

II PRIKAZI

Mario Kolar

Virovska 7, 48327 Molve, Hrvatska
mario.kolar@gmail.com

Kako su mediji mijenjali svijet

(Asa Briggs, Peter Burke: *Socijalna povijest medija: od Gutenberga do interneta*. Preveo Marko Gregorić. Zagreb, Pelago, 2011. Str. 424)

Bez obzira na to sviđaju li vam se više tradicionalniji ili noviji mediji, u knjizi *Socijalna povijest medija* engleskih povjesničara Ase Briggsa i Petera Burkea pronaći ćete pouzdan i objektivan prikaz povijesti i jednih i drugih. Obuhvativši širok kontekst prije svega socijalnih i kulturoloških, a zatim i tehnoloških i ekonomskih silnica uslijed kojih su se pojavljivali i razvijali različiti mediji, ovaj dvojac poznatih sveučilišnih profesora donosi nam prilično nepristran, ali i kritički intoniran pregled načina na koji su mediji mijenjali svijet u razdoblju od Gutenberga do interneta. Ne favorizirajući niti starije niti novije medije i ne preuveličavajući niti minorizirajući njihovu ulogu u povijesnom kontekstu, autori su u svojoj knjizi, kako je to naglašavano još i nakon njezina prvog pojavljivanja 2002. u engleskom izdanju, dali opširan, ali i konzistentan pregled povijesti medija pa treba pozdraviti činjenicu da se, makar i s deset godina zakašnjenja, ova iznimna knjiga, u prijevodu Marka Gregorića i u nakladi Pelaga iz Zagreba, konačno pojavljuje i na hrvatskom jeziku.

Smjena ili suživot?

Prateći polutisućljetnu povijest medija pregledno izloženu u knjizi, moguće je prepoznati kako se kroz cijelo to razdoblje provlači nekoliko istih pitanja. Upravo mi je to zapelo za oko čitajući ovu knjigu pa ću u ovom kratkom razmišljanju o toj knjizi posebnu pažnju posvetiti prije svega tome pitanju. Prvo od pitanja koje se ponavlja kroz cijelu povijest medija tiče se bojazni da će pojavom nekog novog medija oni stari izumrijeti, odnosno s druge strane, da neki novi medij neće uspjeti preživjeti došavši u konkurenciju s onima postojećima. Što se tiče prvog dijela pitanja, povijesna logika, vidljiva kroz predstavljenu povijest medija u ovoj knjizi, nalaže da novi mediji u pravilu imaju „aditivnu“ a ne „supstantivnu“ snagu. To je vidljivo npr. iz činjenice da su pojavom tiska stari mediji usmene i rukopisne komunikacije i dalje postojali, kao što i danas tisak, koji je stari medij, (su)postoji s televizijom i internetom. Isto tako, pojava televizije, tog „sveopćeg oka“, nije ozbiljnije ugrozila tada cvatuću kinematografiju, kao ni pojava interneta tada dominantnu televiziju. No,

vrijedi i obratno. Unatoč činjenici da se stari mediji nikada ne daju lako izgurati sa scene, povijesna logika nalaže da novi mediji u pravilu uspijevaju izboriti svoje mjesto i preživjeti u konkurenciji postojećih medija. Štoviše, kao što pokazuje druga polovica 20. stoljeća, u vrlo kratkim intervalima pojavljivat će se i novi mediji koji će također opstati.

Primatelj ili davatelj?

Činjenica da je pitanje opstanka ovih ili onih medija neprestano prisutno govori nam kako je povijest medija vrlo turbulentna. No, to ne treba začuditi s obzirom na to da je neodvojiva od istih takvih okolnosti u kojima se događa(la). Stoga je drugo *vječno pitanje* koje je dugo okupiralo teoretičare i povjesničare medija, ali i druge mislioce, bilo upereno prema odvagivanju koliko je kontekst utjecao na medije, a koliko mediji na kontekst. Što se tiče prvog dijela pitanja, kao što sam napomenuo, sasvim je jasno kako je pojava većine medija intenzivno povezana s kontekstom u kojem nastaju. Jedan od najboljih primjera za to je povezanost razvoja prijevoza, ponajprije pojava željeznice, s pojavljivanjem novih medija koji su, jednako kao i nova prijevozna sredstva, morali što brže i na što veće udaljenosti *prevoziti* informacije s jednog mjesta na drugo (npr. telegraf i radio). O povezanosti suvremenih medija, poput satelitske televizije, mobilne telefonije i interneta s razvojem tehnologije i komunikacijskih sustava nije potrebno niti govoriti.

No, dok s jedne strane kontekst utječe kako na pojavu tako i na razvoj novih medija, redovito se događa i obrnut proces pa mediji, planirali to njihovi tvorci ili ne, utječu i na kontekst koji ih je stvorio. Pojava novih medija, pogotovo onih revolucionarnijih, u najmanju ruku generira pojavu novih materijala, uređaja i sl. te potrebu za novim vrstama rada i zanimanja, npr. pojavom i razvojem tiska pojavljuje se potreba za tiskarima, knjižarima, urednicima, lektorima itd. kojih do tada nije bilo, a pravu poplavu u razvijanju posebnih vrsta stručnjaka generirali su ponajprije dolazak „televizijske“ i još više „elektroničke ere“. No, novi mediji osim ekonomskih promjena donose i promjene u načinu mišljenja i življenja. Tako npr. dnevni tisak, napominju autori, „nije samo odražavao interese društva, već ih je i oblikovao“. Koliko su promjena u način življenja, posebice provođenja slobodnog vremena, unijeli televizija i internet svima je jasno, jednako kao i koliko je promjena u način komuniciranja unijela mobilna telefonija.

Dobrobit ili štetnost?

Dok je, dakle, neosporno da mediji, ponekad i radikalno, transformiraju društvo, drugo je pitanje, a i to je jedno od *vječnih pitanja* u povijesti medija, donose li novi medij više štete ili koristi. Na njega opet nije moguće dati jednoznačan i konačan odgovor niti autori to pokušavaju. Govoreći o izumu tiska, autori pokazuju kako je dolazak „Gutenbergove ere“ omogućio kako stvaranje složenijih misaonih konstrukcija tako i njihovu pouzdaniju pohranu nego kad su se prenosile usmenim putem, no izum tiska je istovremeno i „destabilizirao znanje... čineći čitaoce svjesnijima postojanja sukobljenih priča i interpretacija“. Mnogo intenzivnije rasprave o štetnosti ili korisnosti novih medija

vođene su već i oko pojave radija, prvog masovnijeg netiskanog medija, a posebno su intenzivirane nakon pojave filma, televizije i interneta te im još i danas i sami svjedočimo.

Posebno je zanimljivo promatrati kako su pojavu novih medija percipirali njihovi suvremenici. U načelu je svaki novi medij izgledao revolucionarno i nenadmašivo te je suvremenicima bilo teško zamisliti išta savršenije i naprednije. No, s druge strane, u pravilu je jednako tako uvijek postojao krug ljudi koji su ih dočekivali sa skepsom. Tako je npr. engleski *The Times* 1902. pojavu telefona okarakterizirao kao nešto što neće interesirati šire mase, već samo imućne i poslovne ljude. Izum radija također nije impresionirao dio suvremenika, smatrali su ga tek „telegrafom bez žice“, a posebno negativne reakcije izazvala je pojava „camere obscure“, odnosno današnje fotografije, kao „neprijatelja umjetnosti“ koji će kao tobože tehnička, neumjetnička djelatnost nepotrebno konkurirati slikarstvu.

Sveto trojstvo medija

No, iako je svaki novi medij izazivao kontroverze, prve rasprave o korisnosti ili štetnosti nekog medija u kojima je doslovno sudjelovao cijeli svijet, izazvala je pojava filma. Razlog tome leži u činjenici da je film bio prvi medij koji je između *svetog trojstva* socijalnih funkcija medija – informiranja, obrazovanja i zabave – na prvo mjesto stavio zabavu te da je za razliku od ostalih medija koji su većinom nastajali u proizvodne, vojne ili slične svrhe, bio prvi koji je od samih početaka bio namijenjen širokom pučanstvu. Jednako tako, oko filma se počeo vrtjeti ogroman kapital kao oko nijednog medija do tada. Pojavom holivudskih korporacija za produkciju i distribuciju filmova 1920-ih započelo je „zlatno doba filma“ koje je tek sredinom 20. stoljeća ozbiljnije poremetio „televizijski bum“, iako se televizija kao medij pojavila dvadesetak godina ranije.

No, masovna recepcija, utjecaj kapitala i neuravnoteženost socijalnih funkcija medija početkom 20. stoljeća pogodila je i druge medije te se počinju pojavljivati hibridni medijski sadržaji koji kombiniraju informiranje i zabavu, koji se obično nazivaju „infotainment“. U drugoj polovici stoljeća dolazi i do stapanja medija, pojave koja se naziva „communications“, odnosno hibrida računala i komunikacije, dok prema kraju stoljeća dolazi i do višestrukih „medijskih konvergencija“. Jednako tako, početkom 20. stoljeća sve veći *medijski kolač* počinju odnositi oglašivači, iako su za to već i ranije koristili tisak, no pojavom radija, a kasnije i ostalih vizualnih i/ili multimedijalnih medija, dočekali su medije preko kojih još lakše mogu ući u svačiji dom. Kao posljedica svega toga ideal „informirane javnosti“ počinje popuštati pred činjenicom „tržišta“. Iako je kritikama u tom smjeru bio izložen već i tisak jer je izdavaštvo sve više postajalo biznis kao i svaki drugi, a novinari su se pretvarali u „nametljiva zabadala“ koja umjesto objektivnih informacija čitateljima nude „pseudostvarnost“, najjače kritike bile su uperene prema televiziji koja je „za mnoge kritičare bila reduktivna sila koja je trivijalizirala vijesti“, ali i sve ostalo, a u isti je mah generirala i preobilje zabave.

Kontrola i moć

Unatoč do sada predstavljanim problemima, možda najvažnije pitanje u cjelokupnoj povijesti medija tiče se borbe za kontrolu nad medijima koja, kako tvrdi nemali broj teoretičara, predstavlja ključ za moć i bogatstvo.

Kako je većina medija od svojeg pojavljivanja bila u javnom vlasništvu, dakle u državnoj ingerenciji, mediji su isprva kontrolirani prije svega u političke svrhe. Štoviše, ako se vratimo malo dublje u prošlost, kontrolu nad medijima obilno je koristila i katolička crkva, ponajviše u prvim stoljećima nakon izuma tiska kada je indeksima zabranjenih knjiga i njihovim spaljivanjima željela spriječiti širenje protestantima. No, za razliku od Jana Husa koji na raspolaganju nije imao tiskane medije, slične *heretičke* ideje Martina Luthera doprle su do širokog kruga ljudi i preživjele progone crkve upravo dobrim dijelom zahvaljujući tisku. Situacija je postala bitno kompliciranija nakon „medijske revolucije“ u 20. stoljeću. Pojava brojnih novih medija, od kojih je većina okrenuta širokim masama, ponudila je onima koji žele nekome nešto nametnuti neslućene mogućnosti. I dok jedni danas hvale „elektroničko izobilje“ koje ukida fizička ograničenja za pristup informacijama, i posebno stasanje „informativnog društva“ koje će doprinijeti „slobodnoj trgovini ideja“ i napretku, drugi su svjesni da, kao prvo, suvremeni „tehnopol“ odmah u startu iz tog društva isključuje slabije razvijene zemlje, te, kao drugo, da se radi o prividnoj slobodi koja je itekako nadzirana i usmjeravana od različitih centara moći.

Novi vladari

Pojava najsvremenijih medija, složit ću se s autorima, pitanja o centrima moći preusmjerava na nova težišta. Uzmimo kao primjer internet. Kao medij koji se dobrim dijelom ostvaruje u virtualnom prostoru (*cyberspace*), internet prekoračuje državne ili bilo kakve druge granice pa dobrim dijelom izmiče kontroli tradicionalnih centara moći, kao što su države, tj. politika, a izmiče im i zbog toga što je više od svih ostalih medija interaktivan, što znači da dobrim dijelom može biti *uređivan* i *odozdo*, a ne samo *odozgor*. Stoga danas, kako poentiraju autori, više nije ključno pitanje može li neki medij ostati izvan kontrole politike, nego može li umaknuti kontroli novog *velikog šefa* – biznisa, odnosno profita.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.