

**György E. Szönyi**

**Medijalnost kulture  
Teorije kulturalne reprezentacije**

Na koji način pohranjujemo, obrađujemo i tumačimo informacije? Uz pomoć znakova. Današnje informatičko društvo kao i nasljeđe naše bogate kulturne povijesti na jednak su način neodvojivi od proučavanja znakova i značenja. Kako stvaramo znakove? Kakve sustave koristimo za prijenos informacija? Jezik, dijagrame, slike, geste, glazbene signale ili različite kombinacije navedenih? Stoga od ključne važnosti kod označivanja nije samo znakovna systemska narav, nego i medijalnost. Prema različitim izvorima, proučavanje medijalnosti ima vlastite disciplinarnе grane: primijenjena lingvistika, ikonologija, muzikologija, fiziognomija itd. Imamo li kao cilj kompleksnu interpretaciju kulture, svakako moramo koristiti kombinaciju više interdisciplinarnih i multidisciplinarnih pristupa, koje potom treba uskladiti s općom teorijom kulture. Ovom prezentacijom pokušat ću ponuditi teoriju kulturalne reprezentacije orijentiranu prema medijalnosti, počevši s poslovičnom definicijom Clifforda Geertza: „Kultura je skup priča koje pričamo sebi samima o nama samima“. Razvijam ovu definiciju uzimajući u obzir medijalnost kulture u sljedeći kompleksan pristup: „Kultura je društvena praksa multimedijalne, samorefleksivne i narativne reprezentacije uz pomoć koje određena zajednica gradi, interpretira i razrađuje svoj vlastiti identitet“. Ovaj članak, nadalje, promatra trendove i primjere koji preispituju kulturu kroz multimedijalni prikaz, posebice vezan uz odnos slika-riječ. Primjeri se kreću od srednjovjekovnih do post-modernih simboličnih izričaja, koji ilustriraju politiku slikovnih prikaza, imagologiju, načelo „vidjeti znači vjerovati“ i razne uporabe multimedijalnih kulturalnih reprezentacija.