

## **SLOVENSKI NAROD V DOBI ZGODNJE MEDIATIZACIJE: OD TELEGRAFA DO KINEMATOGRAFIJE\*\***

*Povzetek. Članek proučuje odzive Slovenskega naroda, enega izmed osrednjih slovenskih medijev druge polovice 19. stoletja in prve polovice 20. stoletja, na radikalne spremembe v medijski krajini, do katerih je prihajalo z elektrifikacijo in industrializacijo. Te spremembe so se oblikovale na ozadju drugega vala mediatizacije, ki se je v slovenskem prostoru začel z uvedbo elektronskih medijev in je radikalno spremenil celotno medijsko krajino. Članek proučuje, kako se je takratni slovenski tisk, Slovenski narod, soočal s temi radikalnimi medijskimi spremembami. Za podrobnejšo študijo primera sem izbrala prihod kina konec 19. stoletja in proučevala, kako je Slovenski narod obravnaval njegov prihod ter množičen vstop v slovensko družbo. Zanimalo me je, kakšen diskurzivni okvir je zgradil Slovenski narod okoli prihoda kina, saj iz tega lahko sklepamo tudi o odzivu tiska na takratne radikalne medijske spremembe, ki so se kasneje skozi 20. stoletje z vdorom elektronskih medijev (najprej radio in kasneje še televizija) še intenzivirale.*

**Ključni pojmi:** Slovenski narod, mediatizacija, elektrifikacija, kino, kulturne transformacije

»Eno smo!« so rekla ljudstva in roka je srečala roko v električnem vznemirjenju od dežele do dežele.

The Victory, 1872<sup>1</sup>

\* Dr. Maruša Pušnik, izredna profesorica, Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani, Slovenija.

\*\* Pregledni znanstveni članek.

<sup>1</sup> Pesem je bila napisana leta 1872 v zahvalo Samuelu Morseju, ki je v dobi elektrifikacije vpeljal telegraf (Standage, 1999). Napovedovala je prihod novih medijev in opozarjala na kulturno-tehnološke transformacije takratne dobe.

## Uvod

*Slovenski narod* je izhajal na prehodu iz 19. v 20. stoletje (1868–1943) in je bil osrednji slovenski politični dnevnik tistega časa. Bil je liberalno usmerjen in deloval je v duhu liberalne mantre: »Vse za narod, svobodo in napredek!« (prim. Amon, 2004; Kalin Golob, 2003). V članku me bo zanimal prav ta njegov moto »napredka«, saj se bom osredotočila na vlogo in položaj Slovenskega naroda v takratni družbi na prelomu stoletij, kako se je *Slovenski narod* odzival na kulturno-tehnološke novitete, ko so prihajali novi mediji, kako je te novitete predstavljal, imaginiral in kako se je tudi sam spreminjal kot odgovor nanje. Osrednji liberalni slovenski dnevnik je torej priročen za analizo takratnega »zeitgeista« kot vzročne razlage zgodovinskih sprememb (Ross, 1969). Članek je potemtakem tudi poskus neke vrste skiciranja širšega družbeno-kulturnega konteksta, v katerem je izhajal *Slovenski narod* na prelomu stoletij. Iz pregledovanja samih vsebin časopisa je namreč mogoče razbrati »strukturo občutenja« (Williams, 1971) takratnega časa, to je živeto izkušnjo kvalitete življenja v specifičnem prostoru in času oziroma kulturo specifičnega zgodovinskega trenutka.

Cilj članka je prikazati, kako se je zgodnja mediatizacija slovenske družbe, ko so mediji začeli vse bolj prežemati družbo in kulturo, odražala v Slovenskem narodu. Zanimala me bo vloga Slovenskega naroda v tem procesu in še posebno pozornost bom namenila izbrani konkretni študiji primera začetkov kinematografije v slovenskem prostoru, s katero želim pokazati, kako se je tisk odzival na prihod novih elektronskih medijev<sup>2</sup> ter kako je prikazoval in premišljal te nove medije za zabavo. S kombinacijo zgodovinsko-primerjalne analize in analize diskurza bom proučevala, v kakšnem kontekstu izhaja *Slovenski narod* na prehodu stoletij in kako *Slovenski narod* reprezentira in imaginira prihod teh takrat novih medijev in še posebej kinematografije v slovenski prostor. Zgodovinsko-primerjalna analiza prispevkov iz Slovenskega naroda in slovenskih zgodovinopisnih del o tej tematiki mi bo omogočila dekonstruirati širši kontekst, v katerem se te medijske transformacije dogajajo, kako je v njih umeščen *Slovenski narod* in kakšne diskurze o njih razširja *Slovenski narod*. Analiza diskurza pa mi bo pomagala detektirati in razgraditi izbrane posamične reprezentacije, ki se pojavljajo v *Slovenskem narodu* okrog prihoda teh novih medijev s posebnim poudarkom na kinematografiji. V analizi tako obravnavam

<sup>2</sup> Elektronske medije definiram po Billu Kovariku (2011; prim. tudi Briggs in Burke, 2005) kot tiste medije, ki se razvijajo z elektronsko revolucijo od druge polovice 19. stoletja in so povezani z uvedbo elektrike, ki služi kot tisti vir energije, ki poganja neki medij, da lahko ta sploh deluje in tako pride do občinstva. Za svoje delovanje ti mediji torej potrebujejo elektriko in Kovarik dodaja, da je elektrika radikalno spremenila medijsko krajino ob koncu 19. in v prvi polovici 20. stoletja. Ti mediji, ki so razvijali v tem času, so bili telegraf, telefon, gramofon, kinoprojektor, kasneje še radio, televizija.

*Slovenski narod* v obdobju od leta 1895 do leta 1907, in sicer 1895, ker sta takrat brata Lumiere v Parizu prvič projicirala film na platno za širše občinstvo. Decembra istega leta pa v kletih pariških kavarn že redno predvajala filme pred množico ljudi, ki so plačali za predstavo.<sup>3</sup> Zanima me torej, kakšni so odzivi *Slovenskega naroda* na prve prihajajoče kinopredstave v slovenskem prostoru oziroma kako jih diskurzivno uokvirja, zato analiziram vse letnike *Slovenskega naroda* do leta 1907, ki pa označuje prelom v slovenski kinematografiji, saj takrat dobimo prvi stalni kinematograf v Ljubljani in od takrat naprej kinematografija v slovenskem prostoru nikdar več ne zamre (prim. Traven, 1992; Brenk, 1979; Šimenc, 1996; Nedič, 1997). Z analizo diskurza analiziram vse novinarske prispevke v *Slovenskem narodu* iz tega obdobja, ki so govorili o kinu, in vse oglase, ki so napovedovali prihod kina v slovenski prostor. Z analizo teh posamičnih reprezentacij, ki govorijo o kinu, iščem neke univerzalnosti, ki so opisovale takratno družbeno tkivo in govorile o zgodnji mediatizaciji slovenske družbe prek prihoda kina. Kar z drugimi besedami pomeni, da proučujem, kako te posamične reprezentacije kina v *Slovenskem narodu* predstavljajo neko univerzalnost, na primer za družbo tistega časa, in kaj lahko iz teh posamičnih reprezentacij kina sklepamo o družbi tistega časa. Posamične reprezentacije mi bodo tako pomagale dekonstruirati diskurz *Slovenskega naroda* o prihodu takratnih novih medijev. Osrednje raziskovalno vprašanje torej je, kako se je *Slovenski narod* odzval na prihod takrat novih medijev in še posebej kina, ki je napovedoval korenite medijske spremembe v 20. stoletju, in kako se je dnevni tisk v slovenskem prostoru v zgodnji fazi elektrifikacije soočal s temi radikalnimi spremembami, ki so tudi tisku v slovenskem prostoru tako odrejale novo mesto v medijski protrošnji in medije vse bolj približevale funkciji zabave. To besedilo je torej najprej zgodba o tem, kakšen je bil kulturno-zgodovinski kontekst *Slovenskega naroda* v tistem času, kako se je *Slovenski narod* znašel v zgodnjem obdobju mediatizacije slovenske družbe, čemur sledi podrobnejša empirična študija podob prihoda kina v *Slovenskem narodu*, da bi pojasnila, kako se je takratni tisk odzival na nove prihajajoče elektronske medije.

## Kulturno-zgodovinska kontekstualizacija

Slovenska družba se je na prehodu iz 19. v 20. stoletje srečevala s številnimi radikalnimi kulturno-tehnološkimi in politično-družbenimi spremembami. Kot pravi Irving Fang (1997), je čas poznega 19. stoletja v evropskih

---

<sup>3</sup> Predvajata kompilacijo več kratkih filmov, posnetih v realnem življenju, in predstava običajno traja okrog 20 minut. Predstavo spremlja ponavadi klavirska glasba in od začetka tudi komentarji njune očeta (Fang, 1997; Briggs in Burke, 2005).

družbah čas industrijske revolucije, s katero vznikne množična družba in z njo množična produkcija. Vpeljane so številne družbeno-kulturne spremembe, kot so premiki prebivalstva iz ruralnega okolja v mestna središča, pri čemer pride do prehoda iz agrikulturne v industrijsko ekonomijo. V zahodnem svetu rastejo tovarne za množično proizvodnjo, oblikuje se množičen delavski razred, trg se prične diferencirati in podani so zametki za vznik potrošne družbe. V slovenskem prostoru se vse to začne spreminjati počasi, z veliko zamudo za zahodnim svetom se na primer začne počasi formirati tudi delavski razred, vendar na prelomu stoletja kmetijski sloj še vedno prevladuje (Fischer, 1978). Takratni slovenski prostor za zahodnim svetom torej kar precej zaostaja, kar se tiče industrializacije, saj je to še vedno pretežno agrarno ozemlje. Specifika slovenskih dežel v tistem času je torej agrarnost. Na prelomu stoletja je slovenski prostor še del Avstro-Ogrske, ki pa se šele v drugi polovici 19. stoletja začne počasi modernizirati in presegati fevdalne okvire ter vstopati v kapitalistične okvire, torej z več kot petdesetletno zamudo za zahodnim svetom (Vodopivec, 2011; Fischer, 2005; Kresal, 1969). A kljub vsemu se na prelomu stoletja že kažejo zgodnji, sicer večkrat tudi osameli znanilci, ki napovedujejo procese modernizacije slovenske družbe (Lazarevič, 2015; Vurnik, 2016). O tej industrializaciji priča tudi vzpon transporta v slovenskem prostoru in še posebej železnice, ki je ključna za prehod v industrijsko družbo (Kolar, 2002). Kot dodaja Fang (1997) za zahodni svet, je to tudi doba, ko se npr. v Veliki Britaniji uvede obvezno in brezplačno osnovno šolstvo in s tem začne močno rasti pismenost. V slovenskem prostoru je šolstvo že uzakonjeno več kot stoletje prej in začetek 20. stoletja je tudi z uvedbo vse več medijev začel predstavljati dobo, ki pomeni začetke počasne rasti pismenosti (Gabrič, 2003). Izboljšajo pa se nasploh življenjske razmere: poceni bombaž, tovarniško izdelana posoda, množično izdelano pohištvo, industrijsko proizvedena hrana, higiena se izboljša, prihod zdravil in pocenitev transporta. *Slovenski narod* torej izhaja v turbulentnem času, ko so v ospredju začetki obširnih migracij ljudi, začetki počasne masifikacije, elektrifikacije in industrializacije ter rastoče urbanizacije družbe (Lazarevič, 2017; Čepič, 2006).

*Slovenski narod*, ki je bil sicer izrazito politični dnevni list, pa s svojimi oglasnimi vsebinami na zadnjih straneh časopisa jasno priča o tem, da se v njem že pojavljajo diskurzi, ki uokvirjajo porojevanje industrijske družbe v takratnem času. *Slovenski narod* je tako na prelomu stoletij že reprezentiral prehod slovenske družbe iz obrtniške v industrijsko družbo. Med oglasi na njegovih zadnjih straneh na primer prevladujejo oglasi za industrijsko tovarniško proizvedene izdelke, od oblačil, hrane, cementa, šivalnih strojev, strojev za poljedelstvo, pohištva do koles. Redno se objavljajo oglasi za zdravila, razne toaletne pripomočke, kar priča tudi o naraščanju diskurzov zdravstvene in higienske nege v tistem času. Vse to pa vpliva na

izboljšanje življenjskih razmer in življenjskega standarda. Pomenljivo je, da leta 1907 na njegovih zadnjih straneh že lahko redno zasledimo oglase za pralni prašek. Če parafraziramo Rosalynd R. Williams (1991), to pomeni, da *Slovenski narod* počasi začne oblikovati »sanjske svetove potrošnje«, saj potrošno blago ponudi nove življenjske možnosti in nove svetove stvari, ki so takrat začeli spodbijati umetnost in religijo kot osrednji točki človeškega zanimanja, in te sanjske svetove je lahko z odprtjem trgovin in kasneje še veleblagovnic tako izkušalo vse več ljudi. V skoraj vsaki številki *Slovenskega naroda* pa so tudi oglasi za parnike, ki plujejo v novi svet – Ameriko, in iz tega je razvidno, da *Slovenski narod* konstruira migracije kot nekaj naravnega in zaželenega, piše, da so bile migracije prebivalstva z razvojem transportnega sistema (železnice, parniki itd.) takrat že v polnem zagonu. Če naštejemo le nekaj primerov: *Slovenski narod* tako redno prodaja »vozne listke v Severno Ameriko« (Slovenski narod, 1896a: 3), »Severno-nemški Lloyd v Bremnu, Brzoparniške vožnje v New York« (Slovenski narod, 1898a: 9). Ali pa na tak način promovira migracije v novi svet med slovenskim prebivalstvom: »Proga Hamburg–Amerika. Hamburg–New York = 6 dni! Vsaka pomorska nevarnost popolnoma izključena, dobra prosta hrana, solidna postrežba, primerno nizke cene v vseh razredih. Največji, najhitrejši in najvarnejši parobrod na svetu. Odhod iz Hamburga po trikrat na teden« (Slovenski narod, 1902a: 6). Migracije se v tem času močno okrepijo, večja se njihovo število tako na dnevni bazi kot tudi trajnejše migracije. Ljudje se začnejo na veliko premikati in seliti po prostoru in v *Slovenskem narodu* je ta diskurz o migracijah zelo izpostavljen, redno na primer objavlja poročila o »naših železnicah« (Slovenski narod, 1896b), ki za ljudi začnejo opravljati zelo pomembno vlogo, saj se na ta način dobro ruralni prostor poveže z industrijskimi mestnimi središči. *Slovenski narod* v tem pogledu s svojimi diskurzi, ki jih diseminira po slovenskem prostoru, uokvirja začetke urbanizacije slovenskega prostora.

*Slovenski narod* izhaja tudi ravno v času začetkov elektrifikacije slovenske družbe, ko elektrika postaja gonilna energetska sila, ki počasi povsem izpodriva paro in plin. Tako *Slovenski narod* redno konstituira in diseminira diskurze o elektriki kot tisti sili, ki je zelo zaželena in bo radikalno spremenila svet. Z navdušenjem je na primer zabeležen prihod električne napeljave v Ljubljano: »Električna razsvetljava v Ljubljani delala bo tvrdka Siemens in Halske na Dunaju. Električna razsvetljava se bode torej mogla vpeljati v Ljubljani še le v teku bodočega leta, želeti je pač, da se z delom hiti, ker plinarna očividno več ne zadošča svoji nalogi« (Slovenski narod, 1896c: 2). Leta 1898 pa že poročajo o otvoritvi prve »mestne električne naprave« (Slovenski narod, 1898b: 1). Takšni diskurzi o elektriki, ki govorijo o tem, da je elektrika v tem času začela osvetljevati mestne ulice in počasi tudi poganjati stroje, pa uokvirjajo razvoj elektrificirane industrije družbe. Nekaj let kasneje elektrika

začne povsem dominirati oglasnemu prostoru v *Slovenskem narodu* in prodajati se začnejo zelo različni predmeti na elektriko. Slovenska družba se je tako ravno na prelomu stoletja intenzivno elektrificirala in elektrika je vse bolj vstopala v vsakdan in počasi izpodrivala paro in plin: »*Kdor potrebuje elektro razsvetljavne predmete in razsvetljavne predmete za plin naj si iste omisli samo pri podpisnem*« (Slovenski narod, 1901a: 6).

Z roko v roki z elektrifikacijo in industrializacijo slovenske družbe prihaja tudi do nove medijsko-informacijske revolucije in do mediatizacije slovenske družbe. Po Fangu (1997) ima industrijska revolucija z elektrifikacijo za posledico začetek nove medijsko-informacijske revolucije – vzpon množičnih medijev (telegraf, telefon, množični tisk z vzponom tiska za en peni, radio), ki prinesejo znanje, informacije in množično zabavo, ki si je v predindustrijski dobi niti zamišljati nismo mogli in ki jo omogoči prav medijska tehnologija.<sup>4</sup> Če izhajamo iz teze o medijskih revolucijah (prim. Fang, 1997; Kovarik, 2011), potem *Slovenski narod* izhaja v času tretje (množični mediji) in četrte (množični mediji za zabavo – gramofon, popularni tisk, film, kino, radio) medijsko-informacijske revolucije. Potrebno pa je opozoriti, da tretja in četrta medijska revolucija v slovenski prostor prideta nekoliko z zamikom v primerjavi z zahodnim svetom, saj o pravi množičnosti medijev lahko začnemo govoriti šele po drugi svetovni vojni oziroma še kasneje, npr. s tiskom, ki pride po 2. svetovni vojni, z množično razširitvijo radia med obema vojnama in po 2. svetovni vojni in z vzponom televizije v šestdesetih in sedemdesetih letih 20. stoletja. Vendar se na prehodu iz 19. v 20. stoletje začnejo pojavljati zametki za ti dve revoluciji tudi v slovenskem prostoru (vzpon dnevnega tiska, ki ima sicer takrat še nižjo naklado in zato ne moremo govoriti o pravi množičnosti, telegraf in telefon, potem pojav radia, gramofonov, kina itd.).

Prelom stoletij in zgodnje 20. stoletje je tudi čas krepitve industrijske revolucije, ki z nastankom meščanskega sloja in delavskega razreda da zagon množični zabavi, ko se uvede institut prostega časa. Zabavna industrija je z razvojem medijske tehnologije vedno bolj vezana na medije in mediji začnejo zasedati prosti čas ljudi, saj zabavna medijska industrija v tem času odkrije lakoto množic ljudi po ugodju, ki jim ga lahko začne ponujati. To ugotavljam tudi v *Slovenskem narodu*, kjer je iz diskurzov, ki

<sup>4</sup> Ta tretja medijsko-informacijska revolucija, kot jo označi Fang (1997), sledi prvi informacijski revoluciji (pisava), drugi (mehanizacija tiska) in za njo pridejo še četrta (mediji za zabavo), peta (mediji kot del doma/gospodinjstva) in šesta (digitalni mediji) (prim. tudi Kovarik, 2011 za revolucije v komuniciranju). Asa Briggs in Peter Burke (2005) pa nasprotno o tovrstnem zgodovinskem razvoju medijev ne govorita kot o revolucionarnih transformacijah (prim. Innis, 2003/1951 za epohalni zagovor teorije medija), ampak rajši zgodovino medijev obravnavata v maniri evolucionarskega razvoja. Podobno tudi Kortti (2017: 115–120) zatrjuje, da moramo proces zgodovinskega razvoja medijev obravnavati bolj kot evolucijo, saj vsak medij od prejšnjega še kaj obdrži in stari mediji ne izginejo, ampak se prelivajo v nove.

jih razširja, očitno razvidno, kako je prehod stoletij tudi prehod na nove medijske oblike zabave. Prej so namreč na njegovih straneh prednjačile predvsem novice in oglasi za zabavo v smislu gledališke kulture, književnosti, Sokolske telovadne kulture, plesne kulture, raznih varietejev, cirkuške kulture, društvene kulture – Družbe sv. Cirila in Metoda, Mohorjeve družbe, Matice Slovenske, Glasbene Matice, kjer so se ponavadi segmentirano zabavali meščanski sloj in delavski razred posebej. Če so na koncu 19. stoletja v Slovenskem narodu v ospredju še diskurzi, ki promovirajo nemedijsko zabavo – npr.: »*Cirkus Henry – I. veliki High-Life večer. Rendes-vous finega sveta a la circus Franconi v Parizu. Ti High-Life večeri, katere sem uvedel v vseh večjih mestih Avstro-Ogrske, so bili pousod zbirališče vseh domačinov in tujcev*« (Slovenski narod, 1897a: 4) –, pa na začetku 20. stoletja Slovenski narod začne vse bolj razširjati diskurze, ki ustvarjajo medijsko zabavo (od gramofona do kina) kot osrednjo ljudsko zabavo. V tem času tako prihaja do zgodnje mediatizacije slovenske družbe, ko mediji počasi začnejo zasedati vsa področja družbenega življenja, ko prežamejo vsakdanje življenje ljudi in ko medijska konstrukcija realnosti vse bolj začne postajati ključna referenčna točka pri oblikovanju pomena (Hepp, 2013; Hjarvard, 2013; Couldry in Hepp, 2013). Slovenski narod kot osrednji takratni slovenski medij se v prepletu z ostalimi prevladujočimi mediji tistega časa vključuje v mediatizacijo slovenske družbe. Ta proces pa v medijski konstrukciji realnosti ne vključuje le informiranja, ampak poleg izobraževanja tudi zabavo. In kljub temu, da je bil Slovenski narod politični list, se tudi v njem vidi ta nagib k zabavni plati. Kot pravita Briggs in Burke (2005: 183) za ta čas, da je »*bil pomen informacije v trojici, ki je postala malodane sveta – informacija, izobraževanje, razvedrilo – docela prepoznan že veliko prej, preden sta se v obdobju 1970–1990 uveljavili oznaki 'informacijska družba' in 'informacijska tehnologija'.*«

### Mediatizacija slovenske družbe in Slovenski narod

Družbeno je dandanes vse bolj konstruirano v tehnoloških medijsko posredovanih procesih in prek komunikacijskih infrastruktur oziroma konstruirano je prek medijev (Couldry in Hepp, 2017: 1). Za sodobne mediatizirane kulture je značilno, da ne temeljijo več na enem dominantnem mediju, ampak da gre za »*kompleksen preplet različnih oblik komunikacijskih praks, ki temeljijo na medijih*« (Hepp, 2013: 17). Družba je tako vse bolj poenotena s pomočjo medijev, ki so se razvili v avtonomni družbeni sistem, in njihova globalna moč je v tem, da vse bolj ustvarjajo model realnosti. Stig Hjarvard (2008: 113) pravi, da so mediji pridobili status neodvisne institucije v družbi, ki močno vpliva na druge družbene institucije in na načine njihove medsebojne komunikacije. Mediji so torej vmesnik za komuniciranje med temi

različnimi družbenimi institucijami in ustvarjajo polje skupnih izkušenj, saj ponujajo reprezentacije in interpretacije realnosti ter tako posameznikom in skupinam predstavljajo okvir za konstrukcijo njihovih identitet (Hjarvard, 2008: 126). Krotz (2007: 257) tako pravi, da je mediatizacija ključen metaproces modernih družb, ki gre z roko v roki s procesi globalizacije, komercializacije in individualizacije in ga ne smemo razumevati znotraj nekega prostora in časovnega okvira, temveč moramo mediatizacijo in te metaprocese dojemati bolj kot smer razvoja v zgodovini.

Z drugimi besedami, ti metaprocesi so zgodovinsko usidrani in zgodovinsko specifični. Proces medijsko posredovane konstrukcije realnosti, ki sovпада s procesom sodobne »globoke mediatizacije« kot vse bolj tehnološko utemeljene odvisnosti vseh sfer družbenega življenja (Couldry in Hepp, 2017) ali »mediatizacije vsega« (Livingstone, 2009), ima specifičen historičen razvoj oziroma je zakoreninjen v zgodovini in ga ne smemo misliti kot rezultat trenutnega časa informacijske oziroma omrežene družbe. Prav nasprotno, trdim, da je mediatizacija zgodovinsko specifičen proces in da lahko zgodovino pravzaprav mislimo »kot valove mediatizacije« (Couldry in Hepp, 2017: 34; prim. tudi Briggs in Burke, 2005). Zatorej, kot pravita Uwe Hasebrink in Sascha Hölig (2013), potrebujemo bolj daljnosežno razumevanje mediatizacije kulture in družbe, da bi lahko razumeli sodobne transformacije družbenega sveta in zdajšnjega medijskega okolja. Po Nicku Couldryju in Andreasu Heppu (2017: 34) lahko vsako zgodovino medijev in komuniciranja speljemo na teoretski argument o tem, kako se je konstrukcija družbenega sveta prek komuniciranja spreminjala skozi čas. Zgodovino mediatizacije tako lahko mislimo že v zadnjih petih oziroma šestih stoletjih in *Slovenski narod* je izhajal prav v času drugega vala mediatizacije, tj. elektrifikacije komunikacijskih medijev,<sup>5</sup> ki se je začel z iznajdbo elektronskega telegrafa in se končal s številnimi klasičnimi množičnimi mediji 20. stoletja za množično diseminacijo: »Elektrifikacija vključuje številne nekoč nove medije, začenši s telegrafom in končujoč se z radiem in televizijo, pa tudi transformacije časopisa in drugih predobstojećih mehanskih medijev« (Couldry in Hepp, 2017: 40). Kar torej trdim, je, da je prihod novih elektronskih medijev transformiral tudi samo institucijo časopisa, npr. *Slovenskega naroda*. In prav konstelacija različnih takrat obstojećih starih in novih medijev je v specifićnem času in prostoru delovala kot specifićno medijsko okolje.

<sup>5</sup> Couldry in Hepp (2017: 34–56) govorita o štirih valovih mediatizacije kot o temeljnih kvalitativnih spremembah medijskega okolja: prvi je mehanizacija, ki se veže na iznajdbo mehanizacije tiska in celo že na starejše zgodnejše oblike pisnih dokumentov, drugi je elektrifikacija, tretji je digitalizacija, kar navežeta na prihod računalnika in druge oblike digitalnih medijev, pa tudi na internet, mobilni telefon in naraščajočo integracijo računalniško bazirane inteligence v vsakdanjem življenju. Četrty val, ki ga živimo danes, pa je po njunem mnenju datafikacija, kjer v ospredje stopajo različne vrste podatkov, njihovo kopčenje in reprezentiranje ter odvisnost od podatkov.



Da bi razumeli pomen in vlogo enega medija v svojem času, kakšno vlogo je na primer opravljal *Slovenski narod* na prelomu 19. v 20. stoletje, moramo torej razumeti celoto vseh komunikacijskih medijev, ki so na voljo v določenem času in prostoru. Brian W. Arthur (2009: 70–71) temu pravi, da moramo v zgodovinskem razvoju proučevati »vzajemno podpirajoče se nize tehnologij«, medija kot tehnologijo nikakor ne smemo razumeti v izolaciji, ampak kot grozd. Elektrifikacija komunikacijskih medijev, ki je radikalno spremenila medijsko okolje v takratnem času, je torej ključna za analizirano obdobje, zato si zdaj pogledjmo, kakšne kulturno-tehnološke posledice prinaša za *Slovenski narod*.

Za tisk poznega 19. in zgodnjega 20. stoletja je mogoče najpomembnejše to, da elektrifikacija prinese radikalne spremembe v tiskanje *Slovenskega naroda*. Prej stare energetske metode tiskanja so zamenjale nove, hitrejše in zmogljivejše; elektrika začne poganjati tiskarske stroje in popolnoma spremeni mehanski tisk v razvitejše oblike reprodukcije (Briggs in Burke, 2005; Fang, 1997). *Slovenski narod* namreč postaja tudi vedno bolj bran in občinstvo, ki se je iz leta v leto sicer počasi povečevalo, je zahtevalo tudi bolj množičen, hitrejši in kvalitetnejši tisk. Še več, v *Slovenskem narodu* lahko že najdemo reprezentacije transformacij tiska, kako se je tisk približal ljudem ter postajal vedno manj tehnološko zahteven in mehansko lažji. Skozi dolga stoletja se tisk namreč ni kaj veliko spreminjal, kot piše Fang (1997), a na prelomu iz 19. v 20. stoletje je doživel velike spremembe. Takšni diskurzi o poenostavitvi tiska krožijo tudi v *Slovenskem narodu* in govorijo o tem, da se je tiskanje poenostavilo in približalo običajnim ljudem – »Vsak svoj tiskar – Senzacionelno! Nova iznajdba! Ameriška tiskarna s pismenkami od kavčuka. Naprava omogoča vsakemu imeti svojo tiskarno« (Slovenski narod, 1896d: 4).

Elektrifikacije ne moremo vezati izključno na en medij, kot lahko na primer še mehanizacijo na tisk, ampak obstaja več medijsko-komunikacijskih iznajdb, ki označujejo ta drugi val – telegraf, gramofon, telefon, avdiokaseta, film, kino, radio in v poznem odbobju tega vala še televizija. Elektrifikacija tako pomeni »transformacijo komunikacijskih medijev v tehnologije in infrastrukture, ki temeljijo na elektronski transmisiji« (Couldry in Hepp, 2017: 44).

Zagotovo je eden od pomembnejših medijev tega vala telegraf, ki ga iznajdejo v 30. letih in ki predstavlja prvo praktično uporabo elektrike, ki se v poznem 19. stoletju že precej razširi, čeprav v njegovi uporabi dominira zahodni svet (Fang, 1997; Kovarik, 2011), hkrati pa je telegraf tudi zgodnji znanilec tega drugega vala mediatizacije. Tom Standage (1999) pripominja, da se je telegraf pojavil kot močan instrument kontinentalnega komuniciranja v Ameriki in Evropi ter je do konca 19. stoletja že postal prvi globalni sistem komuniciranja v zgodovini človeštva, zato ga ironično poimenuje

kar »viktorijanski internet«. V povezavi s to iznajdbo je tesno povezana tudi iznajdba telefona nekoliko kasneje v 70. letih 19. stoletja, vendar je na začetku 20. stoletja telefonija že precej razvita in so možni že klici na dolge razdalje (Fang, 1997; Kovarik, 2011). Wobring (2005: 39–92) kaže, kako je električni telegraf transformiral tudi tiskano novinarstvo, saj je bilo mogoče hitreje dostopati do transnacionalnih in transkulturnih informacij. Tudi *Slovenski narod* je prilagodil svoje novinarsko poročanje telegrafu in telefonu ter se je zilil s tema dvema medijema, ko je na svoje strani umestil redno rubriko – »Telefonična in brzjavna poročila«. Deloma je temu prilagodil tudi stil poročanja v teh rubrikah, saj kratke vesti uvede s prostorskim in časovnim vhom, kar postane vodilo časopisnega novinarskega poročanja v dnevnem tisku v 20. stoletju. Novice zdaj tudi zelo hitro prihajajo iz različnih koncev Evrope in so lahko še sveže pri bralcih. Navajam primer take klasične telefonske/telegrafske vesti, ki se konec 19. stoletja že redno pojavljajo v *Slovenskem narodu*:

*Trst 3. avgusta. »Piccolo« prijavlja nesramen in lažnjiv članek, v katerem trdi, da vlada pospešuje slaviziranje v Istri in da izpolnjuje 99% vseh slovanskih želj. (Slovenski narod, 1898c: 3)*

Novice iz daljnih krajev, ki jih je *Slovenski narod* zdaj hipoma prejel po telefonu in telegrafu, so lahko šle v tisk zelo hitro in ni bilo potrebno več fizičnega prenosa novice (s konji, pošto, železnico ali parniki), ki so prej terjale nekaj dni ali celo tednov, preden je bila novica objavljena v tisku. Prej si za to, da si premaknil informacijo, moral premakniti tudi medij, s telegrafom in telefonom pa se po žicah zelo hitro premikajo le informacije.<sup>6</sup> Michael Schudson (1978) predstavlja spremembe, ki jih telegraf prinese v časopise in razvoj novinarskih praks, in pravi, da je telegraf tako uvedel novo formo novičarstva in časopisi so začeli kreirati nove oblike pomenov kot odgovor na družbene in tehnološke spremembe, kar pa ustvarja tudi novo beročo javnost, ki bo pripeljala do vzpona množične družbe v 20. stoletju. David Crowley in Paul Heyer to postavljata v širši kontekst:

*Do konca devetnajstega stoletja je omreženi svet, predvsem zaradi telegrafa in telefona razširil doseg prejšnjega komuniciranja, tako da je distribuiral sporočila dlje, hitreje in z manj napora. Kot rezultat so nastale novice, zapakirane drugače, ki so imele nov poudarek, kot ga je imela tudi popularna zabava. Spremenili pa so se tudi načini branja skupaj s konstitucijo beročih javnosti. Ta razvoj je bil vzporeden in nanj*

<sup>6</sup> Tako pride do premika od transportnega modela komuniciranja do transmisijskega modela komuniciranja (Crowley in Heyer, 2016: 102).

*je vplivala tudi stoletje trajajoča tranzicija v dominantno industrijsko ekonomijo, s spremljajočo urbanizacijo. Rezultat je bil tudi vzpostavitev potrošne družbe.* (Crowley in Heyer, 2016: 134)

V *Slovenskem narodu* sem na prelomu stoletja že zasledila diskurze, ki slavijo prihod telegrafa, ko na primer poroča o odprtju novih telegrafskih postaj, kar priča ne le o vedno večjem prehodu iz obrtniške v industrijsko družbo, ampak tudi o elektrifikaciji slovenske družbe in o zgodnji mediatizaciji, saj druge družbene institucije v takratni slovenski družbi postajajo vse bolj odvisne od medijev – od telegrafa: »Ustanovljenje brzojavne postaje 5 – Dne 12. avgusta odprla se je v Ljubljani, v petem političnem okraju ljubljanskem nova brzojavna postaja z omejeno dnevno službo združena s tamošnjim poštnim uradom« (Slovenski narod, 1897b: 3). Vpliv novega medija – telegrafa na takratno družbo in kulturo je bil, kot trdi James W. Carey (1989), enormen.<sup>7</sup> Telegraf in njegov podaljšek telefon je tudi precej spremenil ekonomijo in poslovne prakse, omogočil je ustanovitev standardnih časovnih pasov in to priča o tesni povezanosti tehnologije in kulturnih praks, na kar opozarja Carey (1989). Kulturna identifikacija se je z vpostavitvijo svetovnega standardnega časa pomaknila stran od takojšnjega in od lokalnega, vse bolj je prevladovalo globalno (Crowley in Heyer, 2016: 134). V tem kontekstu lahko tukaj govorimo že o zgodnjih začetkih globalizacije, ki temelji na medijski tehnologiji. Prvič v zgodovini človeštva s telegrafom dobimo »omreženi svet«, ki ga je telegraf vzpostavil in tako uvedel kulturno tehnološke spremembe, ki jih danes jemljemo za samoumevne, a imajo svojo specifično zgodovino šele od 19. stoletja naprej (Carey, 1989; Standage, 1999).

Analiza reprezentacij *Slovenskega naroda* pokaže, da je bil korak iz mehanizacije v elektrifikacijo postopen, trajalo je namreč kar nekaj časa, da smo iz mehanskih medijev dobili povsem elektronske medije. Sekvenco takega razvoja pa napoveduje tudi prihod najprej fonografa in kasneje gramofona (prim. Couldry in Hepp, 2017: 45). V analiziranem obdobju se v *Slovenskem narodu* redno pojavlja podoba gramofona kot novega medija, ki je obnorel svet, ki prinaša povsem novo slušno izkušnjo, ki je človek do takrat še ni poznal. »Grammophon je najboljši svetovni govorilni aparat. Sliši se na 300 m daleč. /.../ Jako lepo se čuje v daljavo, zlasti na prostem. Plošče iz trdega gumija v veliki izber, tudi slovenske, ima zmirom v zalogi Rudolf Weber, urar« (Slovenski narod, 1902b: 4). Slušna elektronska komunikacija je tako prvič vstopila v življenje ljudi in mediji so vse bolj kot zgolj informiranje začeli opravljati še funkcijo zabavanja (prim. Briggs in Burke,

---

<sup>7</sup> Carey (1989) se v razvijanju svojih tez močno naslanja na Innisov poudarek na prostor in čas, ko razvija teorijo medija v tem smislu, da pokaže, kako je telegraf preoblikoval takratno kulturo in družbo.

2005; Kovarik, 2011). *Slovenski narod* tako na oglasnih straneh diseminira diskurze navdušenja nad to noviteto, ko nenehno oglašuje različne fonografe in kasneje še gramofone. Vendar njihova raba še ni bila individualna, ampak so jih uporabljali predvsem podjetniki, kot so gostilničarji, hotelirji itd., pri katerih so se zbirali ljudje in jih poslušali, sprva kot čudo, kasneje pa so jih spremljali kot povsem samoumevno medijsko prakso, ki je začela vse bolj zapolnjevati življenja ljudi. Kot pravita Couldry in Hepp (2017: 45), se je z razvojem tranzistorja in avdiokasete kasneje v 20. stoletju slušno komuniciranje povsem elektrificiralo. Mediji so zavzeli nov človekov čut v začetku 20. stoletja, pri tem so bili odvisni od elektrike in človek je svet začel dojemati vse bolj tudi slušno prek medijev, ki so v njegovo življenje tako vnesli povsem novo zabavo (Fang, 1997). Navajam primere oglasov in poročanja o tej zgodovini slušnega komuniciranja, kot o njej z navdušenjem piše *Slovenski narod*:

*Monopol Excelsior je glasben avtomat izrednega zvočnega efekta in mogočne glasovne popolnosti. Svira najrazličnejše komade, ako se uvrže dva novčiča, in je poleg svoje zabavnosti jako dobiček donašajoč in mičen predmet za gostilničarje, restavraterje, posestnike vinskih hramov in hotelijerje.* (*Slovenski narod*, 1897c: 8)

Gramofonska kultura je v začetku 20. stoletja tako počasi povsem zaobjela ljudsko kulturo, ljudje so se zbirali v gostilnah, barih, restavracijah, hotelih in skupinsko poslušali glasbo in razne zvočne posnetke, šele kasneje je gramofon počasi začel vstopati tudi v domove ljudi (prim. Gitelman, 2003). *Slovenski narod* je tako na začetku 20. stoletja izkazal veliko navdušenje nad slušnim komuniciranjem, saj v njem lahko pogosto najdemo reprezentacije kot »Grammophon – Govori, poje in se smeje v vseh jezikih« (*Slovenski narod*, 1902b: 4). Oglasi v *Slovenskem narodu* začnejo redno diseminirati diskurze o gramofonski kulturi, saj gramofon na začetku 20. stoletja že povsem zavzame vsakdanje življenje ljudi v slovenskem prostoru. Naslednja oglasa konstruirata gramofon kot tisti proizvod, ki ga je preprosto potrebno imeti: »Božično darilo! Zabava za velike in male. Gramofoni. Velika zaloga plošč« (*Slovenski narod*, 1902c: 11), ali: »Bogata zaloga glasbenih avtomatov in gramofonov vsake velikosti. Izboren, dobičkonosen vir za gostilničarje« (*Slovenski narod*, 1902d: 6).

Ta zgodovinski razvoj medijev in komuniciranja, ki gre skupaj z razvojem elektrifikacije, govori o tem, kako se je z elektrifikacijo preoblikovalo celotno medijsko okolje: »Pojavili so se novi mediji, pa tudi stari mediji, kot je tisk, so se prav tako spremenili« (Couldry in Hepp, 2017: 46). Richard Sloss (2013/1910: 27) tako s pojavom takratne elektrifikacije, ki prinese številne velike kvalitativne spremembe medijskega okolja, še posebej brezžični

radio, v začetku 20. stoletja že razmišlja o »brezžični dobi, ki je na vidiku.« Mediatizacija v valu elektrifikacije tako zahteva postavitev primerne tehnične infrastrukture, začenši s čezatlantskim telegrafskim kablom ter kasneje z radijskimi in televizijskimi postajami in radijsko-teleodajno mrežo. O vsem tem pričajo tudi diskurzi, ki jih razširja *Slovenski narod*, saj se je tudi tisk vse bolj povezoval z drugimi mediji, ki so se takrat rojevali, in nastajalo je novo medijsko okolje, ki pa zdaj ni zahtevalo tehnične opremeljenosti le na strani medijskih proizvajalcev, ampak vse bolj tudi na strani medijskih naslovnikov – občinstva. *Slovenski narod* tako redno poroča o potrošniku, ki postaja vse bolj oborožen z medijskimi aparati (gramofon, telefon v tistem času) in o širši družbi s telegrafi (pošte in druge brzozjavne postaje). Ali kot pravita Couldry in Hepp (2017: 46): »Zatorej lahko na fundamentalni ravni elektrifikacijo razumemo kot premik v globljo in tehnološko bolj povezano medijsko okolje.« Ima pa ta elektrifikacija ne le tehnološke, ampak tudi izrazite družbeno-kulturne posledice, kot je na primer simultani prenos medijske vsebine po prostoru. Pride do večje povezljivosti družbe in do »deljenih ritmov simultane izkušnje« in novih naracij skupnostnosti (Couldry in Hepp, 2017: 47). To je funkcija »medijskih dogodkov«, ki se začnejo porajati in jih začne formirati že *Slovenski narod*, drugi elektronski mediji pa kasneje to le še okrepijo (prim. Dayan in Katz, 1992). Takratni tisk, kot je *Slovenski narod*, v povezavi z drugimi mediji oblikuje pomembne medijske dogodke, okoli katerih se začne formirati slovenski narod tistega časa. Imaginira skupni prostor, diseminira diskurze skupnostnosti, podaja skupne naracije in slovenska družba se povezuje in zamišlja na ozadju vsebin *Slovenskega naroda*, ki se mu na prelomu stoletij priključujejo še drugi mediji. Prav 19. stoletje je namreč tudi čas vzpona slovenskega nacionalizma (prim. Kosi, 2013; Vodopivec, 2007; Pušnik, 2011) in mediji pri tem odigrajo ključno vlogo (Pušnik, 1999; Studen, 2016). Mediji tako postajajo vse bolj osrednje institucije v družbi slovenske nacije. Z zgodnjo elektrifikacijo se namreč oblikujejo novi tipi družbenih institucij<sup>8</sup> – ljudje se na primer začnejo povezovati na povsem nove načine na daljavo – prek telefona, telegrafa, kakršni so bili prej nezamisljivi. Oblikujejo se povsem nove elektronske kulture, saj novi mediji prinesejo »zgoščanje translokalnih prostorov komuniciranja« (Couldry in Hepp, 2017: 47) – s pomočjo skupka vseh medijev, predvsem pa tiska, se krepí nacionalna kultura in pride do zamišljanja slovenske nacije na osnovi vsebin *Slovenskega naroda* v tem času (prim. Anderson, 1998). Vse to kasnejše medijske organizacije z razvojem nacionalne televizije in radia le še okrepijo. Paddy Scannell (1996) te procese poimenuje kot centrifugalne, ko mediji vlečejo nacijo skupaj. Kino je tako eden izmed prvih

<sup>8</sup> Bösch (2015: 94) govori tudi o pojavu nove globalizirane ekonomije v tem času, ko telegraf z novicami, ki jih prinaša, že v 60. letih 19. stol. vpliva na dogajanje na borzi.

tovrstnih elektronskih medijev, ki prek skupne vizualne izkušnje lahko povezuje nacijo.

### »Živeče fotografije pridejo!«: podobe prihoda kina v *Slovenskem narodu*

Tako *Slovenski narod* poimenuje film v njegovem najzgodnejšem obdobju (*Slovenski narod*, 1896e: 4) ter dobro leto po predvajanju prvih filmov v Parizu in Londonu vzhičeno napove tudi prihod kina v slovenski prostor, kjer so bili prvi filmi predvajani v salonu hotela pri Maliču med 12. in 22. 11. 1896: »Razkazavanje živečih fotografij v življenjski velikosti. Edisonov ideal predstavljan po Kinetografu« (*Slovenski narod*, 1896f: 11). Diskurzivni okvir, v katerega *Slovenski narod* postavi prihod kina, je entuziastična govorica glede prihoda novega elektronskega medija. Iz *Slovenskega naroda* lahko tudi razberemo, da je bila filmska predstava predvajana štirikrat na dan, v nedeljo pa celo šestkrat, kar priča o tem, da je bilo ljudstvo lačno novega medija, ki ga takrat dojemajo še kot pravo čudo. Leta 1896 začnejo v Ljubljani, Mariboru in Celju predvajati prve tuje filme in ljudje so si tako že lahko ogledovali kompilacije enominutnih posnetkov iz realnega življenja<sup>9</sup> (Traven, 1992; Nedič, 1997). Konec 19. stoletja je kino odvisen še od družin, ki gostujejo v Sloveniji in predvajajo kratke filme. Uvedba kina v slovenski prostor je le za malo zaostajala za zahodnim svetom, a že ta začetek je napovedoval prevlado vizualne kulture v 20. stoletju. Kot lahko razberemo iz reprezentacij *Slovenskega naroda*, to obdobje lahko v Sloveniji pojmuje kot obdobje rojstva kinematografske publike, ki od takrat naprej nikoli več ni zamrla.

Film oziroma gibljive slike so izšle kemijsko gledano iz fotografije, potem iz ideje o magični svetilki<sup>10</sup> in pa iz fotografij v gibanju, ki so se začele kot neke vrste igra znanstvenikov, ki so spremljali gibanje živali in človeka (prim. Czitrom, 1982; Fang, 1997). Z razvojem slikovne kamere (kinetograf) leta 1892 in stroja za gledanje (kinetoskop), ki ga sicer lahko gleda le en človek (izumitelj je W. K. L. Dickson), je bil pripravljen teren za razvoj moderne filmske industrije (Czitrom, 1982). Nato pa je Louis Lumiere v Grand Cafe v Parizu leta 1895 predstavil svoj kinetograf skupini 35 ljudi, ko je film s projektorjem projiciral na steno, malo kasneje pa še številnejšemu občinstvu v Empire Music Hall v Londonu: »Lumiere, ki je imel v rokah patent iz leta 1895, je odkril občinstvo in ustvaril medij« (Briggs in Burke, 2005: 163). Kmalu zatem se projekcije filma pojavijo tudi v New Yorku in nato tudi v

<sup>9</sup> Tudi Slovenci že kar zgodaj začnejo snemati takšne kratke filme – Karol Grossman, *Ljutomerski odvetnik, je že leta 1905 posnel prve slovenske filme* – npr. *Sejem v Ljutomeru, Odhod od maše v Ljutomeru in posnetek Na domačem vrtu* (Brenk, 1979; Traven, 1992).

<sup>10</sup> Ta ideja o projekciji sega nazaj do primitivnih projektorjev iz sredine 17. stoletja (Czitrom, 1982).

Avstro-Ogrski na Dunaju, kamor si predstavo pride ogledat tudi sam cesar. Gibljive slike kmalu postanejo velika atrakcija za množice ljudi in v mestih na primer spreminjajo restavracije, hotelske salone, plesne dvorane v kina, dodajo lesene stole pred zaslon, ki je na začetku pogosto kar bela rjuha ali bela stena (Fang, 1997).

Vizualno komuniciranje je tako skozi zgodovino najprej baziralo na sofisticirani mehanizaciji, ki jo lahko skozi 19. stoletje sledimo predvsem skozi mehansko-kemijski medij, kot je fotografija, filmska produkcija pa je potem ob koncu 19. stoletja vizualno komuniciranje že pomaknila v elektrifikacijo (Couldry in Hepp, 2017: 45). Vizualno komuniciranje za vedno spremeni tudi načine, kako gledamo na svet in kako se povezujemo s svetom. Tehnologije podob, ki se vzpenjajo v tem času, tako sovpadajo z oblikovanjem množične družbe, opozarja Daniel J. Czitrom (1982) in kaže, kako je prav filmska tehnologija priročna za ustvarjanje množičnih občinstev. Kino v svojem zgodnjem obdobju zajame predvsem delavski razred, prve velike kindovorane pa se začnejo množično odpirati šele v prvem in drugem desetletju 20. stoletja. »Do takrat pa so že vsi družbeni razredi navdušeni nad izkušnjo obiskovanja kina« (Crowley in Heyer, 2016: 135). Prva leta so bili filmi le kompilacija kratkih nekajminutnih posnetkov iz resničnega življenja (ljudje v parku, vlak, ki prihaja na postajo, kako delavci zapuščajo tovarno, razne parade itd.), vendar se je občinstvo tega kmalu naveličalo, in če ne bi vzniknil fikcijski narativni film, bi lahko gibljive slike takrat ugledale tudi svoj konec (prim. Kovarik, 2011; Crowley in Heyer, 2016: 136).

Kot ugotavljam v analizi diskurzov in reprezentacij *Slovenskega naroda*, od poznega leta 1896 naprej kinopredstave postanejo stalnica v slovenskem prostoru in vsako leto člani potujočih družin prinašajo »živeče fotografije v realni velikosti«. Oglasni prostor *Slovenskega naroda* redno napoveduje gibljive slike in v prvih letih gostuje družina Edison (prim. Traven, 1992; Nedič, 1997). Oglasi kaj kmalu začnejo napovedovati tudi program kratkih filmov, ki je predvajan v kinu. Če navedem primer takega programa, ki je nato redno objavljan v *Slovenskem narodu*, zaradi česar *Slovenski narod* služi kot podpora zgodnji kinoindustriji, saj si lahko občinstva pogledajo spored v tisku: »Uhod 'Normandije' v haversko pristanišče, Kmet, Prizor iz živalskega vrta v Parizu, Ašantski zamorec v kopeli, Sertendinska plesalka Loi Fuller (barvasta), Brzovlak, Ženski dvoboj (barvast)« (Slovenski narod, 1897d: 6). Zelo očitno je, da *Slovenski narod* ne more skriti diskurzov navdušenja nad gibljivimi slikami: »Kromofotograf živeča fotografija ki je v Gradeu z velikim uspehom se kazala v redutni dvorani, dajala bode tudi tukaj na potovanju v orijent svoje predstave« (Slovenski narod, 1897d: 6). Elektronski mediji tako počasi osvajajo slovenski prostor in *Slovenski narod* jih sprejme z odprtimi rokami. Čeprav so zgodnji filmi nemi in črno-beli, je to za ljudi velika atrakcija. Obstajala pa je tehnika ročnega barvanja filmov

in s tem so dosegli učinek barvnega filma (prim. Fang, 1997), o čemer pričajo tudi reprezentacije v *Slovenskem narodu*, saj se tudi ta navdušuje nad barvnimi prizori: »*Pride Andreé-jeva zrakoplovna vožnja na severni tečaj. Predstavlja se v velikanskem Koloroskopu*« (Slovenski narod, 1897e: 4). To je sicer še umetno, na roke barvan film prizor po prizoru. Kot pokaže analiza *Slovenskega naroda*, je kino o koncu 19. stoletja prihajal vsako leto za nekaj dni in še ni bil stalen. Gostujoče družine so program predvajale le nekaj dni: »*V dvorani hotela Pri Maliču. Samo 6 dni. /.../ Edisonov kinematograf. (Žive fotografije). /.../ Posebna električna svetilna naprava*« (Slovenski narod, 1897f: 9). Oglasni prostor *Slovenskega naroda* je tako vseboval že točen program kratkih filmov, hkrati pa lahko vidimo tudi vstop elektrike, ki jo posebej izpostavljajo. Zgodnja elektrifikacija tistega časa je bila za ljudi velika znamenitost, ki jo je *Slovenski narod* posebej izpostavil – »*električna svetilna naprava*« je namreč navduševala ljudi, saj so se mnogi takrat sploh prvič srečali z elektriko.

Če rekonstruiram zgodovino zgodnjega kina iz reprezentacij *Slovenskega naroda*, lahko ugotovim, da so bile leta 1898 kinopredstave (»*Kinematograph*«)<sup>11</sup> poleg hotelskega salona Pri Maliču predvajane tudi v steklenem salonu Kazine in navdušenje nad gibljivimi slikami ne pojenja: »*Velikost podob 30 metrov. Vsi prostori za sedeti so prosti*« (Slovenski narod, 1898d: 5). Velikost projiciranja podob na platno je bila v tistem času zelo pomembna in ljudje so z navdušenjem spremljali te za tisti čas velikanske gibljive podobe in novi medij je vse bolj zasedal njihov vsakdan. V letu 1898 se potujoči družini Edison priključi tudi Kinematograf Lumière (Slovenski narod, 1898e: 8), ki pompozno stopi na slovenska tla s kompilacijo kratkih nemih filmov, ki traja do pol ure. Da je kino takrat zelo obiskan, lahko razberemo iz zapisa v *Slovenskem narodu*, ki novo nastajajoče občinstvo novega medija nagovarja zelo spoštljivo in z velikim navdušenjem, da si

*/.../ usoja p. n. inteligentnemu ljubljanskemu občinstvu svojo najtoplejšo zahvalo za izredno obiskovanje njega s kinematografom Lumière pri-rejenih predstav in mu je čast naznaniti, da se je odločilo, ustrezaje želji občinstva, ostati še teden dnij tukaj. – Vzporod za predstave tega neoporočeno zadnjega tedna obstajal bode iz 16 najlepših in najefektnjših slik in se bode razun tega pri vsaki predstavi senzačna slika sedanjega vzporoda v zimskem vrtu v Berlinu: vožnja skozi predor v dveh oddelkih predstavljala. – Podjetništvo je sliko »vožnja skozi*

<sup>11</sup> V tem zgodnjem obdobju, kot pokaže analiza *Slovenskega naroda*, še ni stalnega zapisa za kino – pojavljajo se namreč različni zapisi (od *kinematograph*, *kinematograf*, *kromofotograph*, *phono-cinematogledišče*, *bioskop* do *živeče fotografije*). Trajalo je namreč še nekaj let, ko se 1910 letih povsem ustali izraz *kinematograf*.



predor« – absolutna novost v kinematografičnih predstavah – nalašč za Ljubljano iz Novega Yorka naročilo. Opis te senzačne slike se bode brezplačno delil pri blagajni. (Slovenski narod, 1898f: 5)

Gibljive slike so Slovencem tako začele prinašati žive podobe iz tujine in prihajati začne do prostorske kompresije (prim. Briggs in Burke, 2005), saj se svet zaradi elektronskih medijev začne manjšati in postaja vse bolj povezan, poznan in domač, k čemur veliko pripomorejo predvsem vizualne podobe.<sup>12</sup>

Glede na reprezentacije v *Slovenskem narodu* lahko ugotovim, da sta leta 1899 v Ljubljani že dva potujoča kina, in sicer Excelsior in Bioskop, leta 1900 pa se priključi kinematograf Oeser. Po letu 1900 postajajo filmske predstave vse bolj opazne in tudi cenjene, kinematografi pa vizualno atraktivnejši.<sup>13</sup> Kino tako gostuje v slovenskem prostoru na vsake toliko časa vsako leto in v tisku redno vabijo občinstvo na ogled predstav. Kino skupaj z neke vrste cirkusom – »dirjajoči karusel (500 žarnic, 6 obločnic) z zibajočimi se konji, vrtečimi se gondolami in čolnici« – gostuje tudi v tivolskem Lattermanovem drevoredu leta 1900 in 1901 in te predstave prireja kinematograf Oeser, ki ima »lastno električno razsvetljevalno vpeljavo« in »izboljšani orjaški kinematograf. Nič majhnih spačenih slik« (Slovenski narod, 1901b: 4). Tako elektrika kot velike slike so navduševali tisk in takratno občinstvo. *Slovenski narod* priča o tem, da gre elektrifikacija z roko v roki z zgodnjo mediatizacijo, ko začnejo mediji vse bolj napolnjevati prosti čas ljudi, tisk pa pri tem igra odločilno vlogo, saj služi kot podporni, propagandni steber novih prihajajočih medijev.

Velik preskok pa se zgodi leta 1907, ko slovenski prostor dobi stalni kino Edison, ki ga na Dunajski cesti 23 nasproti kavarne Evropa odpre Anton Deghenghi in že predvaja tudi daljše filme: »Vljudno se naznanja slavnemu občinstvu, da so se v nedeljo, dne 26. t. m. začele predstave v salonu Kinematograf Edison. /.../ Kinematograf je za stalno naseljen« (Slovenski narod, 1907a: 4; prim. tudi Traven, 1992; Nedič, 1997; Brenk, 1979; Šimenc, 1996). Kar je potrebno še posebej izpostaviti, pa je to, da si kino takrat izbori prostor tudi v novinarskem poročanju *Slovenskega naroda*. Če je do takrat bil prisoten le na oglasnih straneh, pa s tem dogodkom odprtja stalnega

<sup>12</sup> McLuhan (2001/1964) te zgodnje elektronske medije označuje kot začetnike globalizacije, saj po njegovem mnenju svet postaja »globalna vas« prav zaradi medijsko-komunikacijskih tehnologij.

<sup>13</sup> Omembe vredno je, da tudi Slovenci sami začnejo z organizacijo kinopredstav. Tako v fotografskem svetu takrat znani Davorin Rovšek leta 1905 najame dvorano v akademskem kolegiju na Kolodvorski ulici z namenom njene preureditve v stalni kinematograf, a se ta prostor že nekaj mesecev kasneje zapre. Leta 1907 ponovno poskuša uresničiti svojo idejo in leta 1908 osnuje prvi slovenski potujoči kino, s katerim gostuje povsod po Sloveniji (Nedič, 1997; Šimenc, 1996). Tako kino zelo hitro dospe tudi do ruralnih območij.

kina tudi *Slovenski narod* pokaže izjemno navdušenje in poleg kratkih vesti o dogajanju v gledališču, plesnih dvorinah, društvenih dejavnostih, tudi kino vstopi v njegove »kulturne« rubrike in od tega leta naprej redno zaseda njegov poročevalski prostor:

*Kinematograf Edison v Deghenghijevi hiši nasproti kavarni »Evropa« je začel ta teden s svojimi predstavami. Prva serija traja do petka in je jako zanimiva vsled svoje mnogovrstnosti. Opozorjamo zlasti na zgodovinsko življenje Napoleona I. Podjetje se odlikuje s čistimi in jasnimi slikami, ki se nič ne tresejo in torej za oko niso mučne. Predstave so vsak dan od 5. do 9. vsako uro, ob nedeljah in praznikih pa od 3. do 9., in sicer tudi vsako uro. (Slovenski narod, 1907b: 5)*

Istega leta, in sicer 27. 10., pa se odpre še stalni kino The American Bioscop, ki sicer kmalu propade: »V prihodnjih dneh otvoritev 'American-Bioscop' Resljeva cesta 3 (na vogalu sv. Petra ceste). Veleleganten zavod I. vrste« (Slovenski narod, 1907c: 5). In še Kinematografsko gledališče na Turjaškem trgu v dvorani bivšega katoliškega doma (Cinematographe theatre francais) (Slovenski narod, 1907d: 3). Tako ima Ljubljana v prvem desetletju 20. stoletja že tri stalne kinematografe. Tisk se tako dobro poveže s prihajajočimi elektronskimi mediji, o njih stalno razširja diskurze in program kinematografov vstopi v redno novinarsko poročanje, saj začne *Slovenski narod* redno objavljati spored kinopredstav v rubriki »Dnevne vesti«. To priča o tem, da je kinematografska kultura vstopila v kulturno življenje takratnega prebivalstva, začela zapolnjevati prosti čas ljudi in okrog tega novega medija se je začelo formirati tudi množično občinstvo že v zgodnjih letih 20. stoletja. Eden izmed prvih primerov takega novinarskega poročanja o kinokulturi v Ljubljani je naslednji primer:

*Kinematograf Edison na Dunajski cesti nasproti kavarne »Evropa« ima od danes do vštete petka sledeči jako zanimiv vspeled: pariški tatovi, čarobstvo (fantazija), kako se ukroti ženska (humoristično), maščevanje kovača (drama v 12 slikah), kaj vse donese šport (smešno). Slike so vse jako dolge, vsaka izmed njih ima bogato vsebino ter traja predstava čez tri četrt ure. Priporočamo znova ta kinematograf, ki si je v teku par mesecev pridobil pri občinstvu ugled in veljavo vsled popolne umetniške dovršenosti slik in njih predstavljanja. (Slovenski narod, 1907d: 3)*

Reprezentacije kinematografsko kulturo primerjajo z umetnostjo in ta je tako počasi postajala povsem enakovredna gledališki, filharmonični, društveni kulturi, saj je kino zavzemal enako prostora v novinarskem poročanju *Slovenskega naroda* kot vse ostale dejavnosti. Novinarska govorica

v *Slovenskem narodu* je entuziastična, saj slavi kino kot nekaj modernega, nekaj, kar vsem tople priporoča, in v rubriki »Dnevne vesti« razširja zelo pompozne diskurze o tem novem mediju: »*Kinematograf Edison /.../ Podjetje se s tem programom znova samo priporoča občinstvu, katero opozarjamo zlasti na drugo sliko iz Pekinga v Pariz z avtomobilom, ki je veleinteresantna. Podjetje se je tako priljubilo občinstvu, da mu je zagotovljen stalen obstoj*« (Slovenski narod, 1907e: 5). Ali: »*Cinematographe theatre francais /.../ Toplo priporočamo ta kinematograf, ki se zlasti odlikuje po čistih in neprimerno mirnih slikah, ki ne utrudijo očesa niti najmanj. Tudi ta spored obsega poleg množice lepih nazornih in poučnih, več nadvse komičnih prizorov, kakor smo se prepričali*« (Slovenski narod, 1907e: 5). *Slovenski narod* diseminira diskurze, ki slavijo predvsem živost in velikost podob, kar kmalu pa tudi že kvaliteto slike, nenehno opozarjajo na to, da se slovenski prostor s kinom modernizira in da ne ostaja za zahodnim svetom: »*Cinematographe-theatre-francais /.../ Slike tega podjetja stoje na višku modernih kinematografskih slik in so izvršene v zadnjem času, torej najnovejše pridobitve. /.../ Kinematograf Edison /.../ Raznovrsten spored je najboljša reklama za ta kinematograf, ki razpolaga vedno z najnovejšimi in najboljšimi krasnimi slikami. Obisk te serije je vsakomur kar najbolj priporočljiv*« (Slovenski narod, 1907f: 6). V svoje redno poročanje o kinopredstavah dodaja še povabilo občinstvu in slavospev kinu ter njegovim gibljivim slikam: »*Ker je zlasti ta spored izbran prav srečno in nudi poleg poučnega tudi mnogo razvedrujočega, naj nihče ne opusti, ogledati si ga.*« (Slovenski narod, 1907g: 3). *Slovenski narod* skupaj z elektronskimi mediji tako vstopa v četrto informacijsko revolucijo, ko množični mediji začnejo izpolnjevati funkcijo zabave. Mediji za zabavo se vse bolj vzpenjajo in tudi tisk se temu prilagaja.

Vesti *Slovenskega naroda*, ki vpeljujejo kinokulturo v slovensko družbo, so tako postale stalnica novinarskega poročanja in kažejo na to, da se je tisk povsem prilagodil novim medijem, ki prihajajo, in je z njimi sobival v tistem času. Napovedoval je tudi val zabave, ki ga prinašajo prvi elektronski mediji in ki bo močno pljusnil v naslednjih desetletjih z novimi prihajajočimi elektronskimi mediji (radio, televizija). Tisk je kino sprejel z vsem vrednim občudovanjem in ga je tudi nenehno priporočal svojim bralcem in bralkam: »*Kinematograf Edison /.../ Toplo priporočamo to podjetje! /.../ The American Bioscop /.../ Ta kinematograf je vreden vsega priporočila!*« (Slovenski narod, 1907h: 4). Diskurzivni okvir, v katerega *Slovenski narod* postavi kino oziroma gibljive slike, je okvir pompoznosti in navdušenja nad novimi elektronskimi mediji, ki počasi osvajajo slovensko družbo, jo modernizirajo, urbanizirajo in spreminjajo v mediatizirano družbo, saj ljudje vedno več časa preživijo z mediji.

## Sklep

Analiza *Slovenskega naroda* v dobi zgodnje mediatizacije, tj. elektrifikacije družbe, je na nek način tudi zgodba o zgodovini medijev in komuniciranja v slovenskem prostoru oziroma o tem, kako se je v poznem 19. in zgodnjem 20. stoletju spreminjalo in razvijalo medijsko komuniciranje. V članku trdim, da so v analiziranem času (med letoma 1895 in 1907) dane osnove za vse večji preplet medijev in naraščajoče medijske soodvisnosti, saj je bil tudi tisk odvisen od novih medijskih iznajdb (telegraf, telefon) in je razširjal diskurze navdušenja nad takrat novimi mediji, ki so pozdravljali prihod teh novih elektronskih medijev (telegraf, gramofon, kino). Mediji se takrat začnejo počasi prepletati v grozd in zgodnja mediatizacija slovenske družbe se je tako začela že na prelomu iz 19. v 20. stoletje, ko je tisk igral sicer še osrednjo vlogo, posebej *Slovenski narod* kot osrednji dnevnik tistega časa. A prav ta dolgoročni proces mediatizacije, ki se intenzivno začne s koncem 19. stoletja, je danes pripeljal do globoke mediatizacije, ko so družba in njene institucije vse bolj odvisne od medijev. Zgodnje korenine te mediatizacije se kažejo že v analiziranem obdobju, in kot sem pokazala v članku, lahko z analizo *Slovenskega naroda* sledimo, kako so se novi elektronski mediji počasi tihotapili v družbo, ustvarjali množično občinstvo in vse bolj zapolnjevali prosti čas ter vsakdanje življenje ljudi. Analiza *Slovenskega naroda* jasno kaže, da se je takratni slovenski tisk z lahkoto prilagodil novim medijem, še več, pomagal jih je vsidrati se v slovensko družbo. Ne le telefon, telegraf in gramofon, ki jih je *Slovenski narod* z navdušenjem pozdravljal, oglaševal in se z njimi stapljal (npr. vse bolj postaja odvisen od telegrafskih in telefoničnih sporočil), ampak tudi kino je stopil v zvezo s tiskom, saj je bilo njegovo razširjanje med občinstvi odvisno predvsem od dnevnega tiska. Kino kot medij je vnašal novo sestavino medijskega komuniciranja v življenje ljudi, in sicer zabavo. Tudi *Slovenski narod* je poudarjal to komponento in tako v prepletu z drugimi mediji že v zgodnjem 20. stoletju narekoval zametke za vzpon medijske družbe.

Peter L. Berger in Thomas Luckmann (1988/1966) sta že sredi 20. stoletja govorila o družbeni konstrukciji realnosti, kar sta sicer naslonila predvsem na face-to-face/neposredno komuniciranje in medijev še ne izpostavljata. V članku pa sem pokazala, da je z valovi mediatizacije od 19. stoletja naprej počasi vse bolj prihajalo do medijsko posredovane konstrukcije realnosti oziroma družbenega sveta (prim. Couldry in Hepp, 2017). Mediirano komuniciranje namreč že z dnevnim tiskom, kot je *Slovenski narod*, začne igrati ključno vlogo pri konstrukciji družbenega sveta v slovenskem prostoru. In *Slovenski narod*, ki spremlja prihod vseh zgodnjih elektronskih medijev (telegraf, telefon, gramofon, kino) in se sooča z začetki elektrifikacije slovenske družbe, služi kot dober primer za analizo stapljanja medijskih

tehnologij in kultur, ki bodo povsem prežele družbo 20. stoletja. Zato v analizi razvoja medijev ne smemo v Harlod A. Innisovi (2003/1951) ali Marshall McLuhanovi (2001/1964) maniri »teorije medija« obravnavati le enega medija, na primer kino, kot ključnega v določenem zgodovinsko specifičnem času, ampak moramo gledati na preplet več medijev, ki odigrajo ključno vlogo v zgodnji mediatizaciji slovenske družbe. Da bi razumeli pomen kina v času, moramo zatorej razumeti tudi preoblikovanje in prilagoditev tiska (npr. *Slovenski narod*) telegrafu, gramofonu ali kinu.

#### LITERATURA

- Amon, Smilja (2004): Obdobja razvoja slovenskega novinarstva. V: Melita Poler Kovačič (ur.) in Monika Kalin Golob (ur.), Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri, 53–68. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Anderson, Benedict (1998): Zamišljene skupnosti: o izvoru in širjenju nacionalizma. Ljubljana: SH.
- Arthur, W. Brian (2009): The Nature of Technology. Harmondsworth: Penguin.
- Berger, Peter L. in Thomas Luckmann (1988/1966): Družbena konstrukcija realnosti: razprava iz sociologije znanja. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Bösch, Frank (2015): Mass Media and Historical Change. Oxford: Berghahn.
- Briggs, Asa in Peter Burke (2005): Socialna zgodovina medijev: od Gutenberga do interneta. Ljubljana: Sophia.
- Brenk, France (1979): Kratka zgodovina filma na Slovenskem. Ljubljana: Dopsna delavska univerza Univerzum.
- Carey, James W. (1989): Communication as Culture. London: Routledge.
- Couldry, Nick in Andreas Hepp (2013): Conceptualising Mediatization. *Communication Theory* 23 (3): 191–202.
- Couldry, Nick in Andreas Hepp (2017): The Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press.
- Crowley, David in Paul Heyer (2016): Communication in History: Technology, Culture, Society. London: Routledge.
- Czitrom, Daniel J. (1982): Media and the American Mind: From Morse to McLuhan. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Čepič, Zdenko (2006): Urbanizacija in življenjska raven. V: Jasna Fischer (ur.), Slovenska novejša zgodovina 1848–1992, 1009–1015. Ljubljana: Mladinska knjiga in Inštitut za novejšo zgodovino.
- Dayan, Daniel in Elihu Katz (1992): Media Events. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Fang, Irving (1997): A History of Mass Communication: Six Information Revolutions. Waltham, Mass.: Focal Press.
- Fischer, Jasna (1978): Socialna in politična zgodovina delavskega gibanja v Ljubljani od začetkov do leta 1889: doktorska disertacija. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- Fischer, Jasna (2005): Družba, gospodarstvo, prebivalstvo: družbena in poklicna struktura prebivalstva na slovenskem ozemlju od druge polovice 19. stoletja do razpada habsburške monarhije. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino.

- Gabrič, Aleš (2003): Šolski sistem, slovenščina in pismenost na Slovenskem. Ljubljana: Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani.
- Gitelman, Lisa (2003): *Inscribing Sound*. V: Lisa Gitelman (ur.) in Geoffrey B. Pingree (ur.), *New Media, 1740–1915*, 159–164. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Hasebrink, Uwe in Sascha Hölig (2013): *Conceptualizing Audiences in Convergent Media Environments*. V: Matthias Karmasin (ur.) in Sandra Diehl (ur.), *Media and Convergence Management*, 189–202. Berlin: Springer.
- Hepp, Andreas (2013): *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity.
- Hjarvard, Stig (2008): *The Mediatization of Society. A Theory of Media as Agents of Social and Cultural Change*. *Nordicom Review* 29 (2): 105–134.
- Hjarvard, Stig (2013): *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.
- Innis, Harold A. (2003/1951): *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Kalin Golob, Monika (2003): *H koreninam slovenskega poročevalskega stila*. Ljubljana: Jutro.
- Kortti, Jukka (2017): *Media History and the Mediatization of Everyday Life*. *Media History* 23 (1): 115–129.
- Kosi, Jernej (2013): *Kako je nastal slovenski narod: začetki slovenskega nacionalnega gibanja v prvi polovici 19. stoletja*. Ljubljana: Sophia.
- Kolar, Patrik (2002): *Malo znan pomnik industrializacije na Slovenskem*. *Nova prog: glasilo Slovenskih železnic* 10 (okt.): 10.
- Kovarik, Bill (2011): *Revolutions in Communication: Media History from Gutenberg to the Digital Age*. London, New York: Continuum.
- Kresal, France (1969): *Vloga in pomen tekstilne industrije v industrializaciji 19. stoletja na Slovenskem: referat s simpozija o zgodovini industrije v 19. stoletju* 10. oktobra 1968 v Gradcu. *Kronika: časopis za slovensko krajevno zgodovino* 17 (2): 85–91.
- Krotz, Friedrich (2007): *The Meta-process of Mediatization as a Conceptual Frame*. *Global Media and Communication* 3 (3): 256–260.
- Lazarevič, Žarko (2015): *Spremembe in zamišljanja: gospodarsko-zgodovinske refleksije*. Ljubljana: Inštitu za novejšo zgodovino.
- Lazarevič, Žarko (2017): *Migracije in ekonomske interakcije: (do prve svetovne vojne)*. V: Janja Žitnik Serafin, Aleksej Kalc, Matjaž Klemenčič, Irene Mislej (ur.), *Raziskovanje slovenskega izseljenstva: vidiki, pristopi, vsebine*, 49–65. Ljubljana: Založba ZRC SAZU.
- Livingstone, Sonia (2009): *On The Mediation of Everything*. *Journal of Communication* 59 (1): 1–18.
- McLuhan, Marshall (2001/1964): *Understanding Media: The Extensions of Man*. London: Routledge.
- Nedič, Lilijana (1997): *Zgodovina filma na Slovenskem: od arheološkega obdobja do prihoda zvoka*. Ljubljana: Slovenska kinoteka.
- Pušnik, Maruša (1999): *Konstrukcija slovenske nacije skozi medijsko naracijo*. *Teorija in praksa* 36 (5): 796–808.

- Pušnik, Maruša (2011): *Popularizacija nacije: komuniciranje, nacionalizem in proizvodnja mej*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Ross, Dorothy (1969): *The »Zeitgeist« and American Psychology. The History of Behavioral Sciences* 5 (3): 256–262.
- Scannell, Paddy (1996): *Radio, Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell.
- Schudson, Michael (1978): *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.
- Sloss, Richard (2013/1910): *Das Drahllose Jahrhundert. V: Arthur Brehmer (ur.), Die Welt in 100 Jahren, 27–48*. Berlin: Verlagsanstalt Buntdruck.
- Standage, Tom (1999): *The Victorian Internet*. London: Bloomsbury Publishing Inc.
- Studen, Andrej (2016): *Od prvih oglasov do interneta: k zgodovini oglaševanja na Slovenskem*. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino.
- Šimenc, Stanko (1996): *Panorama slovenskega filma: ob 100-letnici prve filmske predstave na Slovenskem*. Ljubljana: DZS.
- Traven, Janko (1992): *Pregled razvoja kinematografije pri Slovencih (do 1918)*. Ljubljana: Slovenski gledališki in filmski muzej.
- Vodopivec, Peter (2007): *Od Pohlinove slovnice do samostojne države: slovenska zgodovina od konca 18. stoletja do konca 20. Stoletja*. Ljubljana: Modrijan.
- Vodopivec, Peter (2011): *O industrializaciji Maribora in spodnje Štajerske v 19. stoletju. Prispevki za novejšo zgodovino* 51 (2): 7–28.
- Vurnik, Blaž (2016): *Nova doba prihaja!: industrija – delo – kapital. = A new age is coming!: industry – labor – capital*. Ljubljana: mestni muzej.
- Williams, Raymond R. (1971): *The Long Revolution*. Harmondsworth: Penguin.
- Williams, Rosalyn R. (1991): *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth Century*. Oakland: University of California Press.
- Wobring, Michael (2005): *Die Globalisierung der Telekommunikation in 19. Jahrhundert*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

#### VIRI

- Slovenski narod (1896a): 29 (30. 8.): 3.
- Slovenski narod (1896b): 29 (26. 3.).
- Slovenski narod (1896c): 29 (14. 3.): 2.
- Slovenski narod (1896d): 29 (25. 1.): 4.
- Slovenski narod (1896e): 29 (12. 11.): 4.
- Slovenski narod (1896f): 29 (14. 11.): 11.
- Slovenski narod (1897a): 30 (20. 8.): 4.
- Slovenski narod (1897b): 30 (16. 8.): 3.
- Slovenski narod (1897c): 30 (31. 7.): 8.
- Slovenski narod (1897d): 30 (6. 3.): 6.
- Slovenski narod (1897e): 30 (25. 10.): 4.
- Slovenski narod (1897f): 30 (20. 11.): 9.
- Slovenski narod (1898a): 31 (11. 6.): 9.
- Slovenski narod (1898b): 31 (3. 1.): 1.
- Slovenski narod (1898c): 31 (3. 8.): 3.

Slovenski narod (1898d): 31 (22. 9.): 5.  
Slovenski narod (1898e): 31 (27. 9.): 8.  
Slovenski narod (1898f): 31 (12. 10.): 5.  
Slovenski narod (1901a): 34 (1. 10.): 6.  
Slovenski narod (1901b): 34 (15. 11.): 4.  
Slovenski narod (1902a): 35 (30. 4.): 6.  
Slovenski narod (1902b): 35 (18. 4.): 4.  
Slovenski narod (1902c): 35 (4. 10.): 11.  
Slovenski narod (1902d): 35 (17. 12.): 6.  
Slovenski narod (1907a): 40 (28. 5.): 4.  
Slovenski narod (1907b): 40 (29. 5.): 5.  
Slovenski narod (1907c): 40 (15. 10.): 5.  
Slovenski narod (1907d): 40 (16. 10.): 3.  
Slovenski narod (1907e): 40 (19. 10.): 5.  
Slovenski narod (1907f): 40 (26. 10.): 6.  
Slovenski narod (1907g): 40 (30. 10.): 3.  
Slovenski narod (1907h): 40 (20. 11.): 4.