osnovni problem kojim ćemo se ovde baviti jeste: „Čemu umetnost u doba sofisticirane teorije"?, što ujedno implicira pitanje smisla savremene estetike, kao i tvrdnju da vladajuće (estetičke) teorije danas bitno, a možda i presudno, utiču na modelovanje savremene umetničke prakse, pa čak i na budućnost umetnosti kao takve. Ali, valja naglasiti da se ovo događa na jedan veoma specifičan i, moglo bi se reći, posve indirektan način. Naime, ova simptomatična činjenica tesno je povezana s kulturnim, medijskim i tržišnim kontekstom produkcije sve većeg broja dela iz oblasti savremene umetnosti, u kome se događaju određene transformacije, što se očigledno reperkutuje kako na planu savremene estetike i teorija umetnosti najrazličitijih škola mišljenja, pravaca i orijentacija, tako i na polju aktuelnog umetničkog stvaralaštva. Tako tradici-

1 divnavuk@eunet.rs

onalne estetičke teorije, pa čak i one kritičke provenijencije, sve više ustupaju mesto ideji poimanja estetike kao ontologije privida, dok umetnost, gubeći svoju „auru", metafizičku dimenziju ili povlašćeni status, u velikoj meri biva asimilovana svetom materijalne kulture, vulgarnih tržišnih odnosa i njihove akutne i sveopšte simbolizacije, što se događa posredstvom primene novih menadžerskih veština i komunikacionih tehnologija, tako da, u načelu, malo toga preostaje za alternativno delovanje, kako unutar područja istraživanja same estetike, tako i u okvirima savremene umetničke prakse.

Rečju, u doba prevalencije teorije (posmatranja, percipiranja) nad praksom (aktivnost, delanje), potom intenziviranja kruženja, razmene i potrošnje informacija, a u odnosu na standardne radne aktivnosti, te sveta kulture nad umetnošću, estetska paradigma, kao sinteza gotovo celokupne (kulturalne, medijske i tržišne) prakse, najčešće ostavlja na periferiji svojih interesovanja odnos između estetike i umetnosti, preusmeravajući preispitivanja današnjih istraživača prema opštim metafizičkim pitanjima ontologije gena (biologija) ili potrage za tzv. „božanskom" česticom (teorijska fizika), na primer, čime se ideali ontologije vidno premeštaju u domene ispitivanja fundamentalnih i pozitivnih nauka, kojima se, u izvesnom smislu, pridružuje i savremena estetika, radeći prevashodno na onim artificijelno ili teorijski generisanim materijalima, koji su stvoreni izvan granica odviše „uskog" područja umetničkog stvaralaštva.

U izrečenom retorskom pitanju, osim paušalno iznesene dijagnoze jednog *vremena kulture*, odnosno one relacije što se uspostavlja između teorije i prakse savremenog umetničkog stvaranja, koja se, na izvestan način, obrnula u korist nereflektovane ideje o tome da aktuelne teorijske platforme konstituišu sadašnji svet umetnosti, što u ranijim vremenima – ako se izuzmu intencije Aristotelove (*Aristhoteles*) *Poetike,* recimo, ili normativna estetika epohe klasicizma, kao i drugi karakteristični istorijski primeri – u principu nije bio slučaj, krije se izvesni redukcionizam, što se prvenstveno odnosi na samo prividno raznoliki svet estetičkih i estetskih teorija danas, koji se, svakako, ne može svesti na njihovu identičnu relaciju prema čitavom empirijskom opsegu nastajanja, recepcije i kritike sfere savremene umetnosti.

Ali, to ne znači da ni temeljne razlike između ovih teorija danas uistinu nisu svedene na minimum, i da se o njima ne može raspravljati sa stanovišta nekakvog posve uslovnog, uzajamnog nerazlikovanja. Reč je, naime, o mogućem diferenciranju samo u smislu tematskog (predmetnog) raspona primene današnjih estetičkih teorija, koje kao da u sve većoj meri gube interesovanje za

domen preispitivanja savremene umetnosti; to faktički znači da za savremena estetička gledišta umetnost više nije (ako je to ikad i bila) povlašćeni predmet izučavanja, već samo jedno od mnogobrojnih područja istraživanja koja su, u međuvremenu, kako se čini, zadobila sasvim drugi tok svojih problemskih usmerenja. Ovo se istovremeno odigrava i stoga što se iz globalnog plana razvoja matrica današnje kulture isključuju ili marginalizuju discipline poput filozofije, pa tako i filozofije umetnosti, odnosno tradicionalne estetike.

U isto vreme se različite teorije umetnosti, izučavajući svoj preširoko definisani predmet kroz specijalističke ili pak interdisciplinarne mogućnosti istraživanja, vidno udaljavaju od tradicionalnih pitanja estetike o pojmu, smislu, ontološkom statusu, ili kritičko-refleksivnom odnosu umetnosti prema transcendentalnom, povesnom, društvenom subjektu, ili pak samoj stvarnosti. Jedan od vodećih razloga za ovu promenu najverovatnije jeste taj što pomenute teorije i estetička tumačenja umetnosti postaju deo sveopšteg plana razvoja kulture, prateći trendove njenog rasta i ubrzanih transformacija. Dakle, strateška perspektiva kretanja, sada već uveliko globalizovanog horizonta kulture, i u sklopu njega, teorijske refleksije o umetnosti, kontekstualizuju, to jest nesumnjivo određuju recepciju, razumevanje, pa i produkciju savremenih oblika stvaralaštva.

S ovim u vezi, jedan broj savremenih ekonomskih teorija i teoretičara/teoretičarki, koji svoje interpretacije generišu pod snažnim uticajem sociologije Pjera Burdijea (*Bourdieu*), kao i Fiska (*Fiske*) i britanskih studija kulture, zalaže se za tretiranje (političke) ekonomije prevashodno u kontekstu razmene kulturnih vrednosti, ističući pri tom trend uključivanja savremenih umetnika u tržišne tokove potrošnje (marketing, odnosi sa javnošću, kreiranje stavova i ukusa potrošača, i sl.), kao i na estetizaciju celokupne prakse tržišnog poslovanja, i to ne samo u oblasti potrošačkih stilova, već i produkcije roba i usluga.[2] Empirijski posmatrano, teško je, naime, razdvojiti ekonomsku od ukupne kulturalne prakse čovečanstva, ukoliko se želi izbeći takvo korporativno ponašanje koje je vođeno i motivisano isključivo pohlepom za profitom[3]. A ovo je moguće zaobići tako što će se u komercijalne momente proizvodnih procesa, diktiranih prvenstveno ekonomskim imperativom, ugraditi i tzv. „kulturalni impuls" (*the cultural impulse*),[4] što bi trebalo kreativno da osnaži posustale institucije, organizacije i korporacije.

2 Uporediti, na primer, s Negus 2003: 115–117.
3 Ibid.
4 Ibid, 115.

Na drugoj strani, upadljivo prisutna tendencija da se na savremeni svet umetnosti gleda kao na poseban „sektor" delovanja u kulturi, a koji je u sprezi sa zabavom i rekreacijom, odnosno sve agresivnijim delovanjem medija masovnih komunikacija (radio, televizija, film, itd), u jednom delu teorijske literature posvećene ovim pitanjima, tretira se i s obzirom na upliv tehnoloških inovacija koje su izvršile veliki uticaj na planu tzv. izvođačkih umetnosti (*performing arts*), kao što su teatar, simfonijska izvođenja muzike, opera, ples, i dr., ali i tzv. lepih umetnosti (*fine arts*), naglašavajući pri tom ulogu muzeja koji su, zahvaljujući organizacionim, kao i transformacijama izvedenim u domenu uvođenja novih tehnologija u izložbene prostore aktuelnih postavki, zadobili posve drukčiju ulogu u razvoju kulturnog i umetničkog života našeg doba.

Intenzivirani trend rasta ovog sektora, potpomognut tehnološkim inovacijama sprovedenim unutar čitave sfere industrije kulture i zabave, a posebno u SAD, Kanadi, Australiji, kao i u Zapadnoj Evropi, može se pratiti, kako se navodi u knjizi *The Economics of Art and Culture* (*Ekonomija umetnosti i kulture*), počevši još od 1929. godine (misli se najpre na Ameriku, a potom i na druge zemlje razvijenog sveta), istovremeno sa zadobijanjem nove publike/konzumenata za ovakav vid mešanja umetnosti, kulture i zabavnih sadržaja, što je u direktnoj vezi s pitanjem smisla, kako umetnosti, tako i njenih estetičkih refleksija.[5]

Dakle, za današnji svet estetike, tematizacija umetnosti kao takve predstavlja, prema našem mišljenju, nedovoljno atraktivno područje ispitivanja, najmanje iz dva razloga: najpre stoga što savremena shvatanja kulture potiskuju na margine originalno umetničko stvaralaštvo, nastojeći da ga transformišu u svojevrsnu društveno-istorijski čitljivu, te time i relativno prihvatljivu, svetsku kulturnu baštinu, odnosno reprodukuju u onom razvojnom smeru koji nalaže određena kulturna politika (često tržišno orijentisana, kao i njoj sapripadni menadžment), a potom i zbog toga, što sam pojam umetnosti, kao i njegova sveukupna praksa, trpe izvesne izmene u sudaru s dejstvima tzv. „medijske kulture", koja preuzima primat ne samo u produkciji raznolikih estetskih formi i sadržaja, nego i same stvarnosti.

„Imaginarni svetovi", piše Dragan Ćalović u *Uvodu u teoriju medija*,

odavno su postali konstitutivni za naše razumevanje stvarnosti. Ovakav odnos ipak se ne može sagledati kao posledica razvoja elektronske tehnologije i masovnih medija u njihovom današnjem određenju. Bilo da su razlozi bili

5 Videti Heilbrun 2001: 11.

religijske ili lične prirode, čovek je još u davna vremena razvijao sposobnost da se uživi u konstruisane, imaginarne svetove. Do razvoja elektronskih medija, imaginarni svetovi najčešće su bili posredovani različitim umetničkim praksama (Ćalović 2009: 11).

Nasuprot ovome, današnje razvojne tendencije u svetskoj kulturi teže delimičnoj ili potpunoj supstituciji umetničkih praksi medijskim stvaralaštvom, na šta ukazuju i savremena tumačenja kako medija, tako i umetnosti. Sigurno je, takođe, da se bez ovih kulturoloških, odnosno medijskih konteksta sagledavanja krucijalnih pitanja iz oblasti savremene estetičke teorije, današnja umetnost ne bi mogla razumeti, a jednim delom ni stvarati, to jest produkovati.

Ukratko opisana situacija diktira, u isto vreme, da se teorijski interes za pitanja savremene umetnosti postepeno premešta ka njihovom preispitivanju u kontekstu različitih interpretacija sveta kulture, medija i ekonomije, asimilujući ovu problematiku u domen vrlo širokih odrednica studija kulture i medija. U ovom smislu reči, savremena estetika interesno koincidira i korespondira s predmetnim interesovanjima naročito ovih dveju teorijskih disciplina[6], dok one, povratno, utiču na redefinisanje tradicionalnih predmeta izučavanja estetike. Kao svojevrsna ideološka tvorevina novijeg vremena, poput estetike nekada, studije kulture sebe situiraju u isti onaj interpretativni kontekst koji teorijski (i praktično) vrednosno proizvode. Kulturni pluralizam, multi- i interkulturalnost, pojmovi Drugosti i Različitosti, kulturni i/ili alternativni identiteti, relacija: lokalno – globalno, i sl., postaju teme ne samo kulturnih, kao i studija medija, već indirektno, i estetike našeg doba.

Ovo se posebno odnosi na istraživanja popularne kulture i njenih fenomena, što je urušilo barijeru koja se stolećima nekritički održavala između tzv. „visoke" i popularne kulture (kao „nižeg" oblika kulturnog izražavanja i delovanja), ali i uzdrmalo tradicionalnu estetičku valorizaciju sveta umetnosti u odnosu na kič i šund, implicitno time uslovivši i održavanje ovih razlika. S druge strane, aktuelno tržišno posredovanje između fenomena savremene umetnosti i publike[7], dovelo je do sve većeg stepena komercijalizacije ove sfe-

6 Pokatkad se one tretiraju kao jedna disciplina, a ponegde se definišu odvojeno.

7 Diferenciranje javnosti na publiku i ne-publiku doživelo je, prema rečima Ortege i Gaseta (*Ortega y Gasset*) svoj vrhunac kada je reč o recepciji nove, moderne umetnosti (Debisi /*Debussy*/, Stravinski /*Stravinski*/, *etc.*), pošto je „klasni" jaz između onih koji je razumeju i onih koji je ne razumeju, pa samim tim i ne prihvataju, sa sociološkog stanovišta posmatrano, postao toliko oštar i upadljiv, da je uslovio rascep na povlašćenu manjinu, s jedne, i inferiorne mase, s druge strane. Nakon ovoga, tržišnim i masmedijskim mehanizmima posredovanja, te popularisanjem formi i sadržaja „visoke" kulture i elitističkih (i avangardnih) umetničkih dela, dolazi

re, u svrhu njene demokratizacije (tj. njene potencijalne dostupnosti potrošačima), ali i porasta profitabilnosti. Vorholov (*Warhol*) pop art adekvatno ilustruje gubitak ovih granica u samoj stvaralačkoj praksi: ono što je savremena umetnost može predstavljati i kulturni artefakt i visokokomercijalizovani proizvod sveta popularne kulture. Tako sada umetnička publika i tržište zadobijaju moć standardizacije umetničkih i kulturnih proizvoda, obavljajući funkciju „preskripcije" vrednosti normativne estetike, dok se umetnička kritika uglavnom redefiniše kao veština PR-a.

Osim tržišta, kako piše Miroljub Radojković u studiji *Medium sindrom*, aktuelno izvedena komunikaciona revolucija „utisnula je neizbežan pečat kulturi. Knjiga, novine, radio, film i televizija nametnuli su dilemu: elitna ili masovna kultura" (Radojković 2006: 20). Tehnička demokratizacija i pojeftinjenje kulturnih dobara standardizovali su kulturne tvorevine, približivši ih ukusu šire publike, komentariše dalje Radojković.

> Za uzvrat, stvaralaštvo je industrijalizovano (timski rad), preovlađujući masovni ukus inklinira padu, širi se funkcionalna nepismenost, sparušava se jezik, bujaju potkulture i protivkulture. Ako je već standardna komunikaciona tehnologija uništila kultnu auru oko umetničkih predmeta, logično je da u sledećem koraku razori i auru oko tvorca. [...] Komunikaciona tehnologija je, znači, već sada penetrirala u ontologiju (Radojković 2006: 21).

Generalno uzevši, savremena (estetička) teorija, istraživački usmerena kako na medije, tako i na kulturu i umetnost uopšte, pratila je intenzivni tehnološki rast u oblasti masovnih komunikacija i donekle ga je ideološki u sebe apsorbovala, pretvarajući masmedijsku paradigmu u *ovde* i *sada* savremene kulture, čime je, ujedno, odredila smernice i okvire za ukupnu delatnost u oblasti umetničkog stvaralaštva. Ovim je budućnost umetnosti nekritički dovedena u vezu sa tzv. novim tehnologijama i njihovim izražajnim, distributivnim i korisničkim mogućnostima, što je kao posledicu imalo posvemašnju „medijatizaciju" savremene umetnosti i odredilo njeno kretanje ka sferi multimedije; identičan proces, koji je logički prethodio ovom događaju, odigravao se na planu tzv. medijskih konvergencija, koje su naposletku dovele do

do nivelacije ovih razlika, čime se mase prividno ili realno uključuju u aktuelni svet kulture i društva, postajući tako konstitutivni deo ovih entiteta. Upor. Ortega y Gasset 1956: 6.

karakterističnog „mešanja žanrova“ umetnosti i medija, a u opsegu kretanja globalne kulture i postojećih tržišnih odnosa, što su ovu transformaciju interesno podsticali.

Mnogobrojne primenjene estetičke i medijske teorije našeg vremena su na relativno korektan, analitički i refleksivano utemeljen način pratile i problematizovale „gubitak aure“ umetničkog dela u eri tehničke reproducibilnosti,[8] najčešće, ipak, ne dosežući, svojom analitikom i/ili kritikom, do suštine i celine problema, što je indirektno doprinelo daljem jačanju sprege koja se uspostavila između sveta kulture, tržišta i medija, to jest tehnologije s jedne, i savremene umetnosti s druge strane, pri čemu čitavu oblast teorije ovde možemo „čitati“ kao jedan od (mnogih) tekstova savremene kulture. U najkraćem, globalno tržište, mas-mediji i nove tehnologije, generisali su jednu kulturu koja je bitno odredila usmerenje teorijskih interpretacija sveta današnjeg iskustva, kao i savremene umetnosti.

Međutim, evidentno je, takođe, da je današnji kulturni kontekst istraživanja pre svega materijalistički određen. Otuda i one, danas sve malobrojnije, estetičke interpretacije, bilo sveta umetnosti, ili iskustva uopšte, koje neguju idealističku tendenciju pristupa svom predmetu, izbegavaju tematizovanje tehnologije u odnosu na relevantnu umetničku praksu, dok, nasuprot ovome, jedan, i to ne mali, broj estetičkih i umetničkih teorija i teoretičara, hipostazira ovu iznova uspostavljenu relaciju između sveta tehnologije i umetnosti. To istovremeno ne znači da je – iako je materijalistička pozicija naglašeno prisutna u savremenom stvaralaštvu – ova situacija adekvatno reflektovana, odnosno dovoljno kritički preispitana u našem vremenu.

Zanimljivo je, međutim, da najnovija kulturološko-medijska, kao i društveno-ekonomska paradigma u kojoj se događa savremena umetnost, generiše, u isto vreme, i novi profil umetnika kao stvaraoca, što svoju poetiku kreira u skladu sa zahtevima koje uspostavljaju teorijska kreatanja na planu savremene estetike. Karakterističan je, u ovom smislu, primer Lava Manoviča (*Manovich*), vizuelnog umetnika koji je istraživao mogućnosti svog izraza posredstvom korišćenja novih alatki i komunikacionih tehnologija, što je naposletku rezultiralo i radovima iz oblasti teorije umetnosti i medija, te kon-

8 U pokušaju da uspostavi veze između umetnosti, tehnologije i politike, Benjamin je, kako je poznato, inaugurisao jedan broj novih estetičkih pojmova, kao što su: „aura“, „reproducibilnost“, „monumentalnost“. Videti *Caygill* 1998: 93.

stituisanja novog pristupa estetici i novim estetskim fenomenima, odnosno kulturi, medijima i savremenoj umetničkoj praksi.[9]

U programskom tekstu „What comes after Remix" („Šta dolazi posle *remixa*"), rukovodeći se vokabularom savremene DJ potkulture, Manovič konstatuje da se nakon iskustva postmoderne 80-ih godina XX veka, za početak XXI, kao glavna odrednica kulture, pojavljuje sintagma „remiks kultura" (*remix culture*), kojom se aludira na fuzionisanje, kolažiranje i, uopšteno rečeno, mešanje različitih „kulturnih i životnih stilova", prisutnih u području muzike, mode, dizajna, *web* aplikacija, i sl.[10] *Remix* je, takođe, ona kompleksna sinteza različitih oblika kulture, odnosno aktuelna kulturna praksa, koja se strateški povezuje s delovanjem kako postmoderne, tako i procesa globalizacije, ali i tzv. novih (umetničkih) medija, što sve artikuliše savremena medijska estetika.[11]

Iako isprva povezana sa aktuelnim kulturnim obrascima i fenomenima, „remiksabilnost" (*remixability*), kao potencijal koji se vezuje za svojevrsnu medijsku kombinatoriku što se kreće ka multimedijalnom umetničkom izrazu, predstavlja, prema Manovičevim impresijama, i vodeći estetički zahtev našeg vremena, koji pred savremene umetnike postavlja nove izazove „kolažiranja"

9 U domaćem kontekstu posmatrano, čitava jedna generacija mladih umetnika, stvaralaca koji deluju u oblasti likovnih i vizuelnih umetnosti, kao i tzv. proširenih medija, a obrazovana na interdisciplinarnim studijama Univerziteta umetnosti u Beogradu, na grupi za teoriju umetnosti i medija, poput Saše Petrovića, Predraga Terzića, Danila Prnjata, Dragana Ćalovića, Vladislava Šćepanovića i drugih, u okviru vlastitog stvaralačkog opusa primenjuje teorijska znanja iz oblasti estetike, teorije umetnosti, teorije i filozofije medija. Većina ovih umetnika kritički promišlja svet današnje kulture, umetnosti i medija, što najčešće čini sa pozicija društvenog angažmana umetnosti, intervenišući u odnosu na stvarnost.

10 Videti Manovich 2007.

11 "In conclusion let me offer you a different metaphor to think with about this cultural slice which we also call 'new media.' This metaphor is that of 'remix.' I often look at contemporary culture in terms of three key processes – three different kinds of remixes. The first remix is what already for a few decades we referred to as 'post-modernism'- the remixing of previous cultural contents and forms within a given media or cultural form (most visible today in music, architecture, and fashion). The second type of remixing is that of national cultural traditions, characters, and sensibilities intermingling both between themselves and also interacting with a new 'global international' style. In short, this is the remix of 'globalization.' 'New media' then can be thought alongside these two types of remixes as the third type. It is the remix between the interfaces of various cultural forms and the new software techniques – in short, the remix between culture and computers. Its cultural logic is new not because this is 'modernist new' which tried to erase the past – on the contrary, it is new because of the scale of the remix process at work, its speed, and the components themselves involved. Some of the results, which are being generated, are trivial, some are OK, and some are brilliant. While computer is a very powerful remix instrument, what comes out from it is ultimately up to the creative individuals who are at the controls of the computers – you." Lev Manovich, http://www.nyartmagazine.com/index.php?option=com_content&task=vieweid=26308&Itemid=694.

različitih medija i medijskih tehnologija: pokatkad je ova hibridnost vizuelno pregledna i opažljiva, a ponekad je u pitanju kombinacija ili jukstaponiranje vizuelnih i „vizibilnih"[12] umetničkih komponenti, to jest različitih medijskih formi i tehnika izražavanja, tako da one manifestuju kako vidljive, tako i nevidljive efekte ovog tipa kolažiranja. *Remix* je, otuda, u osnovi, ne samo ono što je manifestni, već i latentni (i čulno neopažljivi) deo kulturnog stvaralaštva, pri čemu sav realitet, kao i potencijale ovako shvaćene kulture, determiniše svet novih medijskih i komunikacionih tehnologija.

U tom smislu reči, savremena estetika, prema Manovičevim sugestijama, (treba da) istražuje ono što stoji „iza" ovakvih efekata umetnosti. Jasno je pri tom da se oni proizvode, poput „specijalnih efekata" u savremenom filmu, na primer, intencionalno, ali ne uvek i s namerom da budu opaženi. Ovde nije, kako to na prvi pogled može da izgleda, posredi nekakva nereflektovana metafizičnost samog umetničkog dela, nego su to, pre svega, njegove tehnološki konstruisane pretpostavke, po čemu se Manovičeva teorija (i poetika) bitno razlikuje od svih estetičko-metafizičkih pregnuća njegovih prethodnika. Dakle, u slučaju teorijskih refleksija ovog umetnika – koje su simptomatične za celokupnu scenu aplikovanja najnovijih tehnoloških dostignuća u domenu višemedijske umetnosti – svakako nije reč o tradicionalno shvaćenom esencijalizmu i metafizičkim konotacijama određenih slojeva umetničkog/umetničkih dela, već o generičkim (softverskim) karakteristikama onoga što omogućava, uslovljava i, najzad, konstruiše „estetske" efekte u recepciji velikog broja dela savremene umetnosti.

U svom vizionarstvu, Manovič ide i dalje, anticipirajući postojanje tzv. postmedijske estetike,[13] koja postulira estetska (stvaralačka i korisnička) iskustva nakon epohe *remixa*. Postmedijska estetika je pri tom određena kao ona teorijska pozicija, koja u sebe integriše iskustva medijske kulture koja joj prethodi, a ostvarila se u okvirima širokog spektra delovanja tzv. medija masovnih komunikacija, ali se istovremeno okreće i komunikacionim strategijama i stvaralaštvu u domenu tzv. novih medija. Kultura je, u ovom interpretativnom okviru, viđena kao potpuno zaokruženi kulturni softver, tj. ona medij-

12 Izraz je preuzet od Koste Bogdanovića, savremenog srpskog umetnika i teoretičara vizuelne kulture. Interesantno je da je ovaj umetnik, baveći se istraživanjem forme i eksperimentisanjem u radu s različitim materijalima, stvarao opus, između ostalog, i u domenu modelovanja tzv. „auratične forme". Njegov koncept vizibilnog, u najkraćem, evocira kantovsku ideju čistog (empirijski nevidljivog) opažaja, tj. jednu estetiku prostora, koja je starija i nezavisna od iskustva, dok ga, u isto vreme, čini mogućim.

13 **Videti Lev Manovich,** *Post-media Aesthetics*, http://www.isisconcpetuallaboratory.com/teaching/Post_media_aesthetics1.pdf.

ska tvorevina koja svoj kontinuum obezbeđuje kao tehnički (elektronski) sintetizovana tvorevina, zajedno sa svim svojim umetničkim derivatima.

Promena u odnosu na tradicionalnu estetiku, koja umetnost tipološki određuje rukovođena samim medijumom stvaralaštva, deleći pri tom umetničke discipline na tzv. vremenske (muzika, ples) i prostorne (slikarstvo, skulptura, arhitektura), po Manovičevom shvatanju, dogodila se kada su mediji masovnih komunikacija, korišćeni u funkciji umetničkog izražavanja, i to najpre fotografija i film, a zatim i televizija *kao mas medij* i video *kao umetnički medij*, praktično nivelisali ovu tradicionalnu distinkciju i tipologiju, prevodeći je na plan onog razlikovanja koje se ticalo načina distribuiranja umetničkih dela, što je bilo/postalo više ekonomsko, odnosno sociološko (i, u krajnjoj instanci – tehničko), nego estetičko pitanje.

Nadalje, oblasti kulture, umetnosti i tradicionalne estetike, kako smatra Manovič, doživele su, zahvaljujući ekspanziji medija masovnih komunikacija 60-ih godina, a potom, i digitalnih medija 80-ih i 90-ih godina prošlog veka, fundamentalne transformacije. I dok prva faza naznačene promene relativizuje razliku između umetničkog i medija masovnih komunikacija, dotle druga etapa tzv. „digitalnog napada" (*digital attack*), koji je izvršen od strane novih, tzv. digitalnih medija, a u odnosu na elektronske medije masovnih komunikacija, bitno menja načine proizvodnje, skladištenja i distribucije informacija i artefakata ujedno, u pokušaju jednog sveobuhvatnog digitalizovanja svih do sada poznatih medijskih formi i sadržaja, ili pak njihovog kombinovanja (elektronski i digitalni sadržaji) u jedinstvenu medijsku (infra)strukturu globalnog karaktera.

Drugim rečima, izmena tradicionalnog pojma (umetničkog) medijuma, uticala je na transformisanje ideje čitave kulture, tradicionalne umetnosti i njoj odgovarajuće estetičke paradigme, koja je, povratno, delovala na stvaralačku praksu umetnika/umetnica i umetničkih grupa koje aktivno deluju u prostoru *postdigitalne* i *postnet kulture*. Revolucionarna promena koja je danas nastupila u oblasti medija (koji to više nisu u tradicionalnom smislu pojma, nego su zasnovani na kompjuterskim tehnologijama), tvrdi Manovič, više se ne odnosi na konkretni materijal kao medijum u kome se umetničko delo artikuliše ili izvodi, već upravo na tehnologiju u kojoj se delo stvara i putem koje se reprezentuje, to jest distribuira do krajnjih korisnika. Osim što je ova tehnologija digitalna, ona, u sve većoj meri, postaje i interaktivna, a to znači da se i pojam autorstva dela, ne samo tehnički, već i suštinski, relativizuje, što korisnicima daje veće mogućnosti (koautorskog) manevrisanja u otvorenom polju kreativnog izražavanja.

Pored okretanja koautorskom konceptu kreativnog ponašanja u umetničkim medijima današnjice, sve veći broj dela nastaje bilo kao rezultat grupnog (kolektivnog) interaktivnog delovanja (recimo internet teatar, pojedine književne ili muzičke tvorevine, namenski pisane za kompjutere ili internet, i dr.), na šta upućuju kako opšte tehnološke pretpostavke artikulisanja medijske kulture, tako i teorijska literatura koja prati, reflektuje, podvrgava sumnji, subverziji ili kritici, i jednim delom podržava ovakve umetničke strategije. I ne samo to. Početna binarna pozicija: autor/ka – korisnik/ca umetničkog dela sve više se usložnjava time što se kao autori/ke, u ovom smislu reči, često pojavljuju interesne koalicije umetnika, filozofa, estetičara i teoretičara, s jedne, i inženjera/dizajnera, tj. kreatora odgovarajućeg kompjuterskog programa koji je neophodan za realizovanje umetničke ili teorijski koncipirane ideje, s druge strane. To znači da se pokatkad upravo teorijskim (estetičkim, filozofskim, pa i određenim ideološkim, odnosno političkim) konceptima zamenjuju originalne umetničke ideje, dok se, na drugoj strani, odgovarajućim tehnološkim rešenjima supstituiše umetnička dispozicija realizovanja nekog dela, procesa, akcije ili umetničkog projekta u celini ili delimično uzevši.

Na delu je, svakako, obrt koji se sastoji u tome da savremena (estetička) teorija i poetika bezmalo padaju ujedno sa realizovanjem umetničkog dela u sferi novih komunikacionih tehnologija i medija, a nije redak slučaj ni da mu vremenski, pa čak i logički prethode, pošto teorijski fundirana znanja u oblasti medijskog kreiranja stvarnosti bitno utiču i na savremenu, *mainstream* umetničku praksu. Iako su to, uglavnom, primenjena, a ne fundamentalna znanja vezana za oblast medijskih, kao i istraživanja sprovedena u oblasti komunikacionih tehnologija, određena teorijska paradigma u kojoj se kreće konceptualizacija, a potom i realizacija ovih dela ne može se olako dovesti u pitanje. Ovo, naravno, iznova pokreće različita pitanja kako tradicionalne, tako i savremene estetike, koja se tiču ontološkog statusa umetničkog dela, iščitanog u kontekstu strateškog delovanja *remixovane* medijske kulture, odnosa koji se uspostavlja između ideje i empirijske realizacije umetničkog dela stvorenog u novim medijima, problema autorstva, pitanja recepcije dela, i, najzad, osmišljavanja čitavog umetničkog i estetskog prostora današnjice.

Međutim, krucijalno pitanje koje se, s obzirom na celokupni tok dosadašnje interpretacije nameće, jeste – da li je ovde predmet rasprave umetnost ili njen (novo)medijski surogat, i kako stoji stvar s pokušajima usmeravanja (estetičke) teorije na konstantnu upitanost u pogledu toga šta se zapravo dešava s tradicionalnim vidovima umetničkog stvaralaštva u doba kulture *remixa*, a ponajpre, kako je moguća umetnička, ili bilo koja druga alternativna ljudska

praksa u vreme sveopšte tehničko-tehnološke, to jest bespojmovne medijatizacije i estetizacije stvarnosti. Jedna od strateških mogućnosti je autonomni umetnički rad koji pokušava sebe da zasnuje izvan ove dominantne paradigme (bilo tradicionalnim ili netradicionalnim umetničkim sredstvima: recimo kaligrafija, stari zanati i tzv. „povratak ruci"), odnosno ona umetnost koja je u kritičkom stavu prema *remixu*, a pri tom ne koristi ni „auratske" ni (multi) medijske stvaralačke potencijale (što je danas teško zamislivo, ali ne i neizvodivo), dok je drugi vid delovanja taktičke prirode, što praktično znači okretanje medija protiv samih medija: novih protiv starih, društvenih protiv masovnih, sofisticiranih prema tehnološki zastarelim komunikacijskim sredstvima, i *vice versa*.

Dvostruki status estetike danas (hipostaza i kritika) otvara se i kao pitanje dometa same umetnosti u odnosu na stvarnost – ili će ona biti medijski formatirana i kodifikovana jezikom naprednih tehnologija i sveta biznisa, ili će njena kritičko-stvaralačka pozicija rezultirati nekakvim novim kvalitetom koji će, u izvesnom smislu, delovati na izmenu stvarnosti. U svakom slučaju, današnja (estetička) teorija saodgovorna je za budućnost umetnosti, makar u onoj meri u kojoj je to umetnost sama, kao samosvest jedne epohe u nestajanju. Ukoliko nastoji da menja i anticipira neku novu stvarnost, u tome će joj različiti stvaralački potencijali svakako biti od koristi – što se prvenstveno odnosi na generičke svetove umetnosti.

Literatura

- Caygill, Howard. 1998. Technology and the Work of Art. *Walter Benjamin*, The Colour of Experience. London and New York: Routledge.
- Ćalović, Dragan. 2009. Savremeni mediji između imaginacije i refleksivne stvarnosti. *Uvod u teoriju medija*. Beograd: Megatrend univerzitet.
- Heilbrun, James; Gray, Charles M. 2001. Growth of the Art Sector. *The Economics of Art and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Manovich, Lev. 2007. What comes after Remix. http://www.manovich.net/DOCS/remix_2007_2.doc (15. 9. 2010)
- Negus, Keith. 2003. Identities and Industries: the Cultural Formation of Aesthetic Economies. *Cultural Economy* (eds. Paul Gay and Michel Pryke). London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publication
- Ortega y Gasset, Hose. 1956. *The Dahumanization of Art, and Other Writings on Art and Culture,* Garden City, N. Y: Doubleday Anchor Books.
- Radojković, Miroljub. 2006. *Medium sindorm*. Novi Sad: Protocol.

Divna Vuksanović

AESTHETICS, CULTURE AND CONTEMPORARY ARTISTIC PRACTICE

Summary:

The key issue we will address in this article is: "Wherefore art in the era of sophisticated theory?" At the same time, this issue implies the question of the meaning behind contemporary aesthetics, as well as the claim that, today, dominant (aesthetic) theories significantly – or even decisively – influence the modelling of contemporary art practice, or even the future of art as such. Still, it should be emphasized that this is happening in one very specific, or it could be said, rather indirect way. This symptomatic fact is tightly connected to cultural, media and market contexts of production of increasing number of pieces from the field of contemporary arts, in which certain transformations are occurring, which altogether subsequently has obvious repercussions on contemporary aesthetics and the theory of arts of the various schools of thinking, directions and orientations, as well as onto the field of the current artistic creation. Hence, the traditional aesthetic theories, and even the ones of critical provenance, are retreating in the face of the idea of the comprehension of aesthetics as an ontology of apparitions, whereas arts, through the loss of its "aura", a metaphysical dimension or a privileged status, have been, for the most of their parts, assimilated into the world of the material culture, vulgar market relations and their acute and all-encompassing symbolization, which is occurring through the application of new directing skills and communications technologies. Consequently, not much space is left for an alternative action, neither within the field of research of the aesthetics itself, nor within the framework of contemporary art practice.

Key words: *aesthetics, meaning, contemporary art, media, culture.*