

Tomislav Gavrić: ESTETIKA TELEVIZIJE, Biblioteka RTV teorija i praksa, sedma knjiga nove serije, RTS, Centar za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma, Izdavačka djelatnost, Beograd, 2010., 207 str.

Edicija „Estetika televizije“ je jedna u nizu od referentnih knjiga uglednog medijskog autora koji je do sada objavio brojne publikacije i medijske knjige.

Analizirajući knjigu o televiziji možemo ustvrditi da je televizija, za razliku od novina i radija, najupečatljiviji medij i medijski komunikacijski izraz. To podrazumijeva da televizija djeluje najsugestivnije na gledatelje. Ta njena moć temelji se na jedinstvu riječi i slike te maksimalnoj brzini prenošenja poruka. Zahvaljujući televiziji u stanju smo simultano pratiti sve globalne, regionalne, nacionalne i lokalne događaje. Udobnost, ležernost i potpuna opuštenost gledatelja prednost je televizije u odnosu na film, jer se film mora gledati još uvijek u javnim dvoranama, iako se danas filmska produkcija izvrsno gleda na televiziji ili na našim računalima. No, osnovna karakteristika televizije je, za razliku od radija, da prezentira globalne, regionalne, nacionalne i lokalne spektakle (ne samo informativne i dokumentarne poruke i emisije) što otvara temeljno komunikološko pitanje: Što je estetika televizija?

Za autora knjige, Gavrić Tomislava, u raspravi o estetici televizije, u poglavlju I. 6. (str.33.) „Tehnika, komunikacija i estetika“ glavna se odlika estetske televizije, kao tehničkog sredstva komunikacije, sastoji u translaciji, u mogućnosti prijenosa, praktično istovremeno, realnog toka događaja, iako u suštini, ova osobina estetske televizije ne označava promjenu komunikacijskog sistema, već nam svjedoči o širenju dijapazona audiovizualnog kontakta definiranog sumarnim potencijalom svih njegovih komunikacijskih relacija (...) Pitanje uzajamnog odnosa audiovizualnog reda i umjetničkog stvaralaštva može se razriješiti samo u okviru cjelokupnog razmatranja tehničkih, komunikativnih i estetskih čimbenika. U poglavlju II.4. (str. 48.), „Estetsko posredništvo televizije“, autor nastavlja raspravu. (...) Za one koji inzistiraju na svojevrsnoj estetskoj vrijednosti televizije, koja doista koristi video snimak, osnovno je pitanje specifičnosti televizijskih sredstava izražavanja, to jest,

osobnog televizijskog jezika“. Promjena gledateljskih navika putem televizijskog medija proizvodi jednu drugačiju strukturu opažanja i drugačiju psihičku strukturu ponašanja ljudi. (...) Televizijski gledatelji se rado drže stečenih navika i traže gledateljsku vjernost (str.77.) III.7. Estetsko uživanje u vremenu koje nam pružaju tehničke mogućnosti televizije „reproduktivnost umjetničkog djela“ (Walter Benjamin), sve se više gubi elitistički karakter televizije. Umjetnost, kazalište, književnost, muzika, popularizacija znanosti, tehnička komercijalizacija, nam svakodnevno nudi (...) prepun asortiman estetske percepcije (str.98.) IV 6. U raspravi o „oblicima televizije“ autor obrazlaže i kritički opservira intertekstualnost, žanrove, vijesti, razgovor, tv-dramu, tv-serije, tv-film, tv-dokumentarni program, obrazovni program i kulturno-umjetnički program na televiziji.

Autor je knjigu strukturalno podijelio, uz uvod, u sedam temeljnih poglavlja : (I) Mehanizmi televizije; (II) Modaliteti televizije; (III) Specifičnosti televizije; (IV) Televizijski pogled u svijet; (V) Televizija kao kulturna industrija; (VI) Ekologija medija; i (VII) Oblici medija. Potom slijedi zaključak, napomene, literatura, pogovor, indeks i popis publiciranih knjiga od istog autora.

Novo povijesno razdoblje estetske televizijske komunikacije sve više određuju informacijsko-komunikacijski procesi te snažan razvoj suvremene (IT) televizijske digitalne tehnologije u konvergentnom medijskom okruženju. Buduću analizu estetike televizije, kao medija javnog komuniciranja, treba promatrati u novom kontekstu znanstveno-tehnološke i medijske konvergencije te ubrzanom razvojnom zamahu medijske i televizijske digitalizacije.

Slobodni smo ovu knjigu preporučiti svim televizijskim djelatnicima, znanstvenicima, komunikolozima, sociolozima i politolozima koji u užem ili širem smislu izučavaju estetsku televizijsku komunikaciju.

Primljeno: 2015 - 03- 29

Prof.dr.sc. Mario Plenković

Sveučilište u Mariboru, Fakultet za elektrotehniku, računarstvo i informatiku,

Maribor, Slovenija