

H konceptu medialnosti, tretjič (predgovor)

Urška Perenič

Za mojega B.

Del literarne vede že vsaj trideset let presega zgolj literarno besedilo kot ekskluzivni predmet preučevanja, se obrača k literarnemu sistemu kot celoti in se pri tem intenzivneje dotika tudi vprašanja *medija*. Ponuja različne teoretsko-kritične premisleke in metodološke rešitve, kako medije ustrezno vključiti v literarnovedno obravnavo. Pomembne zasluge za gojenje te metodološko-teoretske tradicije ima empirična literarna znanost, ki je v perspektivi zgodovinskega razvoja medijev med drugim opozorila tako na prenose literature, tradicionalno založene v tiskani izdaji, v mlajše (elektronske) medije (intermedialni pristopi) kakor na nastanek novih literarnoumetniških zvrsti in žanrov, ki so povezani prav z uporabo različnih medijskih tehnologij in praks (zvrstno-vrstni pristopi).

Oblikovale so se različne teoretske razlage *medialnosti*. Po eni strani se medialnost nanaša na tri oz. štiri osrednje vrste posredovanosti, ki so ustnost, pisnost, avdiovizualnost, pogojno še teatralnost (npr. Fischer Lichte), po drugi strani pa pomeni nabor lastnosti, ki opredeljujejo »bistvo« vsakega posameznega medija (npr. medialnost filma, radia, knjigotiska, govora). Te definicije praviloma pokrivajo dvoje lastnosti medija: njegove izrazno-estetske (»retorične«) potenciale, ki so v odvisnosti od konkretnih tehnologij (npr. govor, tisk, radio, televizija) in s katerimi medij dejansko sporoča samega sebe, ter učinke, ki jih imajo medijsko posredovana (literarna) sporočila na ravneh človekovega zaznavanja, spoznavanja, mišljenja, spominjanja in ne nazadnje komuniciranja. Medialnost je potemtakem razumljena kot estetski, kognitivni in socialni pojav. Koncept medialnosti je bil natančno opredeljen tudi z ozirom na kulturno-zgodovinski razvoj medijskih tehnologij (npr. Flusser, Goody, Kittler, McLuhan, Ong), ki gre od (naravnih) jezikov prek dolgo trajajoče dobe ustne kulture, kjer je osrednji medij govor in ki je praktično vselej sobivala z (roko)pisno in še mlajšo tiskano kulturo (npr. Hagland), do avdio-vizualnih in najmlajših digitalnih tehničnih medijev, ki spet na poseben način revitalizirajo ustnost. Metodično in teoretsko različnim pristopom je skupna kritična drža do vedno novih medijskih tehnologij in učinkov, ki jih imajo te na individualni in družbeni ravni. Vsi misleci se načelno strinjajo okrog tega, da noben

medij ni samo (golo) tehnično sredstvo, temveč vselej kulturna stopnja v razvoju komunikacije. To na kratko pomeni, da mediji bistveno določajo tako vsebinsko-oblikovne vidike komuniciranja kakor komunikacijske prakse proizvodnje, predstavljanja, razširjanja, sprejemanja in obdelovanja sporočil.

Zaradi take širine predmeta obravnave, ki torej presega besedilne okvire, je empirična literarna znanost vselej slonela na izmenjavi (spo) znanj iz bližnjih ali bolj oddaljenih znanstvenih disciplin, kakor so komunikacijska in medijska znanost, sociologija oz. socialne znanosti, psihologija, (nevro)biologija, kognitivne znanosti, in se v stiku z njimi napajala z različno produktivnimi pojmi, koncepti, tîrmini in (hipo)tezami. Ena od takih tez in že nekakšnih maksîm je izpod peresa kanadskega medijskega teoretika Marshalla McLuhana in se glasi: »Medij je sporočilo.« Pred dobrimi petdesetimi leti jo je zapisal v skorajda istoi-menski knjigi *The Medium is the Massage* (1964). Skorajda zato, ker je pri postavljanju besedila knjige v naslovu prišlo do napake – *Massage* namesto *Message* –, ki pa je avtor ni želel odpraviti in se je izkazala za silno produktivno in poanti izjave precej ustrezno. Seveda mislimo na dobro poantirano zamisel o zmožnosti medija kot komunikacijskega kanala, da s svojimi tehnološkimi specifikami »masira«, tj. »mehanično« deluje na vsebinske in oblikovne vidike tistega, kar se v njem sporoča. Moramo pa isto izjavo razumeti tudi na ozadju zgodovinskega razvoja medijev, ki gre od netehničnih, človeških do tehničnih medijev, in še pomeni, da so starejši mediji praviloma vsebina novejših medijev – vsebina govora je miselni proces, vsebina pisave je govorjeni jezik, zapisana beseda je vsebina knjigotiska, vsebina oz. podlaga filma je knjiga itd.

Kako popularen in vpliven je McLuhan še danes, navsezadnje potrjuje dejstvo, da na njegovih stališčih gradijo mnogi mlajši teoretiki ali si ga jemljejo za navdih, čeprav se z njim nujno in v celoti ne strinjajo. Eden izmed njih je medijski strokovnjak z milanske univerze Alberto Contri. 18. aprila 2017 je Marinella Testori s Kraljevega kolidža v Londonu na diskusijskem forumu Humanist v sporočilu »Beyond McLuhan? [Onkraj McLuhana?]*» opozorila na Contrijevo svežo monografijo z naslovom *McLuhan non abita più qui: I nuovi scenari della comunicazione nell'era della costante attenzione parziale* [McLuhan ne živi več tu: Novi komunikacijski scenariji v dobi konstantne delne pozornosti] (Bollati Boringhieri, zbirka Saggi: Scienze sociali). Avtor je v njej famozno McLuhanovo »geslo« »medij je sporočilo« zaobrnil v »ljudje so sporočilo« in s tem spremenil njegovo poanto. Contri namreč pravi, da je McLuhan to geslo izrekel v zlati dobi televizije, za katero je značilen način komunikacije »od enega k vsem«, in zdaj ne*

drži več. Sam ga nasprotno izreka oz. prenavlja v zlati dobi spletne interaktivnosti, za katero je značilna komunikacija »vsi vsem« (danes npr. spletni uporabniki lahko komunicirajo z izdajatelji televizijskih programov), zaradi česar je v geslu medijskotehnoško perspektivo zamenjal z bolj antropološko konstanto – ljudmi kot subjekti komunikacijskega univerzuma. Vendar tehnološki moment v komunikaciji s tem nikakor ni ukinjen. Ljudje s(m)o v spletnih načinih komunikacije še naprej in neobhodno »determinirani« z zakonitostmi medija, v katerem komuniciramo. Internet določa dinamiko komunikacije, kjer vsak lahko komunicira z vsakomer, pri čemer je ta dinamika izjemno intenzivna. – Morda bi jo lahko primerjali z jedrsko reakcijo v zelo vroči snovi, pri kateri se sprošča ogromna (komunikacijska) energija, ali plazovito ionizacijo, ko elektron v električnem polju sproži plaz novih in novih elektronov, ki spet izbijejo nove elektrone; nekako tako, kakor vsaka internetna objava izbije novo objavo, itn. – Contri navaja, kako smo v manj kot petdesetih letih s tako rekoč nekaj radijskih in televizijskih programov prišli do milijard spletnih strani. Obenem kritično opozarja na tveganja, ki jih prinašajo digitalni mediji; med njimi je razširjenost konstantne delne pozornosti, kar je že patološki vedènjski učinek, povezan s stalno preobremenitvijo naših možganov, ker smo v (hiper)virtualnem svetu spletne komunikacije na nestrukturiran način »bombardirani« z najrazličnejšimi sporočili (od oglasov, reklam prek e-pošte do newsletterjev, anket) in zato prisiljeni v večopravnost.

Če prav razumemo Contrijsve premisleke in izvajanja v knjigi, potem je treba izraz »ljudje« v njegovi izjavi napolniti z dvema pomenoma – producenti na eni in recipienti na drugi strani komunikacijske verige, saj v spletni komunikaciji sočasno prevzemamo vlogo avtorjev in bralcev. Izjava »ljudje so sporočilo« bi se zato lahko glasila tudi »sporočilo so kreativni uporabniki«, s čimer bi pokrili dejavnosti pisanja oz. odzivanja in sprejemanja spletno posredovanih sporočil.

Tematski sklop, ki ga sestavlja sedem razprav, prav tako pokriva različne vidike (literarne) komunikacije – tehnološke, producerske, posredniške in sprejemniške. Sklop odpira razprava Andreja Koširja s Fakultete za elektrotehniko UL. V njej kritično zagovarja stališče, da so tehnologije v (pre)veliki meri vplivale zlasti na elektronske medije, čeprav so mediji kompleksen in, zdi se, v največji meri sociološki pojav. Njegov sklep je, da so akterji v medijskem komunikacijskem prostoru tisti, ki bi morali v največji meri oblikovati funkcionalne zahteve za medijske tehnologije. V svoji kompleksnosti je koncept medija predstavljen v zanimivi in pregledni razpravi Dejana Kosa (Filozofska fakulteta UM). Avtor se sprehodi skozi glavne medijskotehnoške in kulturne

stopnje v razvoju komunikacije, ki so pisava, tisk in avdiovizualni mediji, in medij konceptualno razplasti na več ravni – strukturno raven, raven simbolnih redov in (literarno)estetskih konvencij. Tehniško in teoretsko zasnovanima prispevkoma, ki pomagata skupaj celostneje umestiti v samo jedro problematike, sledi razprava Matije Ogrina (ZRC SAZU, Ljubljana), ki nas nekoliko zadrži na meji med rokopisno in tiskano pisnostjo v baročni dobi 17. in 18. stoletja. Potrdi se, da so na podoben način kakor ustne in pisne sobivale tudi rokopisne in tiskane tradicije. To je v skladu s še eno od McLuhanovih tez, da na novo porajajoče se oblike medialnosti nikakor ne pomenijo zatona starejših oblik medialnosti in starejših medijev. V dobo ne več Gutenbergove galaksije se povsem preselimo skozi razpravo Mirana Hladnika (Filozofska fakulteta UL), ki na podlagi bogatih izkušenj na področju digitalne humanistike poskuša predvsem odgovoriti na vprašanja, kako spletni medij oblikuje samo besedilo oz. sporočilo in kako se s »selitvijo« iz bolj tradicionalnih medijev na splet spreminja koncept avtorstva. Razprava Janeza Strehovca z Inštituta za nove medije in elektronsko literaturo (Ljubljana) nas zasidra v svet hipertekstne fikcije, med besedila, ki nove in drzne svetove odpirajo z uporabnikovim klikanjem na povezave in ki na presečišču s tehnološkimi dosežki in praksami eksperimentirajo z besedo in črko. Za obravnavo in interpretacijo del pisateljice in tudi medijske teoretičarke Kathrin Röggla uporabi izbrane ugotovitve in opazke Marshalla McLuhana v svoji razpravi Željko Uvanović z Vseučilišča v Osijeku. Navkljub razlikam si Röggla in McLuhan delita nekatera prepričanja, ko gre za vprašanje prihodnosti. Mislimo na McLuhanove antiutopične napovedi (npr. medijska igra vladajočih in potrošniških interesov). Tematski sklop zaokroža večavtorsko in interdisciplinarno zasnovana razprava Urške Perenič, Jurija Bona, Grege Repovša in Indre Pileckyte (Filozofska fakulteta UL in UKC Ljubljana). Avtorji skušajo s pomočjo eksperimenta in na primeru izbranih pesemskih besedil, ki spadajo v »dobo knjige« oz. (še vedno) Gutenbergove galaksije, preveriti eno od osrednjih medijskozgodovinskih tez, po kateri tehnološke inovacije s tem, ko transformirajo načine predstavljanja, posredovanja in sprejemanja, transformirajo tudi načine zaznavanja, spoznavanja, pomnjenja in razumevanja. Do vprašanja, ali je »boljši« klasični način branja s papirja ali zaslonski način branja, se avtorji ne opredeljujejo, čeprav rezultati pilotne raziskave kažejo, da med njima ni statistično relevantnih razlik. Na podlagi kognitivnega pristopa, ki si za izhodišče jemlje bralca/sprejemnika, bi na ozadju te razprave McLuhanovo (hipo) tezo morda lahko zaobrnilo še v »bralac je sporočilo«.