

1.1. DEFINICIJE MEDIJEV

1.1.1. KAJ JE IN KAJ NI MEDIJ?

angl. medium > mn. media

- (1) v navezavi na **medijsko tehniko** in **medijsko komunikacijo** kot
- fizikalni prenos valovanja oziroma energije (svetloba/zvok oziroma toplota)
 - eden od. t.i. množičnih medijev (tisk, radio, TV, www)
 - tehnizirano shranjevanje in prenos podatkov (kamen/glina, papir, vosek/vinil, magnetni trak/disk, fotografski film, optimični mediji CD/DVD, spominske kartice)
 - znakovni sistemi (jezik, avdio, video) in njihovi nosilci (besedilo, pesem/glasba, grafika/fotografija/film/animacija)
- (2) v navezavi na **znanost** kot enaka valovna dolžina (optika), rastno okolje (biotehnologija), topilo (kemija), življenjsko okolje (biologija), ohranjevalno sredstvo (medicina, paleontologija), medplanetarni oziroma medzvezdni prostor (astronomija)
- (3) v navezavi na **umetnost** kot tekočina za raztapljanje barvnega pigmenta (slikanje) ali splošno kot material, iz katerega je izdelano umetniško delo oziroma katerega je umetnik/ustvarjalec uporabil za izražanje/komunikacijo v ustvarjalnem procesu (od marmorja in stekla do najdenih predmetov in lastnega telesa)

angl. medium > mn. mediums

- (1) srednja mera, "zlata" sredina
- (2) spiritualni, parapsihološki prenosnik med dvema svetovoma (npr. živih in mrtvih)

1.1.2. MULTIMEDIJI

splošno označujejo *prenos informacij z uporabo večih različnih tehničnih oziroma komunikacijskih medijev*. Pogovorno se pojem pogosto uporablja za poimenovanje kompleksnega procesa obdelave, prenosa in hranjenja podatkov v sodobni medijski produkciji (založništvo, glasbena in video produkcija, računalništvo/splet, zabavna industrija). Na področju računalništva po eni strani označuje nosilce večmedijskih (mešanih) informacijskih oblik, po drugi pa zajema različne vmesnike med človekom in računalnikom (tipkovnica, miška, mikrofoni, kamera, igralna palica, krmilo itd.) oziroma med računalnikom in človekom (ekran, zvočniki/slušalke, podatkovna čelada itd.).

Multimedijski način podajanja vsebine deluje na *več zaznavnih kanalov človeškega telesa*, s tem omogoča hitrejši, izdatnejši in kompleksnejši prenos dražljajev oziroma informacij –

seveda pa povečuje tudi možnost preobremenitve in visokih izgub pri prenosu oziroma predelavi podatkov. Tak način po trditvah znantvenikov ustreza modelu delovanja možganov, ki naj bi različne informacije (tudi različne zaznavne vrste informacij) predelovali hkratno, nelinearno. Ta lastnost zmanjša tudi zavestni nadzor nad pretokom oziroma predelavo informacij in s tem možnost ustrezne presoje med koristno in nekoristno oziroma slabo in dobro informacijo ter tako poveča globino vpliva medijske vsebine/oblike na človeka.

Človek že po naravi in od nekdaj zaznava svet skozi več različnih oblik dražljajev, pri tem uporablja oči, ušesa, t.i. vonjalno-okušalni aparat, kožo, mišice, ravnotežni organ itd. Nekateri ljudje ne uporabljajo enega ali več zaznavnih kanalov (slepota, gluhoti) na enak način kot večina, spet drugi mešajo čutne vtise (sinestezija) - namenoma ali nenamenoma. Vsakodnevna izkušnja večih oblik dražljajev pogojuje *multimedijski način kot normalno obliko človekove interakcije ter komunikacije z okoljem*. Pojem multimediji se pogosto nanaša na digitalne oziroma elektronske vsebine in oblike, ki združujejo vsaj dva od poglavitnih zaznavnih kanalov.

Ko beremo oziroma prelistavamo t. i. "ilustriran" časopis ali revijo (koliko tiskanih medijev sploh še shaja brez slikovnega materiala?) ali igramo računalniško igrice se v nas na zaznavnem odvijajo podobni procesi kot pri deskanju po spletu ali celo vožnji avta in kuhanju. Gre za *hkratno predelovanje različnih vrst informacij in podatkov*, ki jih zaznavamo na različne načine. Koristno je, da se zdravnik kirurg pri rezanju tkiva lahko najprej preizkusi na digitalnem modelu, načrtovalec letala pa le-tega najprej "zgradi" v računalniku in tam preuči njegove letalne lastnosti.

Skrajna oblika elektronskega vplivanja na zaznavni aparat človeka je *simulacija* okolja oziroma resničnosti (navidezna resničnost) kot jih poznamo na primer iz arkadnih iger ali šolanja pilotov. Vse pomembnejši so t.i. *interaktivni multimediji*, kjer uporabnik lahko neposredno vpliva na dogajanje v simuliranem okolju, le-to se (čim bolj neposredno) odziva na uporabnikovo aktivnost.

Tržno najbolj zanimiv vidik multimedije je nedvomno *zabavna industrija* (ki je tehnološko pogosto povezana z vojaško industrijo), vse bolj pa se multimedijski pristopi uveljavljajo na področju *izobraževanja* (učenje na daljavo in t.i. e-learning) ter *telekomunikacij* (video- in mobilna telefonija, splet). Nagel multimedijski razvoj doživljajo tudi področja *medicine, industrijske proizvodnje* (od struženja vijakov do načrtovanja stolpnic) in *različnih znanosti* (od matematike, astronomije in fizike do geografije, sociologije in celo primerjalne književnosti). Nemajhen družbeni pomen ima tudi *multimedijska umetniška produkcija* (video in računalniška ter spletna umetnost, glasbeni spoti, instalacije, predstave, performansi in drugi dogodki).

PRIMERI NA SPLETU:

>> prva resnično multimedijska arkadna videoigra "**Sensorama**" (Morton Heilig, 1962); kratek opis na strani "Retro Future" <http://www.retrofuture.com/sensorama.html> ter članek

v zbirki “Medienkunstnetz” <http://www.medienkunstnetz.de/works/sensorama/>; njej v spomin nastane tudi “sensomatic's sensorama” (<http://www.sensomatic.com/sensorama/>)

>> videospot skupine Fenomenon “**Lucy Said**” (2003)
http://www.archive.org/details/lucy_xvid

>> videospot skupine Green Day “**American Idiot**” (2004)
http://www.manchesteronline.co.uk/entertainment/music/audioandvideo/s/131/131325_watch_green_days_american_idiot_video.html

>> kratki film “**The Unhappy Medium**” (Chelsea Spear, 2004)
<http://www.archive.org/details/unhappymedium>

>> ARS Electronica CENTER, instalacije mešane (“**CAVE**”, 1996 - <http://www.aec.at/en/center/project.asp?iProjectID=11197>) in navidezne resničnosti (“**Humphrey II**”, 1996/2003 - <http://www.aec.at/en/center/project.asp?iProjectID=12280>)

>> projekta skupine Bobnars United “**BUMBU**s” (bobnanje za gluhe) in “**D*ViziBU**l” (Vjing) <http://www.kud-bu.si>

NALOGE:

- (1) Primerjaj spletni strani www.medium.com in www.media.net ter komentiraj.
- (2) Opiši, kako in na katerih področjih v svojem življenju zaznavaš “eksplozijo multimedije”.
- (3) Primerjaj vsaj tri tradicionalne umetniške zvrsti in njihove elektronske/digitalne različice ter razvojne oblike.
- (4) Zakaj se Heiligova “Sensorama” ni prijela in kako bi bilo mogoče koncept izvesti z današnjo tehnologijo?
- (5) Podaj svoje mnenje o glasbenih videospotih skupin Fenomenon in Green Day ter ju medsebojno primerjaj.
- (6) Pri opisu kratkega filma The Unhappy Medium uporabi vsaj tri različne pomene pojma “medij”.
- (7) Pojasni razliko med navidezno, razširjeno in mešano resničnostjo (virtual, mixed and augmented reality), lahko tudi s pomočjo primerov “CAVE” in “Humphrey II”.

KLJUČNI POJMI:

- **množični medij(i)** > intenziven razvoj po 1920, dosegajo veliko število naslovnikov, delujejo najmanj na nacionalni ravni, pogojujejo “masovno družbo”, omogočajo mehanizme oglaševanja in propagande.

- **informacija** > <http://en.wikipedia.org/wiki/Information>
- **podatek** > <http://en.wikipedia.org/wiki/Data>
- **dražljaj** > zunanji dejavnik, ki znotraj telesa povzroči fiziološko ali psihološko reakcijo oziroma vpliva na določen proces/stanje; splošni pomen se nanaša na vse dejavnike, ki lahko spremenijo stanje odločenega (npr. ekonomskega, elektronskega) sistema.
- **signal** > je oblika energije in del toka informacij, ki prenaša določeno sporočilo (digitalni vs. analogni signal); lahko jih delimo glede na vrsto energije, ki jo zaznavajo (svetlobni, zvokovni, toplotni, električni, magnetni, pritiskovni, premikovni, kemični itd.).
- **zaznava** > tehnološko ali biološko prestrezanje signala ali dražljaja na fizikalni oziroma kemični osnovi.
- **interakcija** > <http://en.wikipedia.org/wiki/Interaction>
- **komunikacija** > <http://en.wikipedia.org/wiki/Communication>
- **sinesteziya** > <http://en.wikipedia.org/wiki/Synaesthesia>

VIRI:

www.wikipedia.org

www.archive.org

www.kommunikative-welt.de