

SIMONS, JAN 'NOVI MEDIJI KAO STARI MEDIJI: FILM'

Priredila i s engleskog prevela Tanja Vrvilo

S obzirom na činjenicu da je svaki medij jednom bio novi medij, teoretičari 'novih medija' zaokupljeni su novošću, osobitostima, uvjetima nastanka, međupovezanostima, međupodručjima i preklapanjima različitih medija. Sintagma 'novi mediji' (uz izraze kao multi-medij, interaktivni, digitalni i *online* medij) u učestalijoj je uporabi od 1990-ih u proučavanjima, a malo zatim i studijama filma, medija i komunikacije te se najčešće odnosi na digitalni prijenos nekog medija putem interneta, DVD-a i digitalne televizije te raznolike promjene povezane s novim tehnologijama. Pojam je u knjizi *Jezik novih medija* sustavno raščlanio utjecajni teoretičar Lev Manovich, a u zborniku *Knjiga novih medija* iz 2002. (koju je uredio Dan Harries), tiskan je njegov ogleđ *Stari mediji kao novi mediji: film* i ogleđ Jana Simonsa *Novi mediji kao stari mediji: film*. Oba ogleđa (u poglavlju o kontekstu) razmatraju međuodnos 'starog' i 'novog' medija ukazujući na povijesni, kulturni i tehnološki razvoj pokretnih slika te široko područje medijskih tehnologija, produkcijskih strategija, naracije, estetike, modela gledanja i potrošnje.

Teoretičar filma i novih medija Jan Simons predaje film i nove medije na Odsjeku za medijske i kulturalne studije na sveučilištu u Amsterdamu. Njegova su posebna područja zanimanja teorija filma (kognitivistički pristup, semiotika), suvremeni europski i holivudski film, digitalna kultura i tehnologije novih medija. Koordinira programe novih medija, bio je glavni urednik *Skriena*, autor je brojnih članaka te suautor i suurednik nekoliko knjiga.

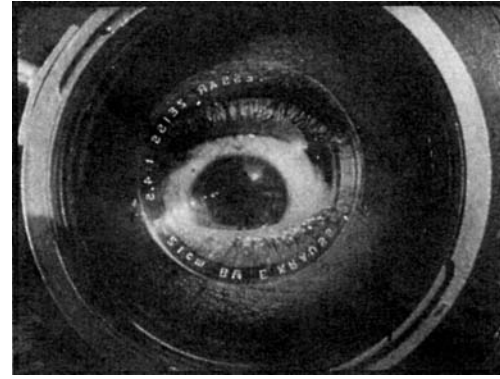
ŠTO JE S NAZIVOM?

Neosporno, naziv je višeznačan. S obzirom da se svaki stari medij može digitalizirati i uklopiti u nove medije mogli bismo reći da naziv novi mediji obuhvaća sve medije nakon što njihove razlike nestanu u 'pulsirajućoj struji bitova i bajtova'.¹ Pored toga, naziv novi mediji je generički termin koji ukazuje na srodnost digitaliziranih predmeta, poput imenica voće ili namještaj. Također, izraz novi mediji rabi se u množini, zato što se odnosi na nepregledni raspon zaista novih, digitalnih medija poput CD-romova, Web stranica, DVD-a, kioska, trodimenzionalnih okruženja virtualne stvarnosti, igračih konzola, pod uvjetom da su digitalni, multimedijalni i interaktivni što su obilježja koja se najčešće povezuju s novim medijima. No, znači li to da ako se film *Harry Potter i kamen mudraca* iz 2001. prikaže u kinu, objavi na video kazeti ili emitira na televiziji ostaje stari medij, a na DVD-u postaje novi medij? Odgovor je 'da', ako prihvatimo tvrdnju Marshalla McLuhana da je 'sadržaj' medija drugi medij. Ipak, to je manje očividno ako znamo da filmska adaptacija romana podrazumijeva temeljitije preoblikovanje 'sadržaja', načina na koji se tom sadržaju pristupa i kako ga se opaža od preobrazbe, primjerice, filma ili video zapisa u medij DVD-a, unatoč tome što je on digitalan, interaktivan i multimedijalan.

Mogli bismo reći da naziv novi mediji donekle nalikuje pojmu postmodernizam: čini se da svi znaju što oni podrazumijevaju, ali ne i njihovo precizno značenje. Kada govorimo da je medij ili da su mediji novi ili da je umjetničko djelo postmoderno ne kažemo previše, osim da se mediji označeni tim terminom razlikuju od medija koje znamo ili da je umjetničko djelo o kojemu raspravljamo nastalo poslije modernizma. Možemo navesti još neke sličnosti. S jedne strane, u samome nazivu sadrže opravdanje za svoju nejasnoću: 'novo' koje je uvijek nepoznato i 'post' koje upozorava da napuštamo poznato okruženje i ulazimo u neistraženo. S druge strane, oba se pojma pretjerano rabe u svijetu mode, oglašavanja i umjetničke kritike gdje je uvijek sve 'novo' i 'post' ili 'neo' i 'retro'. Upravo kao što je pojam postmoderno neopazice izišao iz mode, to će se dogoditi i terminu novi mediji. Što god oni zapravo značili, određuju stanje imenice kojoj su pridruženi upućujući na njezinu prolaznost i privremenost, naime, ništa ne može ostati novo ili post zauvijek. Industrija već koristi naziv širega značenja: 'tehnologije informacije i komunikacije', koji obuhvaća predmete poput mobilnih telefona na koje se obično ne odnosi termin novi mediji, te one koji



Abel Gance: *Napoleon* (Napoléon vu par Abel Gance; Première époque: Bonaparte), 1927.



Dziga Vertov: *Čovjek s filmskom kamerom* (Čelovek s kinoaparatom), 1929.

su već postali starim medijima. Preciznije, ukazuje na tehnološke osnove medija i namjere zbog kojih su nastali.

Tri obilježja koja se najčešće pripisuju novim medijima: digitalno, interaktivno i multimedijalno tvore pučku teoriju novih medija. Bez obzira na njihovu praktičnu, svakodnevnu uporabnu vrijednost, pučke se teorije najčešće temelje na intuiciji i fenomenološkom iskustvu, a ne na analizama i precizno definiranim pojmovima te pridonose mistifikaciji i nerazumijevanju. Pojmovi digitalan, interaktivan i multimedijalan mogu poslužiti kako bi se mogućem kupcu objasnili razlika između komputera i televizije ili CD-roma i audiovrpce, ali ne kao teorijsko određenje različitosti starih i novih medija. Ukratko, same riječi stari i novi, mogu teoretičare odvesti u pogrešnom smjeru.

PONOVNO PRONAĐENA REMEDIJALNOST

Razlika između starih i novih medija ističe koncepciju 'remedijalnosti' koju su uveli Jay David Bolter i Richard Grusin u svojoj utjecajnoj knjizi *Remedijalnost: Razumijevanje novih medija*. Remedijalnost, u svojemu najopćenitijem i najjednostavnijem smislu, znači 'prikazivanje jednog medija u drugome mediju', no u kontekstu digitalnih medija remedijalnost se odnosi na preciznije, digitalno medijsko prikazivanje njihovih preteča. To što novi mediji ponovno medijski obrađuju, 'remedijaliziraju' stari medij nije neobično ako znamo da se podaci iz svih medija mogu digitalizirati. Ipak, opisujući odnos između starog i novog medija kao 'remedijalnost' Bolter i Grusin ne samo što otvoreno prihvaćaju tu razliku kao čvrsto teorijsko polazište svoje koncepcije, nego je ujedno uklapaju u povijesno-umjetničku shemu koja potječe iz teorijskih modela starih medija, a ne iz empirijskog promatranja i raščlambe novih medija. Bolter i Grusin drže da ono što pokreće povijest medija općenito i povijest slikarstva, fotografije i filma pojedinačno jest potraga za ispunjenjem žudnje koju imenuju 'neposrednost', žudnje trenutnog bivanja u dodiru s prikazanim objektima bez zapreke medija koji posreduje prikazanom. Ta teorija umjetničke evolucije na tragu je André Bazinova poimanja povijesti umjetnosti i njezina podrijetla u 'kompleksu mumije', naime, žudnji da se nadvlada vremenitost i smrt. Ukratko, traganje za optimalnom sličnošću stvarnosti, prirodna je sudbina umjetnosti zbog psihološke potrebe za prevladavanjem smrti i razorna djelovanja vremena.² André Bazin smatra da je film posljednje i najsavršenije dostignuće potrage za 'balzamiranjem vremena', a Bolteru i Grusinu je uranjajuća virtualna stvarnost najnoviji medij 'potaknut nestajanjem'.³ Oni govore da 'novi mediji' pokušavaju postići iste ciljeve kao i njihove preteče, ali uspjelije i nadmoćnije, napokon, novi mediji nastoje 'remedijalizirati' svoje prethodnike.

Bolter i Grusin su, poput Bazina, svjesni druge struje povijesti umjetnosti u kojoj umjetnici nastoje naglasiti materijalne, stilske i oblikovne osobitosti svojega rada. Bazin to, doduše, naziva 'pseudo-realizmom' koji pristaje na 'iluziju oblika', a Bolter i Grusin priznaju

1 Lunenfeld, Peter, 'Unfinished Introduction', u: Lunenfeld, Peter, ur., *The Digital Dialectic: New Essays on New Media*, Cambridge, MA: MIT Press, str.7.

2 Bazin, André, 1975, *Qu'est-ce que le Cinéma?*, Paris: Éditions du Cerf, str.9-10.

3 Bolter, Jay David and Richard Grusin, 1999, *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, MA: MIT Press., str. 21.



Sergej M. Ejzenštejn: Oklopnjača Potemkin (Brononosec Potemkin), 1925.

'realnost' onoga što imenuju 'hiperposrednost', no modernu i post-modernu 'hiperposrednost' opisuju kao drugi oblik neposrednosti zato što modernizam 'istodobno naglašava realnost čina slikanja i svojega proizvoda'. Napokon, hiperposrednost je samo drugi oblik izražavanja osjećaja neposredne prisutnosti umjetničkog djela ili samog novog 'hipermedija'.⁴

Lev Manovich u svojoj knjizi *Jezik novih medija* ističe 'antimontažnu' sklonost kompjutorske kulture. Montaža se tako može smatrati oblikom 'hiperposrednosti', koja 'nastoji stvoriti vizualni, stilistički, semantički i emocionalni nesklad među različitim elementima,' a time privlači gledateljevu pozornost na strukturu koja istodobno razgraničuje i razdvaja te elemente.⁵ S druge strane, digitalno povezivanje '(...)u kojem su različiti prostori povezani u jedan bešavni virtualni prostor dobar je primjer estetike kontinuiteta; štoviše, povezivanje općenito može se shvatiti ekvivalentom estetike montaže.'⁶ Ta se teza prilično razlikuje od ranije tvrdnje o vraćanju digitalnog filma i novih medija 'filmu atrakcija', koji je često isticao diskontinuitet i sukob među svojim raznorodnim sastavnicama. Pored toga, u opreci je s multimedijalnim obilježjem novih medija, zato što već sama riječ multimedij privlači pozornost korisnika na razlike među medijima i 'informacijskim okruženjima' kojima pripadaju. No, bez obzira na njihove moguće kvalitete, čini se da novokovanice 'neposrednost' i 'hiperposrednost' samo premještaju tipični spor starih medija između realističkih i antirealističkih tendencija u svijet novih medija, umjesto da osvijetljaju stare i nove medije s novog i razvijenijeg motrišta.

DIGITALNO, ANALOGNO, KONTINUIRANO

Izvori zbrke nisu samo najčešće vrlo neprecizno definirani nazivi stari i novi. To su također i pojmovi koji opisuju njihove značajke. Jedan od primjera jest digitalno. Lev Manovich, primjerice, s pravom kritizira učestalo poistovjećenje digitalnog s pojedinačnim (diskretnim), a analognog s kontinuiranim. Ističe da se film temelji na uzorcima vremena i tako postiže 'konceptijsko razbijanje kontinuiranog prema pojedinačnom'.⁷ Ipak, filmskim semiolozima pred-digitalnog razdoblja znak je bio ili vezan uz svoj referent ili nije.⁸ Oni nisu smatrali da je suprotno analognom digitalno, nego arbitrarno. Osim toga, kao što je Christian Metz upozorio, opreka 'pojedinačno-kontinuirano' nema previše smisla zato što u filmu ne postoji konačni popis minimalnih jedinica nalik fonemima i morfemima prirodnoga jezika. Raymond Bellour napominje da filmske sličice ili 'fotogrami', koje je Manovich nazvao *semplovima*, nisu mogli biti polazište za filmsku analizu zato što im manjka najkarakterističnije filmsko svojstvo - pokret.⁹ Ti filmski teoretičari nisu smatrali 'pojedinačnost' jednom od bitnih filmskih značajki jer je film uspio prevladati pojedinačnost filmskih sličica bešavnim, kontinuiranim tokom kretanja. Razlike između Manovicha i filmskih semiologa očito proizlaze iz njihovih različitih gledišta s kojih određuju filmski 'znak': Manovich ga opisuje tehničkim nazivljem 'materijalna podrška filmskoj slici', a semiolozi filma obrazlažu filmsku sliku fenomenološki, onako kako je opaža i doživljava gledatelj. Njima film nije medij pojedinačnog i možemo pretpostaviti da će se jednako opirati 'pojedinačnosti' digitalnog filma.

Ni stari mediji poput filma, fotografije ili figurativnog slikarstva nisu nužno analogni. Umberto Eco je rekao da i fotografija može biti digitalno raščlanjena, primjerice, ako je otisnuta kroz raster ili kompjutorski skenirana.¹⁰ Belgijski filozof Henry Vanlier je zaključio

4 Ibid., str.58.

5 Manovich, Lev, 2000, *The Language of New Media*, Cambridge, MA: MIT Press., str.144.

6 Ibid.

7 Ibid., str.28.

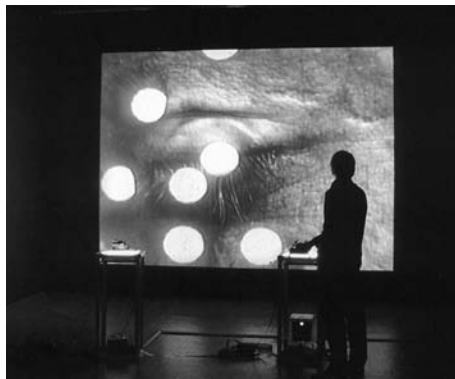
8 Metz, Christian, 1983, *Essais sur la Signification au cinéma*, svezak 1, Paris: Klincksieck, str.113.

9 Bellour, Raymond, 1979, *L'Analyse du film*, Paris: Éditions Albatros.

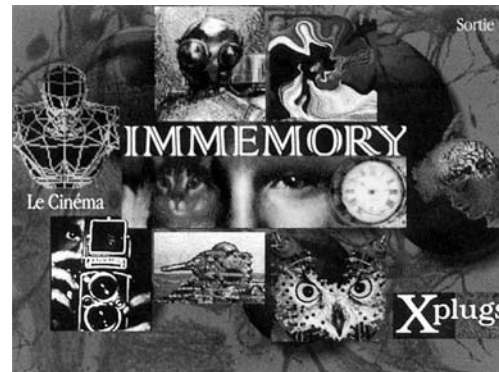
10 Eco, Umberto, 1979, *A Theory of Semiotics*, Bloomington: Indiana University Press., str.9.



Sergej M. Eizenštejn: Okopnjača Potemkin (Bronosec Potemkin), 1925.



Caspar Stracke: z2 [zuse strip], 2002.



Chris Marker: Immemory, 1997.

da su fotografije prirodno digitalne zato što su nastale preradbom zrnaca srebra u 'tamno/ne-tamno, to jest, izbor da/ne ili 0/1'.¹¹ Početkom dvadesetog stoljeća avangardni umjetnici su govorili da ogoljuju 'temeljne jedinice' jezika slikarstva (primjerice, horizontalne i vertikalne linije te primarne boje u Mondrianovu slikarstvu).¹² Smatra li netko medij digitalnim ili analognim čini se da više ovisi o teorijskom stajalištu i odabranoj razini analize, nego o samim tehnološkim svojstvima medija.

Jednako je problematično poistovjećenje analognog s motiviranim, a digitalnog s arbitrarnim. Eco ističe da je dim 'motiviran' vatrom, ali joj nije analogan, kao što Greg Currie visinu žive u termometru smatra 'prirodno ovisnom', ali ne i analognom stupnju topline u nekom prostoru.¹³ S druge strane, fotografije snimljene Web kamerom mogu biti podjednako nemanipulirane i 'prirodno ovisne' o svojim modelima kao i dobra stara fotografija.¹⁴ Analogne i motivirane reprezentacije postojećih modela samo su jedna mogućnost u širokom rasponu kompjutorskih slika. Nije li 'fotografski realizam' jedna od ključnih nakana koju nastoje ostvariti programeri softvera i praktičari digitalnih slika?

Izjednačenje opreka digitalno:analogno=pojedinačno:kontinuirano=arbitrarno:motivirano, oslanja se na još jednu, često neopazice uvedenu pučku teoriju. Naime, smatra se da su digitalni znakovi arbitrarni i manipulirani (ili 'konstruirani') te samim time nepouzdan i što se tiče svoje istinitosti, a mehanički proizvedene analogne znakove uzrokuju njihovi modeli te su stoga vjerodostojni. Doduše, istinitost i iskrenost nisu svojstva strojeva, kodova i tehnologija, nego namjera, razloga i morala ljudi koji se njima služe. Zanimljivo je da većina obilježja što su proizišla iz pokušaja tumačenja novih medija završava u područjima etike i ideologije. To jasno pokazuje da baratamo s pučko-teorijskim, a ne znanstvenim analizama novih medija. U kontekstu pučko-teorijskih ideja nazivi digitalno i analogno ne odnose se samo na različite aspekte i razine semiotičkih artefakta, nego pritom mijenjaju i svoja značenja.

Stoga se čini da pojmovi digitalno i analogno imaju neupitno značenje samo kada se primjenjuju na jasne primjere poput brojeva, fonema i znamenki s jedne strane ili na fotografije, filmske slike, crteže i gramofonske ploče koje očito nalikuju svojim modelima s druge strane. Međutim, kao što smo vidjeli, čak i ti 'dobri primjeri' ne dopuštaju pomniju raščlambu. Većina problema s digitalno-analognom oprekom proizlazi iz temeljne pogreške koja cjelinu zamjenjuje sastavnicama. Činjenica da se objekti u računalu sastoje od piksela,

bita i bajta, nebitna je korisnicima koje zanimaju tekstovi, slike, zvukovi i filmovi, koje jednostavno iščitavaju s tvrdog diska ili internetskih Web stranica. Iz perspektive korisnika, tekst je lingvistički, a slike su ikonički objekt. Tekst i slike će se i dalje kategorizirati kao različite vrste simboličkih objekata, koji zahtijevaju različite kognitivne sposobnosti i vještine za obradu i razumijevanje, iako dijele temeljnu sličnost 'digitalnih kodova'.

Osim toga, unatoč razlikama u veličini, kvaliteti i rezoluciji, slika se neće obrađivati na bitno različit način ako je prikazana u svojem izvornom obliku, kao fotografska reprodukcija u katalogu ili digitalna kopija na muzejskoj Web stranici. Sadržaj jednog medija može se prenijeti u drugi (filmovi na video format i DVD, glazba s gramofonskih ploča na audiovrpce i CD-e, fotografije s papira na kompjutorski zaslon, od obiteljskih albuma do javno dostupnih Web stranica, slike s platna do fotografija i digitalnih kopija, od muzeja do otirača, šalica, kravata, plakata, igračka, kuhinjskog posuđa i tako dalje) ne mijenjajući temeljno svoj status kulturalnog artefakta.¹⁵ Ovisno o razini analize, materijal ili tehnološka osnova simboličkog objekta ne odlučuje nužno njihov semiotički i kognitivni status. To, zajedno s teškoćama preciznog određenja pojmova digitalno i analogno, čini cijelu digitalno-analognu opreku bezizglednom.¹⁶ Manovich, stoga, s pravom pokušava izbjeći pojam digitalno u svojoj knjizi *Jezik novih medija*.

11 Vanlier, Henri, 1983., *Philosophie de la Photographie*, Lapume: ACCP, str.20.

12 Vidi: le Grice, Malcolm, 1999, 'Digital Cinema and Experimental Film Continuities and Discontinuities', u: Spielmann, Yvonne and Gundolf Winter (ur.), *Bild-Medium-Kunst*, Munich: Fink, str.207-17.

13 Currie, Gregory, 1995. *Image and Mind: Film, Philosophy, and Cognitive Science*, Cambridge University Press, str.63.

14 Vidi: Mitchell, W.J., 1994. *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era*, Cambridge, MA: MIT Press, str. 161.

15 Manovich, Lev, *The Language of New Media*, str. 331.

16 Vidi: Simons, Jan, 'What's Digital Image?', u: Spielmann, Yvonne and Gundolf Winter (ur.), 1999:107-22.



Alain Resnais: Prošle godine u Marienbadu (L'année dernière à Marienbad), 1961.



Alain Resnais: Prošle godine u Marienbadu (L'année dernière à Marienbad), 1961. (Delphine Seyrig, Giorgio Albertazzi)



Jean-Luc Godard: Pohvala ljubavi (Éloge de l'amour), 2001. (Bruno Putzulu)

ATRAKCIJE NOVIH MEDIJA

Jedan od najdomljivijih učinaka novih medija na film (što su ga teoretičari i kritičari uočili) jest povratak filma svojim izvorima i ranim oblicima. Ne govoreći o izravnom utjecaju novih medija, Bolter i Grusin primjećuju da je 'današnji tipični 35mm ili 70mm holivudski film duhom bliži filmu atrakcija nego što je to bio desetljećima'¹⁷. Film atrakcija prethodio je narativnom filmu, ali kao što to Tom Gunning, zaslužan za uvođenje ovog izraza u povijest filma upozorava: on nije bio nenarativan, nego je tretirao priču '(...) kao okvir u kojem se mogu prikazati magične mogućnosti filma'.¹⁸ Doista, isto se govori i o novoholivudskom filmu, u kojem priča često predstavlja tanku nit koja drži na okupu nizove spektakularnih specijalnih efekata, često stvorenih kompjutorom.¹⁹

Pored toga, Lev Manovich tvrdi da su pred-filmske i rano filmske tehnike, marginalizirane u klasičnom narativnom holivudskom filmu, digitalnim filmom vraćene u središte.²⁰ Te tehnike uključuju animaciju, ručnu izradu i specifični karakter prostora i pokreta u pokretnim slikama. U digitalnom filmu, radnja na snimljenom materijalu postaje sirovi materijal za daljnje razradbe, animiranja i oblikovanja, a filmske scene mogu biti proizvedene izravno u kompjutoru pomoću trodimenzionalnog animacijskog softvera. Unatoč uobičajenom izjednačenju kompjutera s automatizacijom, kadrovi digitalnog filma ručno su bojani sličicu po sličicu. Zbog hardverskih ograničenja kao što je nedovoljan kapacitet veza i memorije, tvorcima digitalnih filmova su bili prisiljeni rabiti 'petlje'. Napokon, digitalni film je prekinuo takozvanu indeksnu vezu filmskih slika i fotografija s njihovim modelima te iznova vratio film 'posebnoj grani slikarstva - slikanja u vremenu'.²¹ Međutim, Manovich ne objašnjava povezanost s ranije spomenutom antimontažnom tendencijom novih medija. Općenito, iz njegova se pristupa stječe dojam da rane filmske tehnike i digitalno povezivanje predstavljaju suprotstavljene tendencije 'neposrednosti' i 'hiperposrednosti' Boltera i Grusina. Novi mediji nisu samo sposobni obuhvatiti sve ranije medije u jedan informacijski prostor, nego istodobno spajaju, integriraju, rastavljaju ili čak nadilaze proturječja i opreke starih medija. Tako, digitalni film istodobno zahvaća rani, klasični, umjetnički, eksperimentalni film i uranjajući virtualnu stvarnost. Možda se u kontekstu novih medija ponovno javljaju neki nerješeni problemi klasičnih i suvremenih filmskih teorija.

MULTIMEDIJ

Ono što smo rekli o digitalnosti može se primjeniti i na pojam multimedijalnosti, kojim se obično naziva 'bešavna integracija podataka, tekstova, zvukova i slika svih vrsta u jednom digitalnom informacijskom prostoru'.²² Uporaba pojma multimedij doista se, kao što to ova definicija sugerira, odnosila isključivo na digitalna, kompjutorski utemeljena okruženja. Međutim, kao što Manovich opravdano ističe, multimedijalnost nije obilježje samo novih medija. Već su film, televizija i kazalište kombinirali slike, tekstove, zvukove, projekcije slajdova, stražnje projekcije, kao i druge vrste posebnih efekata dobivenih uključanjem jednog ili više 'drugih' medija. Upravo je 'multimedijalnost' kazališta nadahnula Ejzenštejnovu koncepciju 'montaže atrakcija'.²³ Čak ni sposobnost kompjutorskog ekrana da istodobno otvara veći broj prozora nije posve jedinstvena za nove medije, zato što filmovi često tretiraju sliku i kao dvodimenzionalnu tekstualnu površinu i trodimenzionalni narativni prostor, što se može vidjeti u uvodnoj sekvenci filma *Ratovi zvijezda* iz 1977., gdje ekspoziciju čini tekst otisnut na filmskoj vrpici.²⁴

17 Bolter, Jay David and Richard Grusin, 1999:157.

18 Gunning, Tom, 'The Cinema of Attractions: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde', u: Elsaesser, Thomas (ur.), 1990. *Early Cinema: Space, Frame, Narrative*, London: BFI Publishing, str. 58.

19 Mnogi se ne slažu s takvim određenjem novoholivudskog filma. David Bordwell smatra da je tipični novoholivudski film kao *Umri muški* iz 1988. zamišljen po istim pretpostavkama kao i klasični holivudski film, a slično tvrdi i Warren Buckland za drugi paradigmatički primjer novoholivudskog filma *Jurski park* iz 1993. Vidi: Bordwell, David, 'Die Hard und die Rückkehr des klassischen Hollywood-Kinos', u: Rost, Andreas (ur.), 1995., *Der schöne Schein der Kunstlichkeit*, Frankfurt: Verlag der Autoren, str. 151-202; Buckland, Warren, 'A Close Encounter with *Raiders of The Lost Ark*: Notes on Narrative Aspects of the New Hollywood Blockbuster', u: Neale, Steve and Murray Smith (ur.), 1998., *Contemporary Hollywood Cinema*, London: Routledge, str. 166-77.

20 Manovich, Lev, 'What's Digital Cinema?' u: Lunenfeld, Peter, ur., *The Digital Dialectic*:172-92.

21 Ibid., str. 192.

22 Feldman, Tony, 1997., *An Introduction to Digital Media*, London: Routledge, str. 24.

23 Eisenstein, Sergei, 1977., *The Film Sense*, London: Faber and Faber, str. 181-3.

24 Vidi također analizu uvodne sekvence *Izleta* iz 1936. Jeana Renoira u Odin, Roger, 'L'Entrée du spectateur dans fiction', u: Aumont, J. et J. L. Leutrat (ur.), 1980., *Théorie du Film*, Paris: Éditions Albatros, str. 198-213.



Pierre Huyghe: Treće sjećanje (*The Third Memory*), 1999.

Međutim, izrazi kao 'bešavnost' u spoju s 'digitalnim' naslućuju da granice između različitih medija počinju blijediti jer su sve vrste medija 'transkodirane' u digitalne kodove kompjutorskog jezika. Tehnološka osnova medija ne odlučuje nužno njegov semiotički i kognitivni položaj te nije moguće zamisliti informacijsko okruženje u kojem ne bismo mogli razaznati razlike između tekstova, zvukova i slika. Savršeno smo sposobni uočiti takve razlike u bešavno integriranom informacijskom okruženju našeg svakodnevnog okoliša i nema razloga pretpostaviti da ćemo tu sposobnost izgubiti u trodimenzionalnom okruženju virtualne stvarnosti. Manovichevimi riječima, kompjutorski ekran obično otvara nove prozore za različite medijske objekte i korisnik jednostavno prelazi s jednog na drugi.²⁵

'Multimedij' zapravo znači da jedno informacijsko okruženje nudi korisniku simultani pristup različitim vrstama medija. Novošću novih medija prvenstveno se smatra sposobnost kompjutera da omogući simultani pristup različitim tipovima medija, a to se u biti svodi na sposobnost da stare medije prikaže na nove načine i da im omogući nove uporabe. Multimedijalnost sama za sebe, nije ni jedinstvena ni nova, a novost novih medija je u ponovnom smještanju i definiranju starih medija: onome što Jay David Bolter i Richard Grusin imenuju 'remedijalnost'.²⁶

Jedan od učinaka te remedijalnosti jest to što su stari mediji, a posebice film, ponovno opisani s točke gledišta novih medija. Manovicheva uporaba izraza *sempl* za filmsku sličicu samo je jedan primjer. Redefiniran kao dio informacijskog okruženja, film postaje jedna od nekoliko informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Sadržaj filma može se ponovno definirati kao 'informacija' koja se može zamisliti kao zbirka podataka organizirana na različite načine, od kojih je pojedina filmska naracija samo jedan mogući izbor. Stoga se film '(...)može shvatiti kao sučelje događanja što se zbivaju u trodimenzionalnom prostoru'.²⁷

Ideja filma kao 'informacijskog prostora' nije sama po sebi ovisna o računalnim bazama podataka. Edward Branigan, primjerice, raz-

likuje šest načina organiziranja podataka, od kojih svi mogu igrati neku ulogu u naraciji i može ih se tretirati kao alternativne načine prikazivanja iste zbirke podataka.²⁸ Njegova je točka referencije kognitivna znanost, a ne informatika, iako su one, naravno, blisko povezane. Marsha Kinder skovala je izraz 'narativne baze podataka' za filmove koji slijede određeni narativni put, ali istodobno omogućuju gledatelju da vidi da su 'moguće razne alternative'.²⁹ Ona navodi Buñuela, Markera, Resnaisa, Ruiza, Greenwaya, Akermanovu i Tarantina kao svoje omiljene filmaše, koji su stvarali 'narativne baze podataka' znatno prije pojave kompjutera. Neke od kratkih priča Jorgea Luisa Borgesa postale su klasična istraživanja takvih alternativnih virtualnih prostora. Još općenitije, shvaćanje filma kao određenog sučelja informacija pohranjenih u bazi podataka posve je u skladu s postmodernim poimanjem naracije kao kontingentne projekcije narativne strukture u manje ili više slučajaj izbor događaja. S obzirom na to, narativni lanac uzroka i posljedica te izbor samih događaja, vrlo lako bi mogli biti posve drugačiji.

25 Manovich, Lev, *The Language*, 2000:97.

26 Bolter, Jay David and Richard Grusin, 1999.

27 Manovich, Lev, *The Language*, 2000:326-7.

28 Branigan, Edward, 1992., *Narrative Comprehension and Film*, London: Rutledge, str.19-20.

29 O *database narratives* vidi: Kinder, Marsha, 'Designing Interactive Frictions with Nina Menkes, Pat O'Neill and John Rechy', *Style*, ljeto1999., str.5.



Malcom Le Grice: Berlin Horse, 1970



Jeffrey Shaw: Place Ruhr, 2002.

FILM KAO TEORIJSKI MODEL

U teorijama novih medija poput ovih, film ostaje model koji se treba oponašati, a istodobno i ograničenje koje treba prevladati. Ostaje model zato što je film bio i još uvijek jest medij koji je najuspješnije postigao ono što je Christian Metz imenovao 'impresijom stvarnosti', a što su Bolter i Grusin preimenovali u 'neposrednost'. Uspio je preseliti gledatelja u virtualnu stvarnost posve fiksijskog svijeta, ali to je imalo svoju cijenu. Fizički prostor gledatelja i virtualni prostor filmske dijegeze ostali su 'ontološki' odijeljeni. Uranjajuća virtualna trodimenzionalna stvarnost obećavala je nadilaženje tih granica i slijedeći tu nakanu, teoretičari medija prihvatili su Bazinovu utopijsku nadu u 'potpuni film'.³⁰ No, potraga za manje ili više savršenom neposrednošću, sukobljava se s drugim dijelom povijesti filmskih praksi i teorije filma, koja je naglašavala iluzornu i artificijelnu prirodu filmskih svjetova. Čini se da u teorijama novih medija ove dvije tendencije rezultiraju neriješenom neodlučnošću, ako ne i sukobom između 'neposrednosti' i 'hiperposrednosti' novih medija.

Ta protuslovlja su posljedica usredištenosti filmskog medija u teorijama novih medija, ali i nasljeđa nekih neriješenih problema klasičnih i suvremenih filmskih teorija. Počnimo s 'nasljeđem': govoriti da je 'neposrednost' ključna estetička i psihološka nakana filma znači prihvatiti pučko-teorijsko shvaćanje po kojemu je film 'prozor u svijet'. Kao što je to slučaj s većinom pučkih teorija, takvo je tumačenje filma ponekad korisno, ali je najčešće ograničeno. To je potvrdio i André Bazin u zaključku svojega oglada o *Ontologiji filmske slike* zagonetnom rečenicom: 'S druge strane, film je jezik'.³¹ Neriješen i jedva priznat problem filmske teorije jest da nema jedne, zajedničke, neupitne koncepcije filma. Naše koncepcije filma, populističke i akademske, trajna su smjesa ili ono što kognitivistički lingvisti Gilles Fauconnier i Mark Turner nazivaju 'mješavina' dviju metaforički strukturiranih koncepcija filma: ideje da je film prozor u svijet i ideje da je film jezik.³²

Prva metaforička koncepcija posljedica je pretpostavljene sličnosti između ljudske vizualne percepcije i filmskoga aparata, kao što se to zdravorazumski shvaća. Tako se poistovjećuju ljudsko oko i kamera, očne leće i leće kamere te mrežnica oka i filmska vrpca. Odnos koji obično postoji između objekta opažanja i opaženog preslikan je na odnos između objekta ispred filmske kamere ili fotoaparata i 'otiska' tog objekta na filmskoj vrpci. I za vizualnu percepciju i za sliku zabilježenu na filmskoj vrpci govorimo da je 'uzrokuje' ob-

jekt opažanja. Neposrednost, 'prisutnost' i istinitost što se obično pripisuju filmskim slikama i fotografijama slijede iz ove metaforičke projekcije, zato što prostorne i uzročne veze između subjekta koji opaža i objekta koji se opaža uzrokuje ono što George Lakoff imenuje 'idealiziranim kognitivnim modelom' promatranja. Prema tom 'idealiziranom kognitivnom modelu': '1. Stvari vidite onakve kakve jesu. 2. Svjesni ste onoga što vidite. 3. Vidite ono što vam se nalazi pred očima.'³³ Idealizirani kognitivni model podrazumijeva ako vidite događaj da se on uistinu dogodio; zatim, ako nešto vidite da je to nešto stvarno; također, da nešto vidjeti znači to primjetiti i spoznati; napokon, ako je nešto pred vašim očima, to i vidite. Kao što Lakoff zamjećuje, to pučko-teorijsko shvaćanje vizualne percepcije ne odgovara posve iskustvu promatranja, no budući da u većini slučajeva djeluje, smatra se da obrazlaže reprezentativne slučajeve promatranja. Idealizirani kognitivni model i njegova temeljna prostorna konfiguracija u velikoj se mjeri primjenjuju na film i fotografiju te su potakli realističke filmske teorije koje su uzdignule 'indeksnu' vezu između snimanog objekta i njegove filmske reprezentacije na ontološku osnovu, koja je utemeljila 'realizam' kao specifičnost filma i fotografije.

Ipak, te često vrlo sofisticirane filmske teorije koje su nadahnule podjednako sofisticirane filmske estetike, samo su eksplicitno razrađene pretpostavke opće prihvaćenih pučkih teorija. Kao što je slučaj s većinom metaforičkih konceptualizacija, metafora 'film je prozor u svijet' samo dijelom obuhvaća svoje željeno značenje. Suprotno normalnoj ljudskoj vizualnoj percepciji koja se odvija kontinuirano u 'stvarnom vremenu', filmovi se sastoje od posebno odabranih i sklopljenih 'dijelova' prostora i vremena, koji se prikazuju u drugačijem prostoru i vremenu od onog gdje su slike i zvukovi snimljeni. Metafora 'film je prozor u svijet' zanemaruje složenost filmskih procesa prije, tijekom i nakon snimanja te reprezentacijsku i simboličku dimenziju filma kao kulturalnog artefakta, koja nije ništa manje važan dio filmskog iskustva.

30 Bazin, André, 1975:19.

31 Ibid., str.17.

32 Fauconnier, Gilles, 1997., *Mappings in Thought and Language*, Cambridge: Cambridge University Press; Turner, Mark and G. Fauconnier, 'Conceptual Integration and Formal Expression', *Journal of Metaphor and Symbolic Activity* 10.3, str. 183-204.

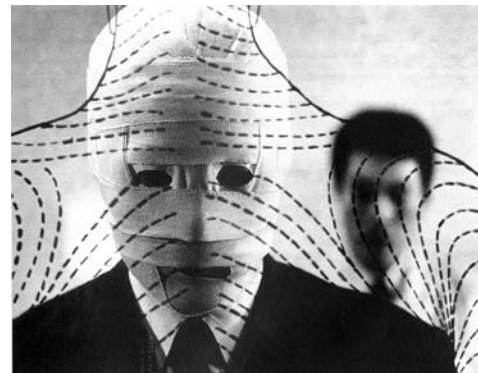
33 Lakoff, George, 1987., *Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*, Chicago: University of Chicago Press., str. 128.



sa snimanja filma *Ruska arka* (Ruskij kovčeg) iz 2002. Aleksandra N. Sokurova



Hiroshi Teshigawara: *Lice drugoga* (Tanin no kao), 1966. (Tatsuya Nakadai)



Taj dio obuhvaća metafora 'film je jezik', oprečna metafori 'film je prozor u svijet', naglašavajući simbolički umjesto indeksnog odnosa između filmskih slika i objekata koje prikazuju. Filmski praktičari i teoretičari koji prihvaćaju metaforu 'film je jezik' zanemaruju sličnost između filmskih slika i njihovih modela, a ističu sposobnost filma da ispituje nepoznato, neočekivano i metafizički nemoguće. Međutim, koncepcija jezika koju ova metafora preslikava na film nije znanstvena lingvistička teorija nego, ponovno, pučka teorija o jeziku, koja naglašava ne samo simbolička, formalna i sistemska svojstva jezika, nego i aspekte namjere i komunikacije.³⁴ U tim metaforičkim koncepcijama, film je istodobno zamišljen kao 'kanal' kojim se prenose 'poruke' i 'gramatika' ili niz konvencija koje omogućuju razumijevanje. Upravo u tom slobodnom i metaforičkom smislu Lev Manovich rabi riječ 'jezik' u naslovu svoje posljednje knjige *Jezik novih medija*, kako bi ukazao na 'nove konvencije, stare uzorke i ključne forme novih medija'.³⁵

Dakako, te se metafore ne rabe isključivo za film i fotografiju, na što ukazuje Albertijev slavni opis slikarstva kao *finestre aperte* ili obilje studija o jeziku nekog medija. Međutim, one i dalje prate nastojanja da se teorijski obrazlože novi mediji, kao što navedeni naslov knjige Leva Manovicha jasno pokazuje. Usredotočenje na dijalektiku 'neposrednosti' i 'hiperposrednosti' čini se da proizlazi iz metafora nasljeđenih iz pučko-teorijskih koncepcija filma, a ne iz strogih empirijskih istraživanja praksi i potreba koje se javljaju oko novih medija. Oba termina ističu krajnosti između kojih većina filmskih teorija i estetika koleba, ovisno o odabranoj metafori za svoje poimanje filma. Nejasno je obuhvaća li termin 'neposrednost' istinsku potrebu filmskih gledatelja ili se odnosi na proizvoljne pretpostavke koje proizlaze iz metafore 'film je prozor u svijet'.³⁶

Međutim, metafore koje manje ili više slikovito obuhvaćaju neka bitna svojstva jednog medija ne moraju biti primjenjive za drugi medij, bez obzira na njihove moguće srodnosti. Mnogi teoretičari novih medija skloni su, primjerice, naglašavati audiovizualne i prostorne sastavnice informacijskog okruženja koji stvaraju novi

mediji. Informacijsko okruženje stvoreno kompjutorom, nije samo zaslon ili trodimenzionalna virtualna stvarnost koja nudi korisniku simulirani prostor za kretanje, nego je i uredsko pomagalo koje ga opskrbljuje alatima za rad. Napokon, kompjutor je i računar, pisajući stroj, bilježnica, pošta, arhiv, dnevnik, novine i tako dalje. To jest, i dalje vrši mnogo funkcija za koje pojmovi poput 'posrednosti' i 'hiperposrednosti' nemaju previše smisla. Kao i filmske slike, digitalne slike mogu biti ili 'zabilješke' pred-postojeće stvarnosti ili prikazi fiktivne, zamišljene stvarnosti; no za razliku od većine filmskih slika digitalne slike mogu istodobno biti reprezentacije postojećeg stvarnog svijeta i prikaz zamišljenja svijeta ili ni jedno ni drugo. Metafore 'film je prozor u svijet' i 'film je jezik' nisu osobito korisne ako pokušamo objasniti trodimenzionalno virtualno okruženje, što god ono simuliralo. Retrospektivno, novi bi nam mediji mogli pomoći da shvatimo kako te metafore nisu najpogodniji alati ni za opisivanje i razumijevanje raznolikih obilježja filmskog medija.

Ako postoji nešto što se može naučiti iz povijesti teorije filma, to je da su i sofisticirane teorije pri pomnijoj provjeri samo razradbe pučkih teorija utemeljenih na metaforama. Ako nam film pruža model za teoretiziranje novih medija, taj model mora biti metateorijski: moramo se čuvati široko prihvaćenih, a najčešće pogrešno definiranih opće prihvaćenih pojmova: 'novi mediji', 'digitalno', 'interaktivno' ili 'multimedijalno'. Ne smijemo pristupati opće prihvaćenim definicijama bez provjere, poput pretpostavljena vječna spora u umjetnosti između 'reprezentacije stvarnosti' i 'stvarnosti reprezentacije', ma kako ga imenovali, te podrazumijevati da svaki novi medij 'remedijalizira' svoje prethodnike. Možda novi mediji nisu tome namijenjeni. Međutim, ne treba poticati iluziju da možemo izbjeći metafore. Problem je s metaforama da s njima ne možemo živjeti, ali ni bez njih.

34 U pripremi: Simons, Jan, 'Metaphors We Watch by'.

35 Manovich, Lev, *The Language*, 2000:12.

36 Noel Carroll govori o žudnji za neposrednošću u kontekstu filmova strave. Vidi: Carroll, Noel, 1990., *The Philosophy of Horror Paradoxes of the Heart*, London: Routledge.