

1.1. DEFINICIJE IN POMEN 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, splet)
- tehnizirano shranjevanje in prenos podatkov (kamen/glina, papir, vosek/vinil, magnetni trak/disk, fotografski film, optični 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 – npr. V gledališču, pri plesu ali performansu)

angl. medium > mn. mediums

(1) srednja mera, "zlata" sredina, „medium“ pečeni zrezek (!)

(2) spiritualni, parapsihološki prenosnik med dvema svetovoma (npr. živih in mrtvih)

Pridevnik "multimedijski" se v pravilni slovenščini pogosto prevaja z "večpredstavnostni", redkeje zasledimo tudi izraz "večopravilnostni", oba pa se po pomenu medsebojno razlikujeta in le slabo ustrezata izvirnemu angleškemu pomenu besede. Zanimivo je, da v latinščini pomen obsega tudi pomene "vsakodnevno življenje", "skupno, javno dobro" in "javni nadzor".

1.1.2. MULTIMEDIJI IN NOVI MEDIJI

Pravimo, da živimo v t. i. „**informacijski dobi**“ (v kateri je osrednja vrednota „informacija“), ki naj bi bila zgolj predstopnja „**dobe znanja**“ (v kateri naj bi informacije znali tudi pravilno, smiselno uporabljati), ko bo gospodarstvo temeljilo predvsem na *menjavi storitev oziroma (bolj ali manj pomembnih) informacij*. Tako naj bi (zahodnjaška!) človeška družba dokončno presegla „industrijsko dobo“, v kateri je pglavitna vrednota bila(?) fizično delo oziroma blagovna proizvodnja, gospodarstvo pa je temeljilo na *menjavi materialnega blaga*.

Pojem multimediji splošno označuje **transport informacij z uporabo več različnih tehničnih oziroma komunikacijskih medijev**. Tako pogovorno kot tudi strokovno se 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, mikrofona, kamera, igralna palica, krmilo itd.) oziroma med računalnikom in človekom (ekran, zvočniki/slušalke, podatkovna čelada itd.). Med medijske pojave štejemo poleg potovanja signalov preko (električnega, zračnega itd.) *valovanja* tudi konkretni, fizično oziroma geografsko opredeljeni *promet* kot transport blaga, ljudi in storitev.

Multimedijski način prenosa in predelave informacij 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 ravnanju s podatki. Tak način po trditvah znanstvenikov ustreza modelu delovanja možganov, ki naj bi različne informacije (tudi različne zaznavne vrste informacij) predelovali hkratno, nelinearno. Omenjena 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. Tako se poveča globina **nezavednega vpliva** medijske vsebine/oblike na človeka.

Strokovnjaki si nasprotujejo v mnenjih o tem, ali tehnologija (npr. različne medijske naprave) oblikuje človeka, njegovo razmišljanje in obnašanje ali pa človek s svojim družbenim razvojem, ukvarjanjem z informacijsko komunikacijskimi tehnologijami (IKT) ter razmišljanjem o njih ključno vpliva na njihov razvoj. Zastavlja se vprašanje, koliko je ta vpliv po eni strani mogoče izvajati zavestno, tako na ravni uporabnika kot na ravni gospodarskih, nacionalnih in nadnacionalnih razvojnih strategij – in koliko je po drugi strani zapisan v sami sestavi, obliki in delovanju medijev. Najverjetneje gre pri razvoju sodobne, t. i. *informacijske družbe za zapleten vzajemni vpliv človeka in tehnologije*, nedvomno pa je največja “novost” t. i. *novih medijev* glede na “stare”, tradicionalne medije

prav v tem, da posamezniku kot uporabniku nudijo (bolj ali manj navidezno) *možnost vplivanja na njihove vsebine in oblike*. Vzajemno izmenjavo informacij oz. impulzov med človekom in strojem (ali pa med človekom in človekom – celo med strojem in strojem) lahko imenujemo „**interaktivnost**“.

Ko beremo oziroma prelistavamo časopis ali revijo (koliko tiskanih medijev sploh še shaja brez slikovnega materiala?) ali igramo računalniško igrico, se v nas na zaznavnem nivoju odvijajo podobni procesi kot pri deskanju po spletu in vožnji avta - ali celo kuhanju in nakupovanju. Gre za **hkratno predelovanje različnih vrst informacij in podatkov**, ki jih zaznavamo na različne načine, za njihovo oddajanje in sprejemanje. 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 (t. i. “sinestezija”) - namenoma ali namenoma. Vsakodnevna izkušnja sovpadanja in vzporednega predelovanja več oblik dražljajev pogojuje **multimedijski način kot normalno obliko človekove interakcije ter komunikacije z okoljem**. Pojem “multimediji” se v nekoliko ožji opredelitvi nanaša na digitalne oziroma elektronske vsebine in oblike, ki združujejo vsaj dva od pglavitnih zaznavnih kanalov, nekatere definicije pa zahtevajo še hkratno vnašanje in sprejemanje podatkov oziroma signalov (npr. miška/tipkovnica in monitor/slušalke).

Najbolj popolna oblika elektronskega vplivanja na zaznavni aparat človeka je **simulacija** okolja oziroma resničnosti (t. i. “navidezna resničnost”) kot jih poznamo na primer iz arkadnih iger ali šolanja pilotov. 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, brez da bi tvegati prevelike investicije v pomanjkljivo tehnologijo – ali celo življenja testnih pilotov. Vse pomembnejši so t. i. **interaktivni multimediji**, kjer lahko uporabnik neposredno vpliva na dogajanje v simuliranem okolju, le-to se (čim bolj neposredno) odziva na uporabnikovo aktivnost. Tržno najzanimivejši 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 stolpnice) 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).

Svetovni splet je “nov medij” samo še v širši zgodovinski perspektivi, saj je v pičem desetletju skokovitega razvoja postal eden najbolj vsakdanjih medijev - nemara ravno zaradi prepričljivega spoja večih oblik podatkov in (možnosti) hkratnega podajanja oziroma izmenjave informacij: besedilo, slika, video, zvok... Obljublja hitro in enakopravno dostopnost do podatkov in storitev ter globalno povezanost uporabnikov. In prav v primeru računalniške opremljenosti in dostopa do interneta ne moremo mimo **neenakomerne geografske in družbene porazdelitve tehnologij** in njihove različne razvitosti. Nesorazmerno so porazdeljena tudi tehnološka znanja in s tem možnosti obvladovanja ter samostojnega razvoja tehnologij. Dostop do informacijskih oziroma medijskih storitev je za mnoge ljudi – tako za večino prebivalcev južne poloble kot za nižje sloje zahodnih družb – omejen. Velika razlika v uporabi in obladovanju medijskih tehnologij se pojavlja tudi med

različnimi generacijami istih kultur – koliko dedkov in babic danes uporablja internet? Ta kompleksen pojav tako na globalni, geografsko-demografski ravni kot tudi v lokalnem, družbenem smislu (in celo znotraj ene družine ali podjetja!) označujemo s pojmom **digitalni razkorak** (an. "digital divide"). Z naglim razvojem telekomunikacijskih mrež in sovpadanjem tradicionalnih medijskih storitev (tisk, radio, TV) se množijo obljube dvo- oziroma večstranske, poljubne in svobodne izmenjave informacij ter njihove izbirnosti. Predvsem z razcvetom mobilne telefonije, naglo rastjo standardov pasovne širine, z vse zmogljivejšimi osebnimi računalniki ter obljubami kot so „interaktivna televizija“, „trodimenzionalni videoklepet“ ali „inteligentna hiša“ se zastavljajo nova **vprašanja o pristnosti identitete, lastništvu informacij, zanesljivosti vsebin in nadzoru nad komunikacijskimi procesi**.

“Multimedijskost” je torej ena od pglavitnih lastnosti (bolj ali manj) „novih“ medijev, ki poleg samih tehničnih naprav, njihovih formalnih in produkcijskih standardov ter uporabniških trendov vključujejo tudi **večdimenzionalne, kompleksne odnose med ekonomskimi** (lastništvo in dobiček), **političnimi** (moč in vpliv), **psihološkimi** (uporaba in obnašanje), **kulturnimi** (vsebina in oblika), **institucijskimi** (organiziranost in pravila) ter nenazadnje **tehnološkimi** (sestava in storitve) pojavi. Z njimi se poglobljeno ukvarjajo tako oblikovalci in organizatorji dela v podjetjih kot kulturni raziskovalci in politiki ter vojaška industrija. Težko je najti gospodarsko, znanstveno ali izobraževalno področje, ki se ne bi razvijalo pod vplivom spoznanj o novih (razmerjih v) medijih in multimedijskih možnostih komunikacije ter obdelave podatkov. **Pomen zavestnega delovanja in pravilnega organiziranja na področju medijev** se navezuje na njihovo naraščajočo vlogo v pglavitnih družbenih procesih (razvoj vrednot, oblikovanje skupnosti in kulture, pravice posameznika in skupin, porazdelitev politične, ekonomske ter kulturne moči).

PRIMERI NA SPLETU:

(1) 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/>)

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

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

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

(5) 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>)

KLJUČNI POJMI:

- **množični medij(i)** > intenziven razvoj po 1920, dosegajo veliko število naslovnikov, delujejo najmanj na nacionalni ravni – navadno širše, 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 določenega (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, kemični, glede na pritisk, premik 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>

- **sinestezija** > <http://en.wikipedia.org/wiki/Synaesthesia>

- **digitalni razkorak** > http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_divide

VIRI:

Grant, August E. / Meadows, Jennifer H.: Communication Technology Update. 9. izd., Focal Press, New York 2004.

Webster, Frank: The Information Society Revisited. V: Lievrouw, Leah / Livingstone, Sonia: The Handbook of New Media. Sage, London 2002. S. 22-33.

www.wikipedia.org

www.archive.org

<http://www.kommunikative-welt.de/>