

■ Svaka je tehnologija imala svoje usko grlo

■ Riječ je o vrijednostima EU-a

TRIBINA



Utorak, 23. lipnja 2009.

Svaka je tehnologija imala svoje usko grlo

Živimo u prijelaznom vremenu tehnologija. Ideologija horizontalne komunikacije bit će novo područje interesa velikih korporacija

SEAD ALIĆ

Sve je povezano i svi smo povezani. I onda kad se našti stavovi odbojaju, kad ih se ignorira, oni su izrečeni i imaju svoj učinak. Mali valovi u sebi razvijaju prepoznatljive oblike velikih. Povijest čovjeka povijest je suodnošenja ljudskog bića s njegovim ekstenzijama koje ga oslobađaju ili zarobljavaju. Tko je u svojim rukama imao snažnije ekstenzije, određivao je pravila, postavljao ideologije, donosio svjetonazore, oblikovao interesne grupe...

Ako je papirus omogućio pokretnoga Boga, onda je jednako tako umnožio i hijerarhije svećenika koji su tog pokretnog Boga približavali ljudima nesposobnima da Boga odčitaju i dožive iz papirusa. Ako je papir omogućio Rimsko Carstvo kako u širenju tako i u njegovu nestajanju, onda je on donio i hijerarhije državnih službenika, hijerarhije članaka rimskog građanskog prava, knjižnice i arhive kao magijske izvore snage njihovim vlasnicima i korisnicima.

Ako je pojava elektroničkih medija podigla glavu recipijenta s teksta (i papira na kojemu je tekst prikovan), oslobodila oko za boje (koje su sredinom prošlog stoljeća eksplodirale), omogućila istovremenost informiranja/oblikovanja mase primatelja informacija (kojim je stvorena nova generacija recipijenata nesklonih pisanom i tiskanom tekstu), ako je taktičnost televizije donijela ono što McLuhan naziva međudjelovanjem svih osjetila; konačno, ako umreženost ide putem dvosmjernog komuniciranja - onda su McLuhanove najave bile blagovremene i gotovo proročke.

Francuski impresionistički slikar Seurat (kojeg McLuhan naziva prorokom televizije) nije mogao znati za točkice i linije sprave koja će se pojaviti nakon njegove smrti, ali je prikazivanjem igre svjetlosti na točkicama kojima je slikao - otvorio prostor razmišljanju o djeljivosti budućeg ekrana, oblikovanju slike svjetlošću, te na taj način anticipirao ekran elektroničkih medija.

Uz Baudelaireov stav da je i čitatelj uključen u poetski proces ide i nova činjenica medicinskih, bioloških i neurolingvističkih istraživanja koja (pojednostavljeno rečeno) pronalaze da je više živčanih trasa prenošenja informacija od mozga prema oku, nego od oka prema mozgu. Kreiramo, dakle, sliku. Aktivni smo, uostalom, poput najsitnijih čestica koje mijenjaju svoje ponašanje dok ih gledamo. Osuđeni smo na poetičko ustrojstvo logosa.

Kad govorimo o kraju televizije, govorimo o približavanju kraju utjecaja paradigme jednosmjernog komuniciranja koje je raslo i razvijalo se od prvih glinenih pločica i Mojsijevih kamenih ploča, preko pisma, rukopisa, knjige do tiska općenito, te do radija, filma i televizije. Govorimo o kraju dominacije tehnike koja svijet postavlja/utemeljuje/građi između emanatora (proizvođača svjetlosti, istine i informacija) i primatelja (zaduženoga da informaciju dobivenu odozgo pretvori u vjeru, zakon, nacionalni zanos, ideologiju, kulturu, civilizaciju...

Svaka je tehnologija imala svoja uska grla. Pisari su u početku bili robovi. I bilo ih je tek toliko da popišu vlasništvo svojih vlasnika, pismo religijskih hijerarhija, u počecima, kasti je svećenika više odvajalo od puka, nego što ga je puku približavalo. Sve knjige svijeta prvih stoljeća Gutenberga stale bi danas na jedan dobar digitalni nosač podataka. Pa ipak, stvarale su intelektualce, umjetnike, znanstvenike - grupaciju koja se smatrala upućenijom od upućenih, odnosno koja je mislila kako ima dovoljno informacija kojima može biti alternativa religijskim hijerarhijama. Tehnologija umnažanja knjiga umnažala je intelektualna zanimanja.

Onako kako su institucije koje su odlučivale o objavljivanju ili neobjavljivanju neke knjige bile usko grlo, na identičan su to način i urednici prvih novina, radijskih i televizijskih emisija.

Čin odluke svjedoči o uskom grlu. Svjedoči o postojanju kreatora javnog mnijenja, ljudi zaduženih za oblikovanje svijesti jedne zajednice. Novi medij, novi programeri, novi decision makeri, nove navike. Televizija je vjerojatno zadnji medij jednopartijskog emitiranja programa. Televizijska je antena zadnje oružje otvorenog jednolinijskog porobljavanja svijesti i vremena suvremenih građana kao gledatelja. Televizijski stuđo monumentalna je piramida u kojoj politički faraoni izgovaraju svoja zadnja obećanja bez pokrivača. Televizijski su urednici zadnji profesionalni medijski egzekutori koji javno mogu rušiti vlade, s njima zajedno započinjati ratove, glumiti angažman i istovremeno odrađivati posao za neke druge, iste takve.

Cenzura se povlači u pretraživače naših baza podataka. Od njih ćemo uskoro moći saznati i svoje vlastito mišljenje.

Gledatelj komercijalnih televizija je, potpuno pogrešno, još uvijek uvjeren kako gleda televizijski program a u predasima konzumira reklame. Ne razmišlja o odluci korporacija da kreiranje programa podvrgnu interesima oglašivača. Programi su samo nastavak oglasnog vremena onako kako je takozvano slobodno vrijeme radnika samo produžetak neslobodnoga rada.

Jednolinijska, jednopartijska tehnologija razvila je tehnologiju poslušnosti i pasivnosti: emitiranje programa - emitiranje je istine. Emitiranje laži - emitiranje je programa protiv kojega se one može ništa. Nakon samo pola stoljeća televizije, čovjek je postao shizofreno biće koje gleda, prati i sluša ono u što ne vjeruje, prihvaća kao neminovno ono protiv čega se buni cijelo njegovo biće.

Blogovi su u svijetu počeli stvarati neovisne platforme informiranja javnosti. Nova mrežna umjetnost ostat će vječnom tajnom jednolinijskoj generaciji knjige i televizije. Pred vratima smo neshučenih mogućnosti komuniciranja. Zašto nam se ta vrata tako sporo otvaraju? U komu ili u čemu je problem?

Dio problema je u našoj navici: ropski raditi ako imamo posao, ropski se odmarati za sljedeći posao.

Ropski preuzimati slike koje se odašiljaju iz TV-centara bliskih središnjicama moći, ropski ih pronositi slažući se s njima ili suprotstavljajući im se. Političari i vlasnici korporacija računaju na našu naviku. Naviku gledanja i slušanja iz jednog centra televizije su u nama razvijale desetljećima. Nerijetko pobunu protiv vlastitih navika, pa makar one bile i loše, razumijemo kao pobunu protiv nas samih. Onad šutnja i prihvaćanje neprihvatljivog. Desetljećima razvijamo pasivni oblik primanja vijesti i udaraca, odluka i kazni, ideologija i laži. Andersovoj ocjeni da je laž u televiziji pronašla sredstvo kakvo nikad nije imala na raspolaganju, s nešto opreza treba pridodati da će u budućnosti pitanja vjerojodnosti procjena profila osoba na temelju tajnih pretraživanja njihovih datoteka biti još manje pretražive sredstva.

Živimo u prijelaznom vremenu tehnologija. Ideologija horizontalne komunikacije bit će novo područje interesa velikih korporacija. Skenirani svijet uskoro će se moći dobiti na više adresa. Brzinom svjetlosti naša će misao biti dijelom baze podataka na raspolaganju cijelom svijetu. O istini i laži neće odlučivati članovi zainteresiranih političkih stranaka ove ili one saborske komisije, ove ili one državnice. Jednopartijski kanali oblikovanja svijesti građana gubit će iz dana u dan svoju snagu, razlog postojanja, a namsti jer će nestati generacije kojima je takav program potreban kao doping. Na početku smo samoga kraja. Jedno od središnjih pitanja filozofije medija može se uobličiti i na ovaj način. Zašto je još uvijek televizijski dnevnik u prosjeku najgledanija televizijska emisija? Naime, sve vijesti koje ćemo vidjeti na dnevniku, već su objavljene. Rađo je puno brži, a internetski portali vijesti, koje će se kasnije pojaviti u središnjim dnevnicima, znaju objaviti i dvadesetak sati ranije. Što očekuje vjerni gledatelj koji svoje slobodno vrijeme daruje marketingu između dnevnika i sporta i sporta i vremena? Zašto taj ritual toliko podsjeća na odlazak u bogomolju rezigniranog vjernika koji više ne očekuje čuda, ne očekuje buđenje nade, osmjech na licu ili novi polet? Ne podsjeća li pomalo sjaj ekrana na sjaj zlatnoga teleta kojem se klanjao Mojsijev narod čim bi izgubio kontakt s nječju Mojsijevom? Zlatna čim zlatne televizije navikavaju nas vjerovati u način komuniciranja u kojemu su oni izvor, a mi velikodušno veliko more koje će prihvatiti i razgraditi sve korporacijske fekalije.

Autor je doktor znanosti, voditelj Sekcije za filozofiju medija Hrvatskog filozofskog društva

Pišite na:
@vjesnik.hr

- Događaji
- Temе dana
- Svijet
- Gospodarstvo
- Komentari
- Tribina
- Kultura
- Sport
- Zagreb i Županija
- Crna kronika
- Sa svih strana
- Život

WWW arhiva

PDF arhiva

- Kina
- Kazališta
- HRT
- TV programi
- Putokaz
- Tečajna lista

- Lokalni izbori 2009
- Hrvatska u NATO-u
- Plava vrpca Vjesnika
- Izbori 2007

- Vaša pisma
- Postavke

- Pretplata
- Marketing
- Narodne Novine d.d.
- Impresum