

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Hana Vodeb

Razlika med videom in filmom v funkciji vizualnega raziskovanja

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Hana Vodeb
Mentorica: asist. dr. Bojana Lobe

Razlika med videom in filmom v funkciji vizualnega raziskovanja

Diplomsko delo

Ljubljana 2008

Zahvala, ki bi skoraj opravičilo postala.

Zahvaljujem se mentorici Bojani.

Roku.

Staršem!

Starim staršem.

Sestri, da z njo tudi ustvarjam.

Marku za video začetke.

Šele ko stvari zapišem, jih zares razumem. Tudi jaz.

Razlika med videom in filmom v funkciji vizualnega raziskovanja

Besedilo obravnava pojem videa, ki se od filma ne razlikuje več po tehnični plati snemalnih in projekcijskih aparatov, temveč predpostavlja, da gre za razliko v načinu podajanja vsebine, ki se veže na tradicijo kinematografskega pripovedovanja: film pripoveduje, video pa se na več načinov pripovedovanju upira. Pri tem je pomembno tudi tisto, kar pojma povezuje: raziskovanje znotraj medija ali pa raziskovanje z uporabo videa ali filma. V tako imenovanem vizualnem raziskovanju, video etnografiji, videu v trženjskem raziskovanju postane razlikovanje med pojmom odločilen moment dogovora, kakšen naj bo urejen vizualni material kot končni produkt. Da bi video bolje doumeli je bilo potrebno oblikovati družbeni kontekst, ki se veže na digitalni videz (Flusser) vizualne kulture in *individere* posameznika (Beck in Beck), ki v družbi deluje individualizirano. Da bi video bolje razumeli, pa je bilo potrebno izpostaviti njegov začetek, od koder izvira njegov pomen - iz video umetnosti. Besedilo poleg teoretične razprave oz. analize besedil ter vizualne snovi ponuja zapise o čutih za možnosti, tako za razumevanje vizualnega sveta kot praktična priporočila za raziskovanje z videom. **Ključne besede: video vs. film, etnografija, vizualno raziskovanje, video *individere*, video umetnost.**

The difference between video and film in function of visual research

The text treats video as different concept as film is, not because of its technical point of shooting and projecting apparatus, but because of differentiation in a way of passing content, engaged with tradition of cinematographic narration: film is story-telling, but video makes its own way to resist telling the story. It is also important the understanding what links together those two notions: researching inside media and researching by using video or film. In visual research or video ethnography it becomes important to expose the differentiation while making an agreement, how the visual material should be arranged. To comprehend video, social context must be shaped, attached on digital appearance (Flusser) of visual culture and on *individere* individual (Beck in Beck), that exist individualistic in society. To understand video more, it was necessary to expose its beginnings, where its main meanings rise from - video art. Beside theoretical discussion, analyses of literature and visual substances, the text offers notes for sense of possibilities for understanding visual world and also practical directions for researching with video. **Key words: video vs. film, ethnography, visual research, video *individere*, video art, qualitative research.**

Kazalo

1. VIDEO TRAILER	7
1.1 TRAILER JE VIDEONAPOVEDNIK FILMA, KI OPREDELJUJE TEMO, CILJE IN IZHODIŠČA ...	7
1.1.1 LETI, LETI VIDEO.....	7
1.1.2 VRTI, VRTI SE VIDEO?	8
1.1.3 SNEMAMO: AKCIJA	9
2. ČUT ZA MOŽNOST NAMESTO ČUTA ZA REALNOST	11
2.1 V KINU NISO VEČ SAMO FILMI	11
2.2 VIDEO MNOŽICAM POMENI VIDEO K POSAMEZNIKU	15
2.2.1 NOVE KODE ZA VIDEO POMENIJO ODMIK OD FILMA	19
»Kar je pri videu bistveno: ni še bilo možnosti, da bi ga zastrle navade«	19
(Flusser 2000: 150).	19
2.2.2 NOVE KODE SO PREDVSEM STARE ZVIJAČE	23
2.3 VIDEO VS. FILM	24
2.3.1 NAJPREJ STRAN OD DIFERENCIACIJE »PO TEHNOLOGIJI« IN K OHO-JU	24
2.3.1.1 Nadstavba	25
2.3.1.2 OHO, oko-video-raziskovanje	28
2.3.1.3 Belo mleko belih prsi	28
2.3.1.4 Če je Belo mleko belih prsi video, je video tudi Nadstavba	30
2.3.2 BRANJE VIDEA IN FILMA	32
2.3.3 ZNANOST VS. UMETNOST KOT ANALOGIJA DVOJCU: FILM VS. VIDEO.....	35
2.3.4 ČUT ZA REALNOST JE TEHNIČNA	38
2.3.4.1 Tehnična definicija videa, ki se izmuzne televiziji	38
2.3.4.2 Kako se je video uveljavil?	39
2.3.4.3 Kako se je video uveljavil v Sloveniji?	42
2.4.3 UPORABE VIDEA IN NJEGOVE PREDNOSTI.....	43
3. VIDEO V FUNKCIJI VIZUALNEGA RAZISKOVANJA.....	43
3.1 ZAKAJ STA VIDEO ALI FILM »VEČ« V RAZISKOVANJU?	44
3.2 ETNOGRAFIJA, ZAČETKI VIDEO RAZISKOVANJA	47
3.3 SPOTIKE VIDEA V VIZUALNEM RAZISKOVANJU – OBJEKTIVNOST IN ODGOVORNOST DO GLEDALCA	48
3.3.1 SUBJEKTIVNOST – OBJEKTIVNOST – PROJEKTIVNOST ALI PO(S)REDNE INTERPRETACIJE... ..	48
3.3.2 VRZELI V ODGOVORNOSTI DO GLEDALCA	49
3.4 PRISTOPI VIDEA V VIZUALNEM RAZISKOVANJU.....	52
3.4.1 OBJEKTIVNI ALI STATIČNI PRISTOP.....	53
3.4.2 KREATIVNI ALI DINAMIČNI PRISTOP	53
3.4.3 PRISTOPI ZNOTRAJ STATIČNEGA IN DINAMIČNEGA VIDEA	54
3.5. PROCESI DELA PRI RAZISKOVANJU Z VIDEOM ALI FILMOM.....	58
3.5.1 TAKO GRE TO - PRI RAZISKOVALNEM VIDEU	59
3.5.1.1 Izvedba video raziskave	59
3.5.1.1.1 Snemanje	59
3.5.1.1.2 Organizacija materiala.....	60
3.5.1.1.3 Analiza vsebine	61
3.5.1.1.3 Osrednja montaža	62
3.5.1.1.4 Ne pozabimo na fazo »prespati video«	65
3.5.2 TAKO GRE TO – PRI FILMU O RAZISKOVANJU	66

3.5.2.1 Izvedba filma o raziskovanju	66
3.5.3 BRANJE VIDEA IN FILMA V RAZISKOVANJU	68
3.5.4 MOŽNI ŽANRI V VIDEU IN FILMU	69
4. KO SE ODVRTIJO NAPISI	70
5. SEZNAM LITERATURE	73
6. PRILOGE	75

1. Video trailer

1.1 Trailer je videonapovednik filma, ki opredeljuje temo, cilje in izhodišča

1.1.1 Leti, leti video

»Seeing comes before words.

The child looks and recognizes before it can speak« (Berger v Rose 2001: 6).

Opredefinitev teme.

Obkroža nas poplava slik, ki pomenijo nove načine komunikacije, vendar v sebi pol-avtomatsko tempirajo nevarnost, saj se z njimi večkrat soočamo neodgovorno, ker jim nismo vselej zmožni odgovarjati. Flusser, ki mi je v pričujočem dokumentu vlival idejne inspiracije v mošnjiček teoremov o vizualni kulturi, pravi, da zaradi poplave slik postajamo poneumljeni, pomasovljeni, izgubljammo medčloveške stike, od slik pa postajamo eksistencialno odvisni, saj večino doživetij, znanja, sodb in odločitev črpamo prav od njih oziroma iz načinov njihovih povezav. Baudrillard pravi, da je področje podob hkrati bogato in odtujeno, dezimagirano (glej Baudrillard v Popek 2001: 12–14) in Barthes, da so družbe vedno manj avtentične, bolj zlagane, saj konzumirajo podobe (glej Barthes 1992: 100). Podobe so »morilke realnega« (Baudrillard), po drugi strani pa »brez dvoma vemo vedno manj o tem, kaj je podoba (Bellour v Belting 2004: 23).

Je pa tudi druga stran. Lepša. Miško Šuvaković je opozoril, naj le bomo pozorni na to, kako pogled na podobe oblikuje naša telesa. To še najbolje izkusiš tako, da na avtobusu z dvajsetimi srednješolkami pogledaš film *Amelie*. Po uri in pol večina deklet poskakuje kot *Amelie*, po njeno nosijo svoja telesa in pravljичno sučejo svoje obraze.

Pri dvajsetih sem si kupila prvo kamero, ker sem začutila, da moram posneti prijatelje pri njihovem ustvarjalnem procesu ter naše prve resne diskurze o družbi in njenem izraznem potencialu – skozi, za družbo, o njej. Tako so nastajali prvi posnetki, ki sem jih v oblivojočem »knaipanju noči« uredila v eni od robustnih različic programa za digitalno montažo. Vse od takrat bi bilo pretirano reči, da se ukvarjam s filmom, zato sem se začela zanimati za ostale definicije vizualnega in gibajočih podob – za video.

Vendar pa mi je odgovoriti na to, kakšna je razlika med videom in filmom, še danes ni lahko. Prvi koraki v tak diskurz je odmik videa od filma »po tehnologiji«, na katero je en in drugi posnet, iz katere sta predvajana. Vendar pa digitalizacija v tem kontekstu pomeni, da se lahko tako filmi kot videi snemajo in predvajajo na istih aparataturah, zato mi diferencialne opredelitve na filmski ali video trak ali projicirano površino ne zadostujejo. Oprijela sem se videa še močneje, z vstopanjem v institucije, ki imajo znanje o video produkciji, z ustvarjanjem institucij, ki bodo vzpodbudile diskurz, kriticism in praktično izmenjavo informacij, z vstopanjem v redko literaturo, ki je temu namenjena, osredotočena bolj ali manj na video v umetnosti, še najbolj pa sem se ga oprijela videa držeč za njegov objektiv. Digitalna tehnologija je odprla možnosti načinom videa in njegove uporabe v raziskovanju in reprezentacijah ter v ustvarjanju stalnosti med tema dvema tribunama (glej Pink 2007: 115). Oprijela sem se video raziskav.

Ob tem sem pri »starem dobrem« branju knjig (in ne le podob!) naletela na teoretične koncepte, ki so vrgli sidro zdavnaj pred mojim plutjem po navidezno banalni problematiki. Našla sem Becka (glej Beck in Beck 1996), ki pravita, da iz težnje po naših »izjemnih« biografijah, ki se trudijo biti drugačne od poplave vseh biografij, posegamo pa najrazličnejših sredstvih, ki nam pomagajo razjasniti nove pomene pojmov, pojavov, vrednot, sveta. Prešinilo me je: saj si lahko vsakdo posname vsaj svoj video! Da bo njegova biografija dobila odmev. In medtem, ko vztrajamo, kot neke nevidne enote – individere – puščamo v lastnih usodah in usodi družbe sledove, ki so digitalni zapisi naših podob.

1.1.2 Vrtili, vrtili se video?

Cilji.

Kakšni so in naj bodo zapisi naših podob? V besedilu pred vami bom skušala gnesti substanco iz treh stebrov, ki bi lahko zdržali izraz video: (1) družbenega, pri katerem bom skušala vztrajati z inspirativnimi izpostavljanji avtorjev, ki so v besedilo vstopili ne le zaradi dela, ki bi izključno obravnavalo opredeljeno tematiko, temveč tudi zato, ker je asociacijsko potovanje ob branju knjig intimna izkušnja v mejah družbene zavesti in ki z interakcijo pisec-bralec sproži skorajda naključne momente, ki se primejo besedila, pa naj bodo teoretični eseji ali leposlovje (2) umetniškega, ker menim, da video brez

umetnosti ne bi samoumevno izskočil iz oprijemalke TV (torej sploh obstajal kot uporaben - zadnje čase se uveljavlja izraz uporabni video) in ker je umetniško ustvarjanje bistvena sestavina strokovnega, ko gre za video raziskave, in (3) strokovnega, ki ustvarja video kot dodano vrednost kvalitativnemu raziskovanju, tako v predstavitvi rezultatov kot zbiranju podatkov in ki se lažje kot teza ali sinteza bere kot skromni priročnik in najprej odgovarja na to, zakaj je pomembno dojeti razliko med videom in filmom. »Naraščajoča široka uporaba vizualnih etnografskih metod v raziskovanju in reprezentacije v »vizualnih« poddisciplinah v družbenih znanostih« (glej Pink 2007: 12) me je napeljala, da globlje raziščem možnosti videa v (trženjskem, medijskem in družbenem) raziskovanju, pred tem pa v nujnem ovinku prestopim še korenine videa v umetnosti, tudi skozi opredeljitveno diferenciacijo filma nasproti videu. Vendar ne v razlikovalno tehničnem smislu, kakor so se »videa v osemdesetih razveselili antropologi kot tehnično prepričljivejšega, ekonomičnega, trpežnejšega in koristnejšega od filma, ki se je v sedemdesetih razširjeno uporabljalo v antropologiji« (glej Pink 2007:96). Da je video cenejši in da lahko snema daljši čas, celo s takojšnjim preverjanjem, kaj smo posneli, je postalo nič drugega kot samoumevno dejstvo, ki zdaj pomeni celovečerne »filme« posnete na video trak ali celo mobilni telefon.

Preden se zato posvetim raziskovalnemu videu ali filmu bi rada iztisnila samoumevnost teh dveh pojmov, saj slutim, da za njima obstaja kaj več, kot za naš čas nerelevantno razlikovanje »po tehnologiji«. Ne samo, ker se v dani literaturi obravnava nepremišljeno in zastarelo, temveč tudi zato, ker razgradnja definicije lahko pomeni nove inspiracije k idejam, kako bi vizualne metode še bolj razpeli čez teoretična ogrođja in jih uvedli v vsakdanjo prakso raziskovanja.

1.1.3 Snemamo: akcija

Raziskovalna izhodišča in predpostavke:

1. Dostopnost tehnoloških naprav je paleta, ki jo ima v rokah individualiziran posameznik, ta pa v težnji po raznovrstnosti lastne biografije lahko poprime za izrazna sredstva, ki mu nudijo komunikacijo prek novih površin. Takemu »*individere*« posamezniku (posameznik kot nevidna enota) so družba in z njo institucije umetnosti ali neumetnosti naklonile potencial, da se izraža in ima s tem možnost aktivno graditi podobo novega sveta na način, drugačen od uveljavljenih scenarijev. Vsak izmed nas ima namreč določen čut, skozi katerega se najlažje izražamo - vizualni, tonski (zvočen,

kinetičen), čustven, slušno prsten (besede) – in ki ga uporabljamo za interpretacijo lastne izkušnje (glej Woods 2006: 399).

2. Iti dlje od tehnoloških opredelitev v vizualnih podobah (videa in filma), pomeni najti relevantno razliko med videom in filmom, ki ni več razlika med filmskim in video trakom, filmsko in video kamero, filmskim projektorjem ali TV-zaslonom. Digitalizacija je mejo opredeljevanja »po tehnologiji« naredila za sedanost nepomembno in je zato izrazom, ki že davno ne vztrajajo več le v okviru umetnosti, potrebno poiskati nov pomen. Menim, da je razlika med videom in filmom v načinu podajanja vsebine in da lahko video seže nad film s kodami, ki se upirajo narativnemu linearno-logičnemu pripovedovanju zgodbe in še kako drugače. Razlika je poleg načina tudi v namenu, kar postane še posebej pomembno pri vizualnem raziskovanju. Šele na tem področju postane tovrstna diferenciacija in natančnost definicije pomembna, saj nasproti umetnosti postavlja natančnejše obljube, povezane s časom in denarjem, pa še navadno »mora« biti naročnik zadovoljen.

V razmejevanju videa nasproti filmu, ki naj se bere kot čut za možnost, bom predpostavila, da je film Nadstavba (1964) skupine OHO, sicer posnet na filmski trak, možno brati kot video, in ne zgolj kot film, kamor je sicer »tehnološko« v tej tradiciji uvrščen. »Kratki filmi« skupine OHO so za predrugačenje nadpomenke »film« zanimivi predvsem zato, ker so vzniknili, tik preden se je v Sloveniji/Jugoslaviji pojavil prvi slovenski video Nuše in Sreča Dragana (pa tudi ta dva imata nekaj opraviti z OHO-jem, saj je Srečo Dragan malo pred prvim videom postal njegov član). Za čas šestdesetih so bili taki »filmi« nenavadno kratki in nenavadno ekspresivni, točno taki, ki se upirajo narativnemu pripovedovanju zgodbe. Primer iz umetnosti nam bo koristil za lažje razumevanje razlike video vs. film, ki jo bom skozi umetniški primer izpostavila komplicirano, nato pa v praksi vizualnega raziskovanja poenostavila, vendarle samo zato, ker ima poenostavljanje v poprej (navidez) kompliciranih zadev že od nekdaj svoj smisel.

3. Predvidevam, da je skupna točka videa in filma predvsem v raziskovanju znotraj samega medija in se zato obrnem k vizualnim predstavitvam trženjskih, medijskih, družbenih raziskav in možnostim vizualnega zbiranja podatkov, iz česar sklepam, da na področju trženjskega, medijskega in družbenega raziskovanja obstaja snov, ki ji je potrebno priznati umetniško notopisje, saj je raziskovalec večkrat bližje pripovedovalcu

zgodbe, kot objektivnemu opazovalcu, ki bi zgolj pritisnil na gumb kamere. Pri tem pa tudi ne pozabimo ravno na to enkratno priložnost, ki jo nudi vizualni material: namesto interpretacije lahko posredujemo realen posnetek, ki je neurejen in takšen kot je, s čimer se izognemo subjektivnosti besed ko bi sicer rezultate želeli ubesediti. Tradicija antropologije in etnografije se v praksi večinoma oprijema ravno surovega materiala, na podlagi katerega ubesedi teorijo. Želim si (tudi s pomočjo umetnosti) pokazati, da razlike med videom in filmom obstajajo in so globlje od ceneje, hitreje, bolj praktično. So v načinu podajanja zgodbe in namenu, ki doseže gledalca. Na tega pa se etnografija navadno ne obrača, saj iz vizualnega (video kot zbrani podatki) največkrat ustvari pisni material (za bralca namesto gledalca) in si s tem lažje, bolj konvencionalno pribori status znanosti, v kodah (pisave), ki so zaenkrat sprejemljivejše, vendar kmalu zastarele. Pri uporabnem videu (trženjskega, medijskega in družbenega) raziskovanju se mora ravno ta pretvorba slike nazaj v pisavo spremeniti, z novimi kodami »za jutri« - iz slike v sliko in ne iz slike v pisavo. Saj bi to izzvenelo kot korak nazaj.

2. Čut za možnost namesto čuta za realnost

2.1 V kinu niso več samo filmi

Gremo najprej v kino, kjer smo že vsi bili, z namenom, da se zavemo osnovne spremembe: zlitja umetniških podob v vsakdanje življenje. Če je zgodovinska avantgarda (glej Debeljak 1999) prenesla vsakdanje življenje v umetniško delo, je to imelo tudi nasproten učinek – postmodernizem, kot utelešenje zgodovinske avantgarde, je umetnost prenesel v vsakdanje življenje. In to je še najbolj množično uspelo filmu, ki se na račun manj množične gledanosti danes, modificira v najrazličnejše oblike podob vsakdanjega življenja. Če ne bi generacije ljudi pogledale toliko in toliko (lahko dostopnih in multiformatnih¹) filmov, si zdaj morda ne bi drznile snemati videe ali z njimi raziskovati na področjih, ki so bili vselej zgolj v domeni pisnega ali ustnega. Prav tako, kot imajo tudi vrste, ki so dva dni čakale na vstopnico nove Vojne zvezd opraviti z razvojem digitalne tehnologije. Dostopnost in možnosti, da se praksa nekdanj fascinanti, fetišističnih, iluzornih podob iz širokega platna udejanji v vsakdanji praksi lažjega komuniciranja in razumevanja na ravni vsakdanjega (poklicnega ali

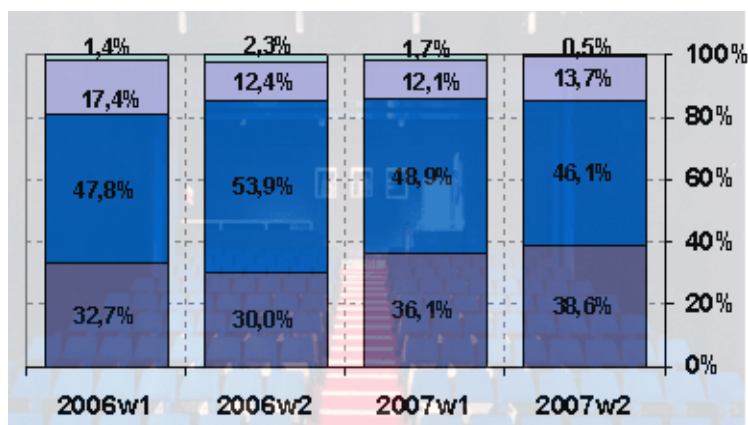
¹ Tu mislim na vse možne dostopne formate: od filmskega traku, video kasete, DVD, Dvix,...

nepoklicnega) življenja je gotovo eden od dejavnikov k spremembi koncepta filma in njegovi modifikaciji v druge audio-vizualne podobe. Prav filmu dolgujemo poklon, saj iz njega iztrgamo hibrid, ki nosi njegove elemente - video. Tu govorim o rabi vizualno gibajočega v raziskovanju.

»Andaluzijski pes je bil prvič prikazan v studiu Ursulines za povabljenec; prišli so vsi, ki so tedaj pripadali tako imenovanemu cvetu Pariza, to se pravi nekateri aristokrati, nekaj pisateljev ali uveljavljenih slikarjev in seveda celotna postava nadrealistične skupine. Lahko si predstavljate, da sem bil živčen kot še nikoli. Stal sem za platnom pri gramofonu in med projekcijo menjal argentinske tange ter Tristana in Izoldo. V žepe sem si za vsak slučaj natlačil kamenje, da bi ga zagnal med občinstvo, če bi se film izkazal za polom« (Buñuel 2001: 99).

Danes se kamnov izza platna ni bati, saj se nad kamni spotike lovi kinematografija sama. Njena prva arhitektura, »arhitektura kot red trdnosti, red materialov in zunanjih podob postaja red prosojnosti, vseprisotnosti in hipnosti« (Benjamin v Virilio 2001: 26), arhitekturna lupina, ki se počasi suši v muzej, svoj prostor v prostoru, drugo arhitekturo, torej platno, pa vse pogosteje in inovativneje izloča v obliki spletnih filmov, mikrofilmov, digitalnih videov, računalniških animacij, filmov, integriranih s spletno umetnostjo, ASCII (softverskih) filmov, mobilnih videov (posnetih s kamero, vgrajeno v mobilnike) in videoblogov, spletnih dnevnikov, temelječih na rabi digitalnih videov (glej Strehovec v Zadnikar 2005: 178).

Slika 2.1.1: Trend pogostosti obiskovanja kinematografov v slovenski populaciji (N_w=1000)



Vir: PGM - indicirana raziskava družbe Valicon. Vzorec nacionalno reprezentativen.

Padec kinematografske potrošnje filmov ima zagotovo opraviti s tem, da filme vse pogosteje gledamo doma na nosilcih, ki imajo digitalni zapis. To pomeni spremembo na fizičnem nivoju nosilca, ki nas navaja na drugačne fizikalne parametre, pomeni pa tudi to, da je imeti doma shrambo zgoščenk že povsem samoumevno. To spreminja ne samo odnos posameznika do kinematografov ampak tudi posameznikov odnos in odprtost do vizualnih kod, ki bodo v prihodnosti zamenjale pisne. To ima za vizualno raziskovanje (o katerem bo govora več kasneje) izreden pomen, saj avdiovizualne oblike postajajo za posameznika (ki je kasneje subjekt takega raziskovanja) vsakdanje, manj moteče, razumljene in razumne. In ko je recimo vanj naperjena kamera na vsakem koraku, družba sprejema premik od pisnega k vidnemu (v tem primeru »prikazljivemu«) ali premik od diktafona h kameri.

Vizualne podobe nosimo v žepih, držijo se zapestij in ne le stavb, s katerih zijajo gibajoče podobe z oglasnim sporočilom. Razlika med temi je očitna: gibajoče podobe, ki nas obdajajo, nas v enosmerni komunikaciji delajo sprejemnike, »aparati iz žepa« pa imajo komunikacijski potencial, ki se mu je danes težko upreti: ustvarjanje svojih podob, svojih zgodb, svojih filmov. In lahko bi si vsakdo posnel svojega, in vsakomur petnajst minut slave! Ali bolj točno: vsakomur video zapuščina! V kolektivizmu smo tako ali tako zabodli zastavice individualizma. Pa še tehnologija je postala dostopna.

Demokratizacijo digitalnega ustvarjanja vidi Jurij Meden predvsem kot spremembo na ekonomsko-produkcijskem nivoju, kjer je recimo histerično ekonomijo filma - koliko časa/denarja mi preostane - nadomestila ekonomija indifferene - kaj sploh želim in zmorem povedati? (glej Meden v Zadnikar 2005: 31), ta pa drugači način filmskega mišljenja ali drugače, razširja mišljenje v oblike, ki so odmaknjene od filma (v video). Nastajajo gibajoče podobe, ki se odcedijo na You Tube, Google Video, bloga ali so bistveni gradniki festivalskih programov nizkoprorračunskega neodvisnega filma na eni, pa video umetnosti na drugi strani. Opredeljeni kot nizkoprorračunski neodvisni filmčki se stekajo v programe utrjenih festivalov, bliže, v tradicionalno prostorskem smislu, je to v Sloveniji Luksuz Novo mesto, na Hrvaškem Revija amaterskog filma – RAF, v Srbiji LOW-FI VIDEO. Na teh festivalih so gledalci izpostavljeni filmom, katerih kritiko tvorijo oni sami, brez žirij, brez profesionalnih kritikov, oni sami so graditelji lastnih meril, medtem ko organizatorji prikazujejo absolutno vse, kar prispe na njihov naslov, pravi odgovorni organizator: »metali so se po rekah, padali z dreves, se

zakopavali v zemljo in občinstvo jih je dobro sprejelo ravno zaradi njihove nepretencioznosti« (Sertić v Zadnikar 2005: 105). Vendar je problem tovrstnih festivalov ravno v nadpomenkah, ker skušajo postavljati meje z »neodvisnostjo« in »nizkoprorračunskostjo«, pa so proračuni z razmahom digitalnega samoumevno nizki, z možnostjo, da izjemno nizki, kar se pa neodvisnosti tiče, se sprašuje Koršič: so »neodvisni od investitorja, vendar pod tem lahko razumemo neodvisnost malega producenta od velikega ali neodvisnost posamičnega producenta od kartela, ali neodvisnost od državnih subvencij, ali neodvisnost od vsakdanjega načina kinematografske distribucije, neodvisnost od političnega programskega vmešavanja od državnih ali cerkvenih oblasti, ali pa zgolj neodvisnost od ameriških distributerjev, ki obvladujejo svetovni filmski trg« (Koršič v Zadnikar 2005: 60)? Odvisnost naj bi bila danes torej povsem normalno stanje, pojem neodvisnosti je najverjetneje zgolj tržnionišni. Kljub temu se včasih dogajanje na platnu imenuje neodvisni, gverilski, včasih amaterski, vendar pa tudi eksperimentalni, igrani, dokumentarni video. Definicija je prepuščena avtorjem ob izpolnjevanju prijavnice ali festivalskim sekcijam, ki so večinoma vnaprej določene, ne eni in ne drugi pa ne vemo, zakaj točno gre in kaj je tisto, kar dejansko ločuje tak video od filma ali nizkoprorračunski video ali nizkoprorračunski film od tistih, nastajajočih na akademijah za film ali likovno umetnost ali z drugimi umetniško-institucionalno odobrenimi projekti. In kaj je potem šele (trženjsko raziskovalni) video, ki nastane zato, da bi proizvajalec čokolade lažje razumel tistega, ki v čokoladi neizmerno uživa? Zaenkrat naj velja, da je vizualni material gibajoče podobe, osredotočen na določeno znamko, mora biti definiran kot video (saj ga bo videl le naročnik), če pa govorim o čokoladi na splošno (o družbenem vidiku) lahko video postane film. Zakaj točno, bo možno brati kasneje.

V romanu *Mož brez posebnosti* (1961) Robert Musil čut za možnost definiral, kot zmožnost misliti, kako bi lahko vse »prav zlahka« obstajalo in ne pripisovati nič več pomena temu, kar že obstaja, kot tistemu, kar še ne obstaja. Tak čut nam je tu in tam vbrizgal kak film, slikarstvo, glasba, poezija ali sanje, razviti bi ga morala tudi sociologija, se strinjam z Beckom (Beck in Beck 1996), pa tudi vsakršno teoriziranje, kakršno je tole tukaj ali vaše tam. Nadaljevanje bomo zato morali na ključnih mestih brati kot čut za možnost, vsaj kar se prvega dela tiče, ki je umetniško teoretičen. Preden se spustim v razmejevanje in trdno pripisovanje definicij, je moja naloga, da vas, bralec, opozorim, kaj video pomeni zame, ne glede na njegove različne uporabe. Pomeni

poseben svet, tak kakršen je literatura, glasba, film, slikarstvo. Objektiv kamere je kapljica skozi katero se na poseben način zrcali svet.

Nemški režiser Herzog je posnel *Beli Diamant* (*The white diamond* 2004) o majhnih cepelinah, v katerih so nameščene miniaturne kamere zato, da bi v nekem južnem pragozdu raziskovali edinstvene krošnje dreves. V zgodbo se kot posebno poglavje vplete slap.

Gre za mogočen slap, za katerim gnezdiijo posebne ptice, ki so se razvile v takih barvah in iz takih zvokov samo tam zadaj. Herzog stoji na novo postavljenem mostu pred slapom z razlago, da je to razdalja med človekom in deročo vodno grivo tam prek, ki je prvič presežena, tako blizu je. S spoštovanjem gleda nasproti, v naslednjem kadru je vsa živa voda posneta skozi eno samo kapljico. Domačin vpraša: »Hej, mar mislite, da je možno, da se skozi to kapljico vidi ves svet?« S krettno dlani ob ušesu režiser nekajkrat zaniha s prsti in odvrne: »Nič ne slišim. Očitno je slap preglasen«.

Zato čut za možnost. Zato raziskovanje sveta. In zato video.

2.2 Video množicam pomeni video k posamezniku

»Ko se je film odvrtil, sem izza platna zaslišal ploskanje, ki se je še dolgo nadaljevalo, tako da sem svojo municijo diskretno odstranil iz žepov na tla« (Buñuel 2001: 99).

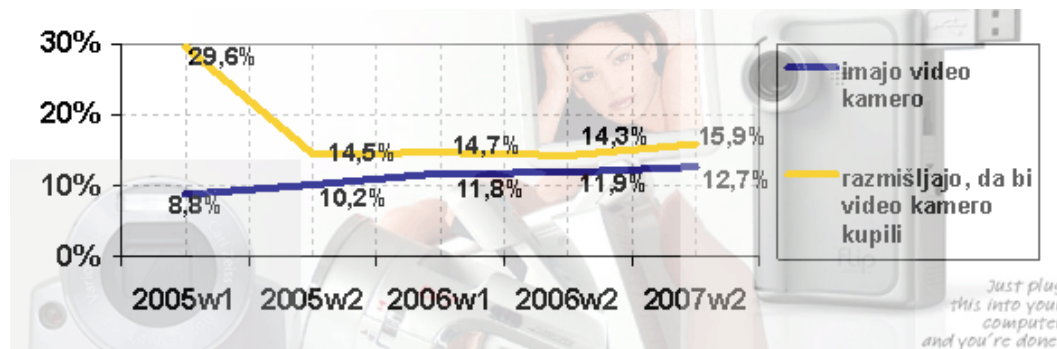
Vsakdo, ki ima kadarkoli možnost skozi prepričujoč medij komunicirati, mora sprejeti določeno odgovornost. Ta odgovornost se spet ne nanaša na kamne v žepih, temveč na proces pred ustvarjalnim procesom, torej mnogo pred njegovo projekcijo. Gre za odgovornost do sebe, za odgovornost do gledalca in do samega dela. In odgovoren je lahko le tisti, ki se zaveda, da za spremembo na, recimo, ekonomsko-produkcijskem nivoju stoji vse več sprememb. Če je kolektivne habitualizacije nekih samoumevnih kvalitet nadomestila individualizacija, v smislu Beckovih »*naredi-si-sam-biografij*«, smo primorani k vse večji aktivnosti novega pripisovanja pomenov stvarim, ki so bili nekdanj že določeni. Raznolike množice, kot so Enzensbergerjevi mesarji, ki igrajo golf, in kemičarke, aktivne v komitejih za Nikaragvo, preprodajalci kokaina s saloni za umetno sončenje, vsi skupaj živeči v objemu neke gorske vasi, pričajo o »nezmožnosti integracije individualizirane družbe transcendentno, prek vrednot« (Beck in Beck 1996: 830), in sicer ravno s svojimi »povprečnimi eksotičnostmi vsakdanjega življenja«

(Enzenberger v Beck in Beck 1996: 830). Postajamo nevidne enote - *individere* (Beck in Beck 1996), ki se s telefoni, fotoaparati, vgrajenimi kamerami v gumijaste žogice podajamo k izkušnjam lastnega sveta, ki so nerazložljive z dosedanjimi kolektivnimi vrednotami. Poriniti nekaj mimobežnih kapljic pod dežnik: amatersko, umetniško, za svoje spomine, video spot, video kot del druge umetniške prakse, kot prezentacija, kot promocija, kot zbiranje podatkov, etnografski video, je tako logično raznoliko, kot so logične »povprečne eksotičnosti vsakdanjega življenja«. In samo vprašanje časa je, kdaj bomo komunicirali še izključno s podobami.

Koncept »naredi-si-sam-biografije« je v ekonomiji našel svoje mesto v »inoviranju en masse« (on mas), ki gre stran od »inoviranja za mase« (glej Batagelj in Vukčević 2007). Ljudje (v tem primeru potrošniki) tako postanejo »izdelovalci«, ki del svojega prostega časa, domišljije in truda namenijo razvijanju novih produktov zase in za druge. S tem dobijo namesto nabora izbire, več vpliva na soustvarjanje izdelkov, prosti čas pa postane oblika dela.

In vse več ljudi ima kamero.

Slika 2.2.1: Trend posedovanja video kamere in planiranje nakupa video kamere v regiji – skupaj Slovenija, Hrvaška, BiH, Srbija in Makedonija (N_w=1000/država val).



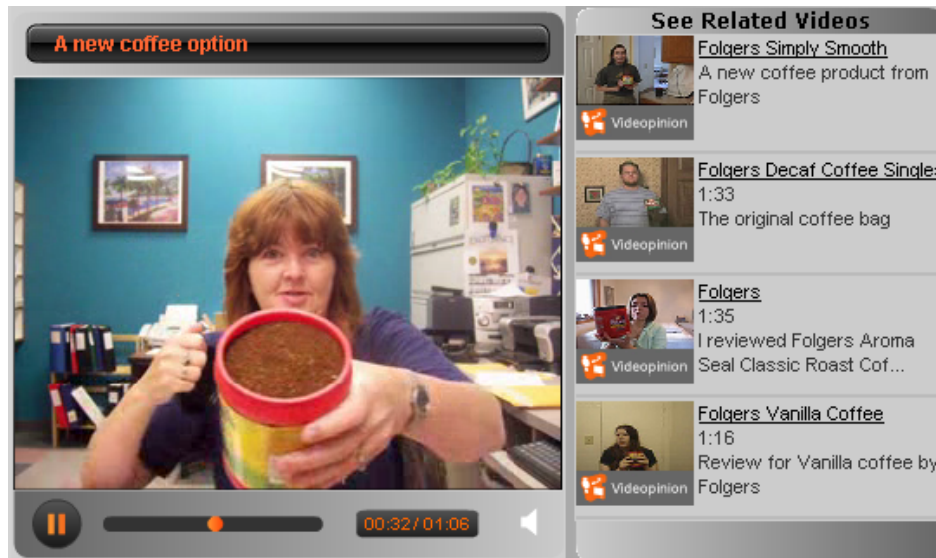
Vir: PGM, sindicirana raziskava, v lasti družbe Valicon. Vzorec nacionalno reprezentiven².

Ena od oblik dela je prav tako video, v obliki videomnenj o izdelkih, ki jih sami posnamemo in posredujemo na spletno stran, ki v besedah iznajditeljev predstavlja »družbeno nakupovalno destinacijo s tisoči potrošniško generiranimi recenzijami in demonstracijami izdelkov v »full motion videu« (glej Expo communications 2007).

² Trend nakupovanja video kamere, tako dejansko, kot tudi v želji po nakupu, raste. Če bi gledali države posamično je mogoče ugotoviti, da povsod, razen v Sloveniji trend tudi ločeno raste. V Sloveniji se nakazuje doseganje optimalne vrednosti, saj se delež, tistih, ki imajo kamero ustavi na 21% vseh v populaciji, ki posedujejo video kamero in okoli tega deleža niha.

Taka potrošniško generirana vsebina ali potrošniško generirani mediji pomenijo dostopno in poceni izražanje (tudi prek videa), sodelovanje in vplivanje, ki ga omogočajo blogi, podkasti, online videi, wikiji, forumi, osebne spletne strani, komentirane zbirke priljubljenih strani, klepetalnice, oglasne deske, ocene in komentarji produktov in storitev, t.i. mash-ups, Al Gorov Current TV in podobno.

Slika 2.1.2: Video mnenja o izdelkih



Vir: Expo communication 2007

Tak *individere* (nevidne enote) koncept se v vizualnih raziskavah ujame v dilemah, ki razrešujejo objektivno nerodnost, saj so »etnografi prav tako potrošniki, ki se posvečajo določenim praksam potrošnje, njihovim vizualnim tehnologijam in podobam« (glej Pink 2007: 34). Njihovi izdelki v obliki videa so lahko enako povezani z njihovim profesionalnim področjem pripovedi kot osebnimi biografijami. Meje med domačim videom ali profesionalnim video materialom ni mogoče načrtovati, saj so tako etnografi kot posamezniki z nekimi cilji, ki delujejo v specifičnem družbenem in kulturnem okolju. Ali preneseno na drugo stran raziskovalne optike: so lahko anketirani oz. raziskovalni subjekti dobesedno sklicevanje na ljudi, ki so znani kot naši prijatelji, sosedje, člani družine? Če sprejmemo tudi raziskovalca (video medija na splošno ali etnologa, antropologa) kot *individere – nevidno enoto*, dobimo skromen sij, da so tudi taki referenčni okviri možni.

Ker lahko danes vsakdo snema in načeloma vsakdo ne samo, da najame kinodvorano za nekaj deset EUR (predvsem poceni so mestne kinodvorane, ki zaradi obmestnih multikompleksnih propadajo), temveč svoj izdelek pošlje v široki spletni svet, mora vsakdo kot odgovornost sprejeti določeno tveganje. To tveganje izločamo kot individumi, ki v duhu systemske teorije odzvanjamo v selekcijah vsakdanjih izbir, pri čemer pa vselej obstaja možnost, da smo se napačno odločili, napačno izbrali filmsko predstavo ali sedež v kinodvorani, nismo vzeli najboljše možnosti (glej Willke 1993). Sprejeti neizogibnost tveganja v poziciji raziskovalca (ki podobe selekcionira že med snemanjem, v montaži pa postane objektivnost le še sled), je še kako pomembno, saj vsebuje vsakršna interpretacija (urejanje video materiala oz. montaža) določeno tveganje, ki ga mora sprejeti tako raziskovalec, kot sprejemnik oziroma gledalec. Etnografi in antropologi se navadno tveganju izognejo na nivoju manipulacije slike (z umikom v pisno interpretacijo v esejih in knjigah), medtem ko čut za možnost trženjskega videa napoveduje odgovornost do tveganja pri selekciji in organizaciji gradiva, urejenega v avdiovizualni povzetek o rezultatih. Vse preveč bi imeli opravka z etičnostjo osebnega (raziskovalčevega) poseganja v zgodbo, ki nima v širšem kontekstu systemske teorije družbe nobenega pravega pomena, zato je lažje zavzeti vlogo raziskovalca *individere* (posameznik kot ena – nevidna enota) kot igrati objektivnega vsevedneža – vsevidneža.

Smo posamezniki, ki razen pomembnih odločitev, kakršna je izbira filma, selekcioniramo svoj pogled v eksplozijo barv, pikslov, plastike, stekla, aluminija in drugih medijev, katerih barve so način, skozi katerega se nam prikazuje svet. Do kriz v tem svetu prihaja tudi zaradi drugačne komunikacije, ki jo omogočajo *nove kode*. Enodimenzionalne kode (pisava, abeceda) izgublajo pomen, saj jih nadomeščajo površine, slike oziroma tehno slike, ki pa jih trenutno še ne moremo povsem razumeti (glej Flusser 2000: 8–10). Pri besedilu, abecedi, ki je prevladovala še takrat, ko smo šele čez mejo okušali barvne površine, sladke Milke v našem sladko sivem socializmu, pri enodimenionalnih kodah gre za razvijanje slik - za »pojme«, ki pomenijo »ideje«, njihovi simboli ne pomenijo neposredno konkretnega, ampak pomenijo slike - spreminjajo namreč prizore v procese. V takem matematično-logičnem procesiranju nas je večina odrasla, medtem ko mlajše generacije odraščajo ob svetu slik, površin, odraščajo v povratku k nepismenosti (glej Flusser 2000). »Za tako imenovane razvite družbe je značilno, da te družbe danes konzumirajo podobe in ne več verovanj, kot so

jih konzumirale nekdanje družbe: so potemtakem liberalnejše, manj fanatične, a tudi bolj »zlagane« (manj »avtentične«) (Barthes 1992:100), kar odigra pomembno vlogo kasneje, pri dilemi, kakšen vpliv ima kamera na subjekt, ki ga snema. Generacije tehno slik so že v osnovi »manj avtentične« in »bolj zlagane« in takšne so tudi pred kamero. Dlje od tega pridemo le s pravimi vprašanji in ne le s tem, da se pozabi, da kamera snema.

Nevednost glede novih kod prav tako pomeni »krizo vrednot«. »Stare slike so subjektivne abstrakcije pojavov, tehnične pa so konkretizacije objektivnih abstrakcij« (Flusser 2000:37). Smo na točki, ko moramo razširiti staro razmišljanje iz »slik v pojme« v novo ustvarjanje »slik iz pomenov« ali razširjanje »slik v slike«, kar pomeni novo konstrukcijo realnosti, ki nas po eni strani odtuja (saj se izgublja vera v besedila), po drugi strani pa se razgrinja kot osvoboditev, če linearni svet razlag razumemo kot svet »modelov«, kajti šele »s prekoračenjem besedila se bodo stari programi, kot so na primer politika, filozofija, znanost, povsem razveljavili« (Flusser 2000:15) in dali nam bodo možnosti, da se razvijejo novi. In tako nove konstalacije kod.

2.2.1 Nove kode za video pomenijo odmik od filma

»Kar je pri videu bistveno: ni še bilo možnosti, da bi ga zastrle navade«
(Flusser 2000: 150).

Koda je sistem simbolov in njen namen je omogočanje komunikacije med ljudmi. »Ker so simboli pojavi, ki nadomeščajo (pomenijo) druge pojave, je komunikacija nadomestek: nadomešča doživljanje tistega, kar je z njo »mišljeno«. Ljudje se morejo sporazumevati preko kod, ker so izgubili neposredni stik s pomeni simbolov« razlaga (Flusser 2000:10) kot Beck in Beck, ko govorita o krizah, ki jih prinaša tveganje družb.

Kaj za video pomenijo nove kode oziroma izgubljeni simboli? Video, z razliko od večine filmov (izvzamem ekperimentalni, avantgardni film), navadno ni posnet po abecedno skovanem scenariju (v starih kodah oziroma simbolih!) in zato večinoma lovi poglede povsem spontano. Oblikuje forme površin in jim daje pomen sproti, osredotočen na (vizualne) površine, ki programirajo naša življenja – to, kar je, kar se

dogaja v našem pogledu. Danes premik iz logotipa H&M, begajoče k logotipu ZARE čez cesto, pa nato na dekle s krilom na balonček, z idejo, da bi s snemanjem (ki velikokrat pomeni podaljšano oko, v tem primeru urbani daljnogled, saj vidimo bližje od daleč) raziskovali načine oblačenja ljudi, ki prihajajo iz ene in druge trgovine. Nakazujem video, ki nastaja kot naš pogled, trenuten, zbežan, s tresljaji in z gibi, ki so kontrolirani zgolj s podzavestjo. Pogled, ki se lovi na barvah in znakih, spontano ujet (posnet), spominja na podobnost z asociativnostjo osupljivega človeškega grala – možganov, ki ne samo vidijo, temveč s stvarjo v objektivu takoj vzpostavijo odnos: čutni ali racionalni (to se v posnetkih največkrat zazna), kar pa je pri filmu, v klasičnem pomenu besede navadno zabetonirano pred snemanjem samim, s fotostripom ali režijsko knjigo, s scenarijem, ki kot tak pušča manj manevrskega prostora izven zgodbe v scenariju. Pušča ob strani posnetke presenečenj, osuplosti, iskreno nalepko trenutka tukaj zdaj pa zamenja s premišljenimi kadri, ki natančno ali manj natančno sledijo zgodbi. Če vzamemo video kot tak, kot pogled individere, je bližje raziskovanju per se. »In kamera bi morala biti v tem primeru primerljiva z instrumenti naravoslovnih znanosti – kamera kot teleskop, kamera kot mikroskop« (glej Sorsen in Jablonko, Fuch v Prosser 2006: 43). »Kameraskop«!

Ker smo navajeni, da filmi (definirani kot umetnost za množice) pripovedujejo, morajo ob še ne množičnem razumevanju/sprejetju novih kod še vedno bolj ali manj pripovedovati, večinoma na način podajanja/pripovedovanja zgodbe, kot se to počne že stoletje. Video bi si lahko v tem smislu privoščil korak v stran od takšnega pripovedovanja, s tem da pripovedovanje preseže ali se mu upira. Vsaj v umetnosti zgleda tako. V trženjskem raziskovanju pa bi to morda pomenilo kode, ki jih razume tisti, ki je v kontekst vsebine vpleten iz različnih zornih kotov. Primer. Videu, ki od začetka do konca ne pojasni kaj je namen, kakšno je ozadje, vendarle v »novih« kodah ponuja nekaj, kar sicer na noben drug način ni možno raziskati, se ni potrebno truditi, da bi postal film, razumljiv več kot tistemu, za katerega je ustvarjen (ciljna publika, ki pozna okvir raziskave). Če pa bi vse manjkajoče dele vanj dodali in ga uredili v celoto, ki ima nek množicam razumljivejši uvod in zaključek, stare kode, bi dobili film, ki ima didaktično ali družbeno noto, primerno za dokumentarni film. Video v tem obziru ostaja video dokument ali dokumentarni video.

Namesto slediti simbolom filma (predvsem tistim holivudskim, ki jih sestavljajo celo formule simbolov), četudi niso vselej časovno ali prostorsko povsem linearni, nam

video v smislu neke nevidne enote, *individerere*, ponuja izražanje skozi zaenkrat manj razumljive (pre)tvorbe slik oziroma kod, skozi poglede, asociacije, možgansko potovanje radovednega uma. Kode bodo šele postopoma sestavile listo šifer in dešifracij in predvsem svobodo novih asociacij, nizov kolateralnih informacij in njihovih povezav, ki bodo nekoč samoumevnejše. Ravno toliko, kot je danes izražanje z besedami, v katere se postopoma že vpletajo narisani smajliji vseh možnih razpoloženj. In, tudi film ni bil od nekdaj samoumeven.

»Film je prinesel povsem nov, neobičajen način pripovedovanja, zato je imela večina gledalcev težave pri razumevanju dogajanja na platnu in pri povezovanju dogodkov iz prizora v prizor. Zdaj smo nezavedno povsem navajeni na učinke montaže, na sočasna in zapovrstna dejanja, tudi na vračanje k preteklim dogodkom. Takrat je bilo ta novi jezik še težko razumeti. Zaradi tega smo imeli explicadorje- človeka, ki je stal ob platnu in na glas pojasnjeval, kaj se na njem dogaja« (Buñuel 2001:35).

»Film je bi še vedno le razvedrilo. Nihče od nas ni bil mnenja, da bi lahko bil nov način izražanja, kaj šele izrazna oblika umetnosti. Umetnost je bila poezija, literatura, slikarstvo. Takrat mi na kraj pameti ni padlo, da bom kdaj postal filmski ustvarjalec« (Buñuel 2001:72).

Šele ko se je Truffauta, Godarda itd. prijel vzdevek francoski *novi val*, oznaka teoretikov in filmskih kritikov revije Cahiers du Cinema, so filmi skupaj, z močnimi besedami o(b) njih, ustvarili avtorsko teorijo, ki je trdila, da je film umetniško delo, katerega ultimativni avtor je njegov režiser. Če je torej prej veljalo, da je film produkt brezosebne tovarne (denarja), ki svoje izdelke proizvaja po tekočem traku, se je zdaj uveljavljalo prepričanje, da je za končno podobo filma zaslužna zgolj ena oseba – njegov režiser, ki ustvarja umetnost« (glej Blatnik 2006: 60-63). To je bilo konec petdesetih, skoraj šestdeset let po slavi brata Lumière, ki sta množice strašila s prvimi kadri drvečega vlaka, da so bežali iz kinodvoran. Če je bila pri filmu najprej množičnost in potem filmska teorija, je kakopak pri videu to obratno. Najprej so obstajale knjige o videu (umetnosti) in nato je z You Tube nastala »množica« gledalcev; pa dajmo umetnost nekoliko na stran.

Video - skupek novih kod se odpira kot ustvarjalno sredstvo, kot pahljača, ki hladi v prvi vrsti strasti po obvladovanju novih tehnologij in njihovih lastnosti: koliko megapikslov ali tipal, zooma ali koliko manualnega v primerjavi z avtomatskim, za domačo ali polprofesionalno rabo. Odpirajo se žrela spletnih skupnosti, ki največkrat primerjajo optiko Canona in Sony-ja ali čakajo na njuno 3CCD-različico, ki jo imajo sicer profesionalne kamere. Najpomembnejše vprašanje pa poleg tega, katera kamera je naša sistemska optimalna izbira, ostaja: smo filmarji (angleško filmmakers) ali videasti (angleško videomakers ali videographers). Tudi o tem je govora na forumih, ki ga tvorijo nevidne enote. »Film in video sta v osnovi tesno prižeta pojma predvsem kar se orodja, tehnike, slovnice in kulturnih praks financiranja, produkcije, distribucije in kreative tiče« (The digital video information network 2006). Prednost videa je možnost takojšnjega ogleda posnetega materiala in enostavnejša montaža, prednost filma pa to, da so ga že zdavnaj pred tem sprejeli kot avtonomno prakso, v kar ga je sicer povzdignil diskurz in teoretsko pisanje o filmu.

Pojem videa velikokrat izzveni podcenjujoče, manj profesionalno, »umetniško« in zato nerazumljivo. Cole McDonald, producent, vključen v spletni forum the digital video information network, pravi, da videe vselej predstavlja kot filme, saj pojmovno gledano tako lahko računa na množice in vrtenje izdelka v kinodvoranah namesto v galerijah in drugih prostorih, do zdaj namenjenih video predvajanju. Poimenovanje videa ali filma je na tak način vezano na gledalce, ki jih je očitno boljše definirati: vezano na njihovo številčnost in prostor recepcije (kinodvorane ali galerije).

Če je včasih pojem video ali film pomenil sam medij, tehnologijo, hard-ver oziroma orodje, danes tega ne pomeni več. Razlika se veže na tradicijo kinematografskega pripovedovanja: če stvar pripoveduje, je film, pa čeprav je posnet z digitalno video kamero; in po drugi strani četudi glasbene videe posnamejo na filmski trak, bodo ti vselej imenovani video. Če hočemo najti relevantno razliko med filmom in videom, jo je vsekakor potrebno iskati v novih kodah in starih simbolih, v pripovedovanju in preseganju »klasičnega« pripovedovanja.

Odprtost v spoznavanju novih kod, v dojetanju sveta iz slik-v-pojme ali slik-v-slike je nujno potrebna in kategorizacija na črno in belo bi umorila barve: domači posnetki so lahko dobro raziskovalno gradivo ali z montažo postanejo video umetnost, oboje pa ne

more biti kar tako film. Rahlosti linij med črnim in belim je v filmski formi predvsem raziskovala Dogma 95 in njen predstavnik Lars Von Trier, in sicer predvsem z novejšimi filmi, kot so Dogville (2003), Manderlay (2005) in Glavni šef (*Direktøren for det hele* 2006), trilogiji, ki v okviru pripovedovanja zgodbe tvori vprašanja, dileme, odgovore, možnosti, v skorji filma, ki pogosto grobo poseže v filmsko zgodbo, se vmes glasno sprašuje, kaj je določen filmski žanr, kaj druge forme, elementi snemanja in metode igranja. Razgrajuje filmske prostore, ki postanejo banalni, dogajanje pa deluje improvizirano.

2.2.2 Nove kode so predvsem stare zvijače

Iz produkcijske plati se video ali film kot orodje, tehnologija - digitalni aparati, ponujajo kot zvijačne naprave. Lahko bi jih razumeli kot najmanj verjeten način za reproducirano realnost. Imamo dve možnosti, pritisnemo na sprožilec (kot bi bil samosprožilec), pri čemer izvršimo navodila za uporabo, ki postajajo vse bolj človeku prijazna in enostavna, lahko pa se lotimo iskanja izvirne slike, da aparat naredi nekaj, za kar ni bil izdelan, pa naj bo to nek snemalni ali predvajalni stroj. S tega vidika lahko danes definiramo »brezaparadne« slike (na primer slikarstvo) kot tiste, ki pokažejo, česar aparati ne zmorejo, ki pokažejo, kaj je v človekovi imaginaciji enkratno, nenadomestljivo in česar ni mogoče simulirati« (Flusser 2000:41). Aparatnim slikam pa ostane možnost, da aparat speljejo k rezultatu, ki s sliko zgolj ne pripoveduje, temveč konstruira svojstveno realnost, *individere* ne le pripovedni svet, svet nevrofiziološkega digitalnega načela: ko živčna vlakna sprejmejo točkaste drhljaje, vsak drhljaj bodisi sprejmemo (1) bodisi zavrnemo (0), tako lahko recimo približujemo, kot z daljnogledom, detajl ulice, ki nas pritegne, in nato odsekano vržemo pogled drugam, pri čemer je mogoče občutiti asociativno potovanje po možganskem zemljevidu in vzpostavljanje odnosa do stvari na licu mesta. Raziskujemo in snemamo stvari trenutka, slučajno, kot modeli percepcije ali evidence samobitnosti (Geister v Skrt 1996: 107) in recimo temu video *individere* (kot potovanje pogleda ene enote, posamzenika). Lahko pa se podamo na raziskovalno pot z natančno določenim predmetom zanimanja, ki smo ga predhodno določili, kot videoetnografija – vizualne raziskave oziroma vizualne dokumentacije na filmu ali na video kaseti, kot Naško Križnar klasificira zlepljenko etnografskih, etnoloških, antropoloških, socioloških filmov itd.

2.3 Video vs. film

Naslednje poglavje se izrazito naslanja na tradicijo umetnosti, ki je za širše razumevanje raziskovalnega videa pomembna, ker (1) je uporabni video lahko izstopil šele iz umetniškega videa, saj je video nastajal z video umetnostjo, (2) z njim povezana tehnologija se je razvijala prav zaradi teženj video umetnikov, ki so se povezovali s strojniki in inženirji, (3) je znanje iz tradicije video umetnosti možno in zaželeno uporabiti v vsakršnem uporabnem videu v raziskovanju.

Zakaj je razlikovanje med videom in filmom za temo vizualnega raziskovanja sploh pomembno? Vizualno raziskovanje je širok pojem, ki vključuje tako (statično) fotografijo kot (dinamični) video. Ker bo kasneje govora, namesto vizualnega, o videu raziskovanju, je bistvenega pomena, da video ločim od filma, saj pojma v praksi največkrat nista ločena in predvsem odsotnost razumevanja pojma »video« je tista, ki me napeljuje na poglobljen poskus diferenciacije. Velikokrat ima video manjvredne konotacije, kot nedokončan ali neresen film. V vizualnem raziskovanju pa se izkaže kot pametno določen cilj, ki definira tako obliko kot način podajanja vsebine. Da bi to lažje razumeli, ponujam analogijo z umetniškim razlikovanjem med videom in filmom.

2.3.1 Najprej stran od diferenciacije »po tehnologiji« in k OHO-ju

Četudi vizualne reprezentacije, interpretacije, prezentacije skupine OHO nikoli do sedaj niso bile poimenovane video (temveč film), jih bom zgolj zavoljo nekega metodološkega predprijema ali čuta za možnost, poimenovala video. Filme skupine OHO ne najdemo v kataloškem pregledu slovenske video produkcije, četudi jih je v dejanskem arhivu video produkcije, na VHS mogoče najti, kar najbrž pomeni, da so se zdeli blizu videu, pa jih načelnost, vezana na diferenciacijo po tehnologiji, uvršča drugam. Video so od filma večinoma razlikovali zgolj po »tehnologiji«, s in na katero je vizualni material posnet (filmski ali video trak, filmska ali video kamera).

Vsi filmi skupine OHO so posneti na filmski trak. Njihova vsebina pa se na nek način upira pripovedovanju logičnega zaporedja, saj teče kot neko zagonetno zaporedje. »Natanko taki se mi danes zdijo naši 8 mm filmi – mreža, polna nenavadnih znakov, ki čakajo, da jih kdo razvozla«, pravi o filmih OHO eden od njihovih glavnih predstavnikov (Križnar v Skrt 1996: 85).

2.3.1.1 Nadstavba

Razvozljajmo Nadstavbo (1964), ki je po tradiciji imenovana film, posneta na filmski trak.

Takole je vsebina Nadstavbe vpisana v vmesniku video arhiva, v okviru Zavoda za sodobno umetnost (SCCA): Nadstavba skupine OHO je posneta na filmski trak in traja dve minuti. Akter se razgleduje po polovično porušeni zgradbi, opazuje njene detajle. Nato začne brskati po ruševinah in tudi sam graditi iz odpadnega gradbenega materiala. Naloži si zidake v kovček. Ko pogleda skozi lino na glavno ulico, opazi povorko ljudi in se jim pridruži.

Da bi dvominutno zagonetko zares razumeli, moramo o njej prebrati ozadje (koncept), saj sta navidezna vsebina, ki se izmika, in oblika očitno premalo, da bi razumeli bistvo inspirativnega filma, ki je nastal ob podiranju stare jetnišnice ob Miklošičevi ulici.

Pogačnik in Križnar sta prepeščila pot iz Kranja do Ljubljane, kamor sta prišla v zgodnjih jutranjih urah. Križnar zdaj pravi, da je to izdelek visokega navdiha, film trenutka, v katerem ni časa za razmišljanje. Kot koncept *individere* – nevidne enote, dveh enot, ki sta ujela trenutek, o katerem prej nista razmišljala kot o »filmu«.

To je film evokacije, kjer te okolje samo požene v ustvarjalno razpoloženje, ne da bi razumsko nadzoroval logiko tega procesa. Verjetno je šlo tudi za posledico posebne evforije po dolgotrajnem »ritualnem« nočnem pešačenju iz Kranja v Ljubljano, film pa sva posnela ob prvi jutranji svetlobi, lačna in zaspana. Najino umetniško romanje je izzvalo posebno vrsto utrujenosti, ko delujejo samo še centri, ki drugače niso prebujeni. Ali ni morda to sploh smisel ustvarjanja: prebujanje spečih centrov v človeku? (Križnar v Skrt 1996: 90)

Bilo je jutro, ko so podirali zapore v centru Ljubljane, snemala sta med rušenjem in uporabila predmete, ki sta jih našla na licu mesta (star kovček, opeke). »Takrat sploh nisem razumel, kaj sva z Markom pravzaprav naredila v Ljubljani. Mene samega je presenetilo, da je film tako kratek, saj je po mojem mnenju hotel izraziti silno pomembne stvari« (Križnar v Skrt 1996: 88). Izraziti je hotel status intelektualca, ki je bil v tistem času (skoraj praviloma) tudi politični zapornik. Pisala se je literatura na temo političnega zapornišтва. »Če si bil v ječi zaradi svojega prepričanja, si s svojim

trpljenjem nekaj prispeval. In ta življenjski segment je treba spoštovati. Zato se junak v Nadstavbi vrne po ljube opeke na ruševinah zapora, strpa jih v kovček in odnese v življenje» (Križnar v Skrt 1996: 90).

Videnih podob v gibanju ne bi razumeli na tak način, če ne bi prebrali intervjuja s Križnarjem. V samem (konceptualnem) filmu se protagonista opirata pripovedovanju (še sama ne vesta točno zakaj) s kodami, kakršnih smo vajeni. Res je, da dober film ne ponuja enoznačnih interpretacij, vendar pri tem ne gre za interpretacijo vsebine, temveč za način podajanja vsebine (ne gledalec, temveč avtor!). Gremo najprej h gledalcu. Po formi vsebine gre za hermetični film iz vidika človeka, ki »film« vidi leta 2007. »Zgrajen je tako, da gledalcu ne ponudi nobene opore, nobene kode, brez katere se moraš naprezati, da dosežeš pravila igre« (Križnar v Skrt 1996). Po formi vsebine iz vidika človeka v letu 1964 pa gre za primer neposrednega socialnega angažiranja, saj je za nameček Marko pod plaščem nosil prepovedano številko Prespektiv, ki jo na koncu izgubi med begom po prazni ulici. Ne moremo določiti, v koliki meri se dožemanje kod človeka 2007 in človeka 1964 razlikuje. V teh letih se je duh časa, »zeitgeist filma« obrnil nekoliko vstran, vprašanje pa je, v kolikšni meri je bil brez koncepta razumljen takrat in zdaj. Potreba po dodatni razlagalni podpori bi lahko bila prvi od stebrov drznosti, da film raje kot film poimenujem video. Vendar zato obstaja konceptualizem v filmu. Lahko grem globlje: podobe v gibanju, ki namesto pripovedovanja ponujajo zgolj (ob)čutenje (senzacijo, ki še ni percepcija) nekih ekspresivnih momentov tekanja po visoki travi (tudi to je eden od »filmov« skupine OHO) ne potrebujejo niti koncepta niti pripovedi, saj izzovejo občutenje. Video se tu ponuja kot forma čuta za možnost, ki bi ji dodali dimenzijo, ki ni vezana niti »na tehnološko« niti ne na zaznavanje (pripisovanje pomenov ali percepcijo). Video kot vid, kot »očesnocentričnost«, od grške filozofije, ki je slavila vid kot najodličnejšega izmed vseh čutov do zahodne civilizacije, ki je že od začetka zaznamovana s pogledom, z vračanjem v pristanje, ko postajajo slike odločilno komunikacijsko sredstvo« (Flusser 2000: 9–11). Oko naj bi posredovalo okoli devetdeset odstotkov podatkov, ki jih ima človek spravljenih v možganih. Ok-o, okn-o, o-bjektiv, vide-o, *okularcizem* (glej Jay v Rose 2001: 7), in na Zahodu delujemo skozi to, kar vidimo. »Video kot »videti in vedeti« izvirata iz indoevropske osnove »weid« za videti in spoznati« (Belšak 2004-2005: 4). Okrogli -o- videa na koncu besede, okrogel kot oko, me ne spusti, da bi poiskala drugo besedo obravnavanemu čutu za možnost, pri ambiciji »iti dlje od tehnološkega«. Video bi se lahko za razliko od filma ponudil kot

frustracijski izhod definicij, kot nekaj, kar potrebuje pripovedno razlago k videnemu ali kot totalna odsotnost take pripovedne razlage (kot zgolj občutenje), medtem ko se film v klasičnem smislu ravna in je viden skozi pripoved in v tem smislu širše dostopen, kot mu to tudi pripada po definiciji množične umetnosti.

Raziskovanje je večkrat bližje zbiranju realnih, trenutnih občutkov kot pa občutek za pripovedovanje. Zato je bližje videu, kot filmu.

Kaj pa oblika oblike? Vrnimo se k tako imenovanemu *videu individere* in skupini OHO.

»Ta film je porodila čista improvizacija na samem mestu snemanja. Ko posnameš prvi kader, dobiš osnovne elemente, na katerih gradiš naprej. Vse skupaj postane obvezujoče, khrti pa preprosto, kot da bi te vodil duh. Vidiš, da nastaja pripoved, nek komunikacijski proces, ki ni načrtovan, ampak samodejno raste iz kadra v kader. Zelo težko je natančno opisati te nagibe... Film je bil izrazito nemontažno sneman... Vse smo šele v montaži povezali v celoto, kot da bi fascinacija jutranjega snemanja ostala živa do montaže čez teden dni, ko je prispel material iz razvijanja« (Križnar v Skrt 1996: 89).

Križnarjevo poimenovanje »film« je, kot reče sam, vezano predvsem na 8mm in 16mm filmski trak, saj takrat drugega izraza (video) še niso poznali, in tako razlikovanje med medijema bi se zdelo povsem nepomembno, saj je bilo važno le to, da so s snemanjem delovali podzavestno in po silah ustvarjalnih prebliskov. Zase pravi, da ni pravi režiser, takratni (profesionalni) igralci pa so bili navajeni, da jih nekdo vodi, da se naučijo vlogo, poleg tega se ne znajo izražati nebesedno. Ko so se vloge naučili, so igrali kot lutke. »Pri mojih filmih pa ni bilo tako. Osnovna ideja je bila razvidna iz scenarija. Sporazumevanje med igralci in režiserjem je teklo skoraj brez besed. Scene največkrat nismo vadili in ponavljali. Vse je bilo posneto v razmerju 1:1« (Križnar v Skrt 1996: 97). Za njegove »filme« je značilno tudi to, da se kamera stalno giblje, snemalec uvaja gledalca v svoj pogled, na mestu samem, kot bi bili ujeti v pogled *individere*, sebi lastne nevidne enote, asociacijam, ki obstajajo na podzavednem nivoju enega človeka, na katerega pada skoraj nevidna senca samega sebe. Za nekatere druge »filme« pravi, da je to vizualna poezija.

2.3.1.2 OHO, oko-video-raziskovanje

Če torej Križnar ni pravi režiser, kode niso podane kot pripoved, formi vsebine in oblike se upirata filmski naraciji in snemanju po natančnem zapisu scenarija (oziroma je le-ta ohlapen in snemanje ni fiksirano nanj), avtorja niti sama ne razumeta inspiracije, dokler se ne zgodi montaža (kar se največkrat odraža v odprtosti koncev OHO-jevskih podob, ujetih na filmski trak),... Vse to so znaki zavijanja s poti, začetki nečesa novega v smislu načina in dojetanja sebe kot ustvarjalca in ustvarjalnega dela, in ne le kot nov tehnološki trend, ki se bo kmalu pojavil na trgu v obliki nove tehnologije. Najbrž ni neumno trditi, da se najprej pojavi težnja (lahkotna, trenutna, ekspresivna, takšna »iz žepa«, cenejša) in šele nato pravi aparat za vse to. Torej video kamera, ki kot takšna ponuja drugačen način od vajenega in je bližje raziskovanju kot film. To nakazuje tudi tradicija etnografije, ki se je razveselila videa, saj je bil manj vsiljiv, prilagodljiv, navdih trenutka, pa tudi cenejši, pri čemer slika sama ne odigra tako pomembne vloge kot v filmu na širokem platnu. Fokus raziskovanja je že v osnovi bolj povezan s tehnologijo videa kot filma. Film se je uporabljal v raziskovalne namene samo do vstopa videa na tržišče. Vendar je to spet zgolj tehnološki vidik, zato nadaljujem z zgodbo skupine OHO, ki nam služi kot primer diferenciacije iznad tehnoloških afinitet.

2.3.1.3 Belo mleko belih prsi

Verjetno ni le naključje, da se je v tistem času, pravzaprav iz kasnejših OHO-jevskih vrst (in še v okviru umetniškega gibanja OHO) pojavil slikar (torej, »ne pravi« režiser) Srečo Dragan, ki je prvi kupil video kamero, posnel video v kodah, ki jih brez obpripovedi ni možno množično razvozlati, kjer se formi vsebine in oblike upirata pripovedovanju, značilnemu za film. Oba delujeta kot vizualna poezija. Verjetno obstaja med Križnarjem in Draganom razlika v ustvarjalnih procesih in v tem, kaj je kdo od njiju hotel povedati, ni pa velike razlike v načinu podajanja vsebine, kako je posnet video, če video ali film, če film, in najbrž je celo Draganov, prvi slovenski video, posnet po bolj izdelanem in skovanem scenariju, kot inspirativni pogledi lačnega in utrujenega dvojca OHO, ki sta prispela iz Kranja v prestolnico.

Križnar je zdaj vizualni raziskovalec na SAZU (kot znanstvenik?), drugi je ustanovitelj predmeta Video na Akademiji za likovno umetnost (kot umetnik, umetnostni teoretik?).

Kataloško-esejističen izdaja Videodokument: video umetnost v slovenskem prostoru 1969-1998 skupine OHO ne obravnava v kataloškem pregledu slovenske video produkcije, saj so za snemanje uporabljali filmski trak namesto video traku. Video se pri nas teoretično začne z Nušo in Srečom Draganom in videom Belo mleko belih prsi (1969). Kakšna je razlika?

Razlika ni v načinu podajanja »zgodbe« oziroma konceptu odsotnosti pripovedovanja, temveč (1) v efektu iz začetka, svetlikajoči se piki, kot kapljici mleka na dojki, ki je tehnično sicer fotografija in na filmskem traku ne bi bila možna in (2) da glas, ki se upira pripovedovanju, ravno tako, kot se tišina v Nadstavbi upira takemu pripovedovanju, neposredno razglablja o »novem« pojmu video umetnosti, ne v slovenskem, temveč v tujih jezikih, kot nekem čisto novem, še ne odkodiranem pojmu – kaj je video umetnost. In (3) v projekciji, saj so bili filmi OHO projicirani na platno, video dvojca Dragan pa na svetleči se površini TV ekrana, kjer si se lahko kot gledalec tudi sam videl - reflektiral in (4) da gre »pri Belem mleku belih prsi za uporabo videa kot novega medija neposrednega in interaktivnega občevanja z udeleženci ali pa kot dokumentarni zapis o umetniški akciji in dogodku. Značilno je bilo tudi, da se je dolžina - trajanje video traku ujemala z realnim časom poteka akcije ali dogodka in da je bila slika takoj (brez časovnega zamika) tudi že na monitorju - enotnost časa, kraja in dejanja torej« (Borčič in Nancy Buchanan 1994), čeprav gre pri tem bolj za koncept, kot dejansko občutenje te enkratnosti.

Glas v Belem mleku belih prsi pravi, da po sedemindvajsetih letih stoji pred telekinetično mašino in simultano sliši svoj lastni zvok – odsev, odmev, refleksijo samega sebe. Na ekranu se izpiše (ne kot podnapis, temveč beseda kot del videoslike): govorim o sliki in skozi sliko o sebi. Pri tem ne gre toliko za smisel umetnosti kot izražanja samega sebe, temveč za eno prvih fascinacij nad tehnologijo, kot bi prvič v roke prijeli kocko ledu pred petsto leti. Odkrito čutenje nad umetnikovo fascinacijo, ki nam jo podaja, ne kot neko čisto pripoved z opisi in orisi niti s sliko niti z zvokom, podaja jo na način občutkov, kod, ki se izvijajo kot nekaj novega in nedoumljivega. Taka fascinacija nad tehnologijo je podobna fascinaciji nad opekami, ko sta Križnar in Marko v jutru, fascinirana nad nočjo, ki sta jo pod podplati pustila zadaj vse od Kranja. Tako podajanje občutkov skozi gibljivo sliko daje kratke, odrezane, na nek način zapletene vizualne stihe naravnost pred gledalca. Oboje deluje kot trivrstični haiku. Ima pa Draganov začetek na nepremični dojki dinamiko, ki jo je s tehnološkimi prednostmi efektov lahko dosegel le video. In to je dinamika kode (znak v obliki kristala,

nagnjenega kvadrata, ki je v kotih označen s črkami od A do D), ki se spreminja. Če bi bil način podajanja vsebine skrit v tej kodi, potem je Belo mleko belih prsi video, in Nadstavba zaradi odsotnosti tehničnih efektov, ki jih video ponuja, film. Vsi efekti torej, ki jih je prinesla video tehnologija, razlikujejo video od filma z odsotnostjo teh efektov. In ker je sporočilo Draganovega videa skrito ravno v teh kodah, saj napoveduje nov način dojemanja informacij, tak z eho efektom, kot bi zatulili v akustično luknjo – napoved obdobja nove komunikacije (pred internetom). Vendar pa tehnični efekti ne služijo drugemu kot podajanju vsebine – ekspresivnih izpovedi, liričnega občutenja, upora proti linearnemu pripovedovanju. Tudi kar se projekcije gibajočih podob tiče, je razvoj tehnologije razliko izničil, saj lahko tako eno kot drugo danes sprejmemo skozi svetleči se TV ekran, projicirano na platnu ali celo na LCD ekranu računalnika, ki se niti ne sveti, in ne ujame v ekran še naše podobe.

2.3.1.4 Če je Belo mleko belih prsi video, je video tudi Nadstavba

Iz vidika projiciranega, bi lahko tako Nadstavbo, kot Belo mleko belih prsi imenovali s čutom za možnost, kot video *individere*, saj sta se z digitalizacijo po tej plati našla v enakovrednem projiciranem položaju. Druga tehnična sponka, ki povezuje ali odvezuje oba primera je v efektu, ki ga je video na video traku zmogel, film na filmskem traku pa ne. Iz tega vidika, bi morala predznak Nadstavbe, kot video ovreči in skupno obema pripisati zgolj *individere* značaj, vendar želim dlje od poimenovanja »po tehnologiji«. Sporočilo Nadstavbe je družbeno angažirano, vendar ekspresivno, navdih trenutka, entuziazem momenta nevidne enote, ki se je privlekla po dolgi cesti in jo je določen dogodek razsvetlil, sproti, kar med snemanjem. Sporočilo Belega mleka belih prsi je prav tako družbeno angažirano, saj naznanja video umetnost, kot nekaj novega, ekspresivnega, kot poezijo, futurizem, fascinacijo nad tehnološkim, ki bo nekoč pomenila nove vrednote in novo konstrukcijo sveta. Kode obojega imajo razlago izven videnega in se naraciji odpovejo. Delujejo kot pesem. Zato bi želela oboje, raje kot filmski ali video trak, označiti kot video in odmik od filma.

In še to, laična zaznava, da je video načeloma krajši od filma, odpade. Projekta Andy Warhola, ko je več ur skupaj snemal človeka, kako spi, bi težko poimenovali film, četudi je bil posnet na filmski trak. Če spet stopimo korak stran, od teksture trakov, se

zazrem v način snemanja, postprodukcije, samega jezika in nenazadnje v prostor in publiko, ki se ji tak vizualni material predstavi, potem vidimo, da je »film« *Spanje* (*Sleep* 1963) pripisan svetu likovnih galerij, postmodernistični težnji vnesti v posvečen »muzejski« prostor vsakdanje življenje. In četudi je posnet na filmski trak, od filma ni pričakovana narativna pripoved, temveč da v 321 minut spanja prostovoljno vstopamo, v nekajvrstičnico, kot speči *individere*, kjer nas oplazi sporočilo, ki je zapisano v manifestu postmodernizma: »tudi umetnost se je zbanalizirala; od Duchampa in drugih naprej je absorbirala vso banalnost stvari in jo napravila za svojo surovino. Zato je prešla v stvari ali so stvari prešle vanjo« (Baudrillard v Popek 2001: 13).

Film v osnovi stremi k svoji klasični (narativni) obliki in če video kamera posname pripoved (narativni/igrani/fikcijski), kratko malo ustvarja (kratki, če je kratek) film. Ne gre za imenovanje tehnologije, temveč za način izražanja.

In še dejstvo, da ima večina filmov producenta in produkcijsko hišo, ki kot netopirji bdi nad skednji polnih, zrelih idej, drugače odzveni v t.i. video produkciji, kjer so avtorji večinoma tudi producenti, saj je potenciala v razumevanju video kod premalo, da bi (tržno) tveganje prevzel kdo drug kot avtor sam. Tako sta se recimo tudi Dalí in Buñuel, začetnika španskega nadrealizma, pri Andaluzijskem psu odločila za samuprodukcijo, »saj tako neobičajnega in provokativnega filma ne bo sprejela nobena obstoječa produkcijska hiša« (Buñuel 2001: 98). Andaluzijski pes (*Un chien andalou* 1929) se po načinu podajanja vsebine približa uveljavljenemu pojmu eksperimentalnega filma, ki bi, če bi nastajal v času obstoja video kamere, bil posnet v cenejši in dostopnejši tehnologiji, saj je bil brez producenta in obče vere v razumevanje novih kod. Avtorja sta se uprla pripovedovanju vgnezenem v film, kot se pripovedovanju upira video.

Andaluzijski pes je nastal po srečanju dvojih sanj. Na Dalijevo povabilo sem za nekaj dni prišel v Figueras. Povedal sem mu, da sem pred časom sanjal o tankem oblaku, ki cepi luno, in o rezilu britve, ki reže oko. Dalí je noč pred mojim prihodom v sanjah videl roko, polno mravelj. »Kaj pa če začneva s tem in posnameva film?« mi je takoj predlagal.... Scenarij sva napisala v manj kot tednu dni. Držala sva se zelo preprostega skupnega pravila: ne sprejeti nobene ideje ali podobe, ki jo je mogoče razumsko, psihološko ali kulturno razložiti. Odpreti vsa vrata iracionalnemu.... Niti enkrat se nisva sporekla (Buñuel 2001: 97).

S tem primerom poudarim, da pri primeru slovenske skupine OHO nikakor ne gre za osamljen primer. Ekspresivni in eksperimentalni poskusi, posneti s filmsko kamero, so se rodili že skupaj s filmom (1902 je Méliése posnel nadrealističen film *Voyage sur la lune*), le da jih niso bili nikoli posebno obravnavali. Obravnavani so bili kot skice (filma), osebni album, nedokončana dela, nerazumljiva sporočila ali še v najboljšem primeru eksperimentalni film. Očitki letijo na umetnostne kritike, ki »nimajo besed, kadar je potrebno komentirati abstraktne konfiguracije eksperimentalnega ali pa jih enostavno nočejo omenjati« (glej Belloir v Ristić 1986: 92). »Na področju filma je imela beseda eksperimentalno navadno slabšalni pomen. S tem pridevnikom nas je obkladal vsak, ki je sicer začutil spoštovanje do nenavadnih filmsko izraznih potez, ni pa jih mogel uvrstiti v znane predalčke« (Križnar v Skrt 1996: 88).

Šele s cvetenjem vizualne kulture, s spoznavanjem njenih sistemov, jezika (sposobnosti za branje, dekodiranje, pripisovanje pomenov znakom), praks in vrednot, moči in sposobnosti videti, ter načinov, v katerih se tehnologija, medij, ideje in ideologije razširjajo in omejujejo področje vizualnega (glej Lister in drugi 2003: 98), šele takrat je tudi video dobil svojo obravnavo, ki je redka in večinoma omejena na dela video umetnosti. Na eksperimentalne videe, ki je vzniknil z video instalacijami. Iti korak nazaj, »od tehnologije«, pa je seveda tvegano početje, saj je očitek, da drevo umetnosti v sebi nima strogo ločenih vej, še kako resničen.

»Največji potencial filma je v interakciji z drugimi mediji« (glej Adorno 2002: 183), sam pa je bolj ali manj »potrošniško naravnana« (glej Adorno 2002: 185). Vprašanje je, ali je video (kot video umetnost) »produkt izrednega razcveta abstraktnega filma, začetek nečesa, kar bo nekega dne postalo velika umetnost slikarstva v gibanju«, kar je napovedal (Arnheim 2000: 9), ali pač vse tisto, kar ni film.

2.3.2 Branje videa in filma

Domenique Belloir sposobnost branja video del povezuje z razvitostjo desne hemisfere, in sicer glede na kirurške analize možganov. »Kar se tiče desne hemisfere, je središče emotivnosti, globalne percepcije, glasbene senzibilitete in občutka za prostor. S pomočjo elektroencefalograma je odkrito, da je pri umetnikih ta hemisfera bolj razvita« (glej Belloir v Ristić 1986: 92). Desna hemisfera naj bi sprejemala abstraktne sekvence

eksperimentalnega videa (tako se je takrat imenoval video, ki ga danes prepoznamo v več različnih oblikah, tudi dokumentarni in igrani), »nedvoumno, desna, ker edino ta lahko sprejema intenzivno (to pomeni direktno) energijo in sile, ki se osvobajajo izzven vseh verbalnih referenc, mimo vsake naracije« (glej Belloir v Ristić 1986: 92).

Branje videa zahteva urbanega človeka, pa pravi Močnik; da se ta priuči in adaptira na gledanje, saj ni vedno »jasno, kaj je 'okvir', kaj 'uokvirjeno'« (Močnik 1993:139), dovoljuje si več nelegitimnih preskokov ali čudnih povezav (juktapozicij). »V najbolj grobi in rudimentarni obliki je specifični video postopek staccatto nizanje mikro sekvenc, ki jih ne umeščajo nikakršna (ali vsaj nikakršna filmski/emu gledalki/cu znana) ločila: oko je pod rafalom« (Močnik 1993:139), v iritantnem položaju, ki zahteva branje za »nazaj« ali se branju že »vnaprej« odpove, po Diderotu intelektualci oslepijo, po Močniku z njim vznikne pogled –objekt želje, torej daje, kar obljublja – predmet želje, ki draži oko. Podobe se, nadalje, ne nizajo po proznih načelih, kakor smo vajeni ob matematično-linearnem branju zgodb, temveč se mikro-sekvence tudi ponavljajo. Če je film proza, je video poezija, ugotavlja Močnik, kot vizualno poezijo imenuje dela OHO-ja tudi Križnar, ko izdelke skupine OHO opredeli dejansko kot poezijo in kot »multimedijski projekt, ker hoče imeti avtor živo sliko« (Križnar v Skrt 1996: 101). Naše dnevne sanjarije naj bi potekale na način filmske proze – doživetja, lirski trenutki pa prihajajo od zunaj na način video-spota. To napeljuje na nezavedno snemanje zunanjih podob, katerim je dovoljeno početi vse, mi pa pri tem pazimo na kompozicijo v objektivu, skupaj z njo se gibljemo in istočasno sledimo sporočilom, ki nastajajo zunaj, z močnim vplivom na nas, ki ga prav tako posnamemo. Francoski pisatelj Cocteu je v televizijskem intervjuju dejal, da film, ki ga navadno čutimo, in ne pripovedujemo, subjektivne abstraktnosti naredi za objektivne, medtem ko video niti te transformacije ne potrebuje in ga navadno zgolj čutimo, za pripovedovanje o njem ni veliko take »objektivne snovi«.

Proces nastajanja se v parafraziranju veže na dogajanje (happening) scenskega sveta in dogodek (event) linearnega sveta. »Razlika med dogajanjem in dogodkom je v tem, da je dogajanje rezultat naključja - nekaj naključnega, kar ima kljub temu lastno nujnost. Svet dogajanja je kaotičen, toda v njem se vse nekako ponavlja« (Flusser 2000:189). Film je event in video happening, edina nujnost pa sicer ta, da zmaga ozaveščanje tehno imaginacije in ne težnja po avtomatičnosti ter avtonomiji. »Če zmaga slednja, bo naša komunikacijska situacija prešla v totalitarizem in pomasovljenje. Če pa bo zmagala

prva, bomo dobili nepredstavljljive (in zato nepojmljljive) možnosti za novo obliko gibanja« (Flusser 2000:179).

Ko Močnik videu pripiše analogijo s poezijo, pa pri tem ne opozori na nevarnost (odgovornost), o kateri je govoril prvi video umetnik korejskega rodu, Nam June Paik: »Obstaja nevarnost, da video postane kot »poezija«,./.../ nekdo piše in le najbližji prijatelji to cenijo./.../ne vem, koliko nemontiranih dolgočasnih trakov sem moral čez vljudno,/.../ moramo biti bolj previdni v situaciji, obdobju, ko smo preobremenjeni z informacijami, kar pomeni, da je to, kar informacije vzpostavljajo, bolj zapleteno od tega, kako informacije posnamemo« (glej Paik v Perrée 1988: 25).

Odgovornost do dela in do gledalcev je pomembnejša dolžnost kot ostro razmejevanje na film ali video. Ko namreč avtorji imenujejo svoje izdelke, se celo zgodi, da jih označijo kot žanr obojega: video film (taki so v Sloveniji recimo ZANK - Zemira Alajbegovič, Neven Korda ali Ema Kugler). Po pregledu slovenske video produkcije, ki se vzpostavlja kot arhiv DIVA postaje na Zavodu za sodobno umetnost (SCCA), ugotavljam, da je tako poimenovanje zraslo iz kompleksnosti video žanrov, ki se vsi stekajo v en video (dokumentarni, narativni/igrani/fikcijski, eksperimentalni, plesni ali glasbeni). Zaradi »vsega v enem« izdelku se je rodil izraz video film, vzniknil pa je le v Sloveniji, pravi Barbara Borčič, direktorica Zavoda za sodobno umetnost, SCCA in urednica Videodokumenta. Četudi material nima zveze s filmskim trakom, ima pa pripoved in elemente, ki sežejo nad pripovedovanje z uporomo pripovedovanja, se imenuje video film. Ko sem Nevena Kordo, umetnika, ki je nekatere svoje izdelke poimenoval video film, vprašala, kako on vidi razliko med videom in filmom, je odpisal:

Nobene razlike ni, ker gre v obeh primerih za tehnologije »projeciranja« ali »predvajanja« - se pravi imaš nek predmet (filmski kolut, kaset), ki ga moraš nekam projecirati, drugače ga sploh ni. Ena večja razlika, ki jo vidim (pa še ta je samo v enostavnosti postopkov), je na nivoju kontemplativnosti posameznega medija (to je v zvezi z neomejeno možnostjo popravljanja, dodajanja, odvzemanja med postopkom izdelave). Video je neprimerno bolj »kontemplativen«, kot je film (čeprav s celuloidom in kemikalijami v osnovi lahko počneš podobno, a težje). (Neven Korda 2007)

Če pogledamo torej iz »projekcijsko-tehničnega« kota, se zdi, da med razlike filma in videa (še posebej če vzamemo v objektiv eksperimentalni film nasproti eksperimentalnemu videu) ni smiselno preveč posegati, podobnost namesto razlike je v tem, da lahko z enim in drugim raziskuješ. Podobno, kot se zdi danes z znanostjo in umetnostjo, lahko bi ju vzeli za juktaspukcijsko analogijo video vs. film.

2.3.3 Znanost vs. umetnost kot analogija dvojcu: film vs. video

Odgovornost avtorja je lahko tudi ta, da se vprašamo, ali gre pri vizualizacijah - neki ujeti »podobi-gibanja« (Delueze) za nek umetniški ali znanstveni proces, čeprav se zdi to vse bolj prazno razlikovanje. Poglejmo sicer to odgovornost natančneje. V psihološkem smislu gre med umetniškim in znanstvenim ustvarjanjem za razlikovanje zadnje faze ustvarjalnega procesa. V prvi fazi *priprave* se začne zanimanje za določen problem, ki nas postopoma pritegne in se začnemo z njim pozorno ukvarjati. Nato se pogosto zgodi, da problem »obstane«, izrinjen iz zavesti, in nas zaposluje nezavedno. To je faza *inkubacije*, kar pomeni tudi »ležanje na jajcih«. Sledi odločilna faza, faza *iluminacije*. Tu pride do nenadne predstave o rešitvi problema, pogosto v obliki enega ali več doživetij navdiha (inspiracije) ali (po Bühlerju) »aha-doživetja« ali »eureka izkušnje«. Taka izkušnja oziroma doživetje je lahko dokaj kratkotrajen preblisk ali pa več teh, ki se povezujejo s čustveno spremljavo do dosega vrhunca (glej Musek 1993). Ta se lahko zgodi ustvarjalcem filma v fazah scenarija, snemanja in v fazah montaže njihovega »velikega projekta«, medtem ko se to lahko pri videu, kot »asociacijskem potovanju očesa« zgodi na »licu mesta«, med nezavednim spremljanjem podob, ki postanejo zavedne, kamera pa kot Vertovo »mehanično oko« (Štrajn v Popek 1998: 82), »substitut očesa« ali »oko *individere*«, ki vzpostavlja odnos tukaj zdaj, postane »več kot oko«, saj s snemanjem ne more prikriti večvednosti očesa, ki lahko manevrira tudi okoli LCD-ekrana, ta pa ga izdaja v prehodu na izbiro drugega predmeta, ki ga v objektivu prej še ni bilo. »Aha doživetje« se pri video *individere* lahko zgodi med snemanjem, brez predhodne zasnove, pri filmu pa načeloma ne.

»Ko ustvarjamo film, moramo zaupati v to, da smo to zgodnejše delo uporabili dovolj dobro, da se bo vse odvijalo in razkrilo samo od sebe, če bodo igralci

preprosto iskreni v svojih vlogah... Stvar mora biti podobna polju repe, kjer vidiš nekaj malega nad zemljo, toda v bistvu je vsa vsebina pod površjem. Če je scenarij dober, so liki lahko dovolj dvoumni in veš, da bo srce zgodbe kljub temu ostalo. Vsakršno napako v scenariju pa je po začetku snemanja zelo težko popraviti»
(režiser Ken Loach o filmu *Veter ki trese ječmen na straneh Koloseja* 2007).

Skratka, v umetniškem ustvarjanju se z »aha-doživetjem« pogosto pojavi končni rezultat ustvarjanja, ki sicer potrebuje še dokončno realizacijo v montaži³, za znanstveno ustvarjanje pa je zelo pomembna zadnja, faza *preverjanja*, ki vodi v težnjo po preverljivosti, zanesljivosti in verodostojnosti. A kaj pa je danes preverljivo, če se nam enajst dimenzij vesolja in črne luknje razlagajo kot abstraktne teorije? Temu še vedno rečemo znanost; prevedena je v točke in številke zato, da ne bi bila prežeta s čustvi. Po Flusserju se nesmiselnost razlikovanja umetnosti in znanosti veže na pojem informiranja. Izraz namreč vse od industrijske revolucije dalje pomeni vtiskavanje oblik snovem: resnične informacije so bile tiste, katerih forme so bile odkritja, neresnične pa tiste, katerih forme so bile fikcije. To razlikovanje postaja nesmiselno, odkar oblike za nas niso ne odkritja niti fikcije, temveč modeli (enačbe, kalkulacije) obojega. Zgleda, kot da vse umetnostne zvrsti postanejo z digitalizacijo (prevedeno v števila kot numerične reprezentacije⁴) tudi znanstvena področja.

Ob zadregi umetnost-znanost se za hec naslonimo na burnega Buñuela (pobudnika nadrealistične skupine, v kateri sta bila filmska soavtorja tudi Salvador Dali in pa Federico Lorca), ki pravi, da je znanost pretenciozna, analitična in površinska, kajti ne pozna sanj, naključja, smeha in občutij. Pri tem pa umetnost na sprejemnikovi strani kot samopozaba ni nobena vzvišenost. Vsak otrok jo doživi v igri, vsakdo jo doživi, ko pade v kaj drugega: knjigo, film, glasbo, v izdelovanje nečesa ali drugega človeka. Če to pretvorimo na slavno abstrahiranje objekt-subjekt, lahko rečemo, da se v situaciji samopozabe subjekt izgubi v objektu ali pa da sicer »objekti obstajajo le za subjekte in subjeki obstajajo le, če zadenejo ob objekte« (Flusser 2000 :101). Bolje kot objekt ali subjekt pa je sebe dojemati kot *projekt*, kot osnutek (glej Heidigger v Flusser 2000: 100), tisti trenutek, ko se odločimo, da bomo našo vrženost v svet preokrnili in se

³ Faz montaže je po Vertovu šest: 1. montaža med opazovanjem, 2. mentalna organizacija gradiva, 3. montaža med snemanjem, 4. groba montaža z iskanjem manjkajočih posnetkov ali urbanizacija materiala, 5. iskanje montažnih fragmenov, povezovanje, 6. končna montaža.

⁴ glej Manovich v Zadnikar 2005:143

snovalno osvobodili iz nje, »kot projekt alternativnih svetov, katerim ni dano nič, razen možnosti, ki jo moramo še uresničiti« (Flusser 2000: 101). Merilo doživljanja časa in prostora je »moje zanimanje za svet«, pravi Flusser, objektivni kot teleskopi ali video kamere so le možnosti za uresničevanje. Znanost ni vsevedna in nadčloveška, umetnost pa je tudi povsem človeška⁵.

Če bi hotel imenovati skupne značilnosti umetniških in znanstvenih filmov, bi rekel, da so raziskovalni. Le da je raziskovalnost enkrat v funkciji odkrivanja estetske pozicije objekta in opazovalca, drugič pa v funkciji odkrivanja vizualnih informacij v določenem kulturnem okolju... Etnolog na terenu sicer ne ustvarja kulturnega dejanja, prav gotovo pa ga soustvarja s svojo prisotnostjo, še bolj pa s filmskim snemanjem. Največja pa je podobnost... pri analizi vedenja subjektov, odnosov in rezultatov. Tu ne vidim velikih razlik. Zato smo večkrat postavljeni v dilemo, ali morda za umetniški dokumentarec ni značilen enak (ali večji) obseg avtentičnih informacij kot za strokovno raziskovalno gradivo (Križnar v Skrt 1996: 106).

Raziskovanje je skupno tako znanosti kot umetnosti, tako videu kot filmu, tako video umetnosti kot umetniškemu filmu in v tem razporedu naprej, zato se zdi najbolj smiselna poteza ostati s fokusom v raziskovanju.

V okviru današnje vizualne antropologije prevladuje mnenje, da znanstvenega dokumenta sploh ni, ampak je le dokument (film ali vizualni tekst), ki ga vsakokratna metodologija opredeli kot relevanten dokument (glej Križnar v Skrt 1996: 106). O tem bomo govorili, ko bo govora o vizualnih raziskavah – video raziskavah.

⁵ Hegel pravi: “ četudi umetniška dela niso misli in ne pojem, temveč so razvoj pojma iz samega sebe, četudi so neka odtujitev k čutnemu, je vendar moč mislečega duha v tem, da *ne* pojmi *nemara le samega sebe* v svoji lastni formi kot mišljenje, ampak prav v taki meri znova prepozna samega sebe v svoji odsvojitvi k občutenju in čutnosti, da samega sebe dojame v svojem drugem, v tem, ko to, kar je odtujeno, preobrazi v misel in tako privede nazaj k sebi... Mišljenje je bistvo človekovega duha in šele z aktiviranjem dojemajočega mišljenja bo naš duh končno pomirjen, “ le tedaj, ko je vse produkte svoje dejavnosti prežehl tudi z mislijo in jih šele tako resnično osvojil” (Hegel 2003:27).

2.3.4 Čut za realnost je tehnična

2.3.4.1 Tehnična definicija videa, ki se izmuzne televiziji

V opravičilo za prejšnja, dokaj »umetniško« naravnana poglavja, daje naslednje poglavje odgovor na to, zakaj uporabni video svoj obstoj dolguje video umetnosti.

Video je slovarsko definiran kot televizijska slika, produkcija posneta na video trak ali posneta z video opremo in tehnologijo ali kot produkcija slik na video prikazovalnikih. Označen je kot video kasetna ali video trak, še posebno tak, ki kot nosilec hrani filme, glasbene performanse ali televizijske programe. Je okrajšava za glasbeni video ali videospot. Še vedno video povezujejo s televizijo, saj jima je skupen aplikativen medij. »Slike, ki jih ustvarjata tako video kot televizija, so v končni fazi prikazane na svetlečih ekranih« (Perrée 1988: 3), vendar to ni več tako, saj se video z možnostjo digitalnih predvajalnih aparatov seli na kinematografska platna, ki gostijo video kot alternativno ponudbo splošnega filmskega programa, ki pri obisku in gledalcih upada.

Video umetnikom je uspelo video zaznavno za vedno ločiti od televizije, za kar so se trudili vse od njegovega nastanka dalje (Nam June Paik, kot prvi). »Največji poklon televiziji je to, da jo zavračamo« (glej Hanhardt v Perrée 1988: 4). Tako je medij iskal sebi lastne definicije, ki bi se umaknile definicijam, ki jih določajo tehnologija, produkcijska ali projekcijska oprema.

Video je sicer aparat, izdelan za potrebe televizije, ker je na traku mogoče vnaprej programirati oddaje tako, da je oddaje mogoče cenzurirati. »Toda lastnosti videa omogočajo, da ga uporabljamo ne le odvisno od televizije, temveč tudi proti njej in obrnemo namen, s katerim je bil izdelan« (Flusser 2000: 150). Video trak je spomin, kjer so informacije kodirane na način, ki spominja na kodo filmskega traku, le da je filmski trak serija fotografij, ki jih operater z manipulacijo preoblikuje v film, video pa steče, tako kot smo ga posneli, lahko pa ga uporabljamo kot nekakšen pergamentni trak in tako rekoč ponovno pišemo po že napisanem. Na tak način je možno, da nato ni mogoče več izslediti prvotnega konteksta in postane ta prvi nerelevanten, kar napeljuje na spoznavno negotovost, kot kožni palimpsest, kar se lahko oblikuje v neke povsem nove kode.

Film je bil »tehno-slika, projecirana na platno, video pa tehno-slika, ki seva s steklene površine. Predniki filma so jamske stene, hišne stene in uokvirjene slike in fotografije. Predniki videa pa vodna gladina, ogledalo in mikroskop« (Flusser 2000: 153), dodali bi lahko še daljnogled. Vodna gladina in ogledalo mu daje obliko dialoga za osmišljevalno osvoboditev, in to je dialog s samim seboj, ki se sprijema s kapljicami vode ali v odbojni površini zrcala, ki se oblikuje v sliko. Kot Herzogov slap v kapljici, ki bi lahko pomenil svet, pa se Herzog v neposlušnosti do take izjave raje obrne gluh nazaj k slapu. Daljnogled, ki oblikuje sliko v večnem dialogu s samim sabo, s pogledom, ki potuje kot možgansko asociacijsko potovanje pogleda in ki ga je moč kadarkoli spet presneti, mu s tem oddajati in odvzeti bližino, daljino opazovanega predmeta. Pogled nam nudi podporo nadzoru, kontroli, dominaciji in moči ter nas obenem, ko se prepuščamo spektaklu in privlačnemu čaru dobrin, vodi v podrejenost (glej Lüdeking v Belšak, 1996: 41). Taka podrejenost pa je koncentrični krog *individere*. Pri filmu (filmskem traku) je stvar bolj ali manj zabetonirana in privzdignjena nad podrejenost z nekaj manj meta teksti, saj ji diktira režiser, ko postavlja igralce pred tekstovne izzive.

Tudi to je dovolj močan razlog, da video s pričujočim diskurzom, ki je bodisi konstruktiven bodisi nekonstruktiven, postane še kaj drugega kot definicija »po tehnologiji«, da mu poskusimo iskati načine izražanja, ga za hip odrežemo od vsega ustreznega, kar je bil do zdaj tudi film. Samo za hip. V ščemenju čuta za možnost, ki je sistemsko seveda tvegan. Vsaj dokler ne pridemo do digitalnega prefiksa.

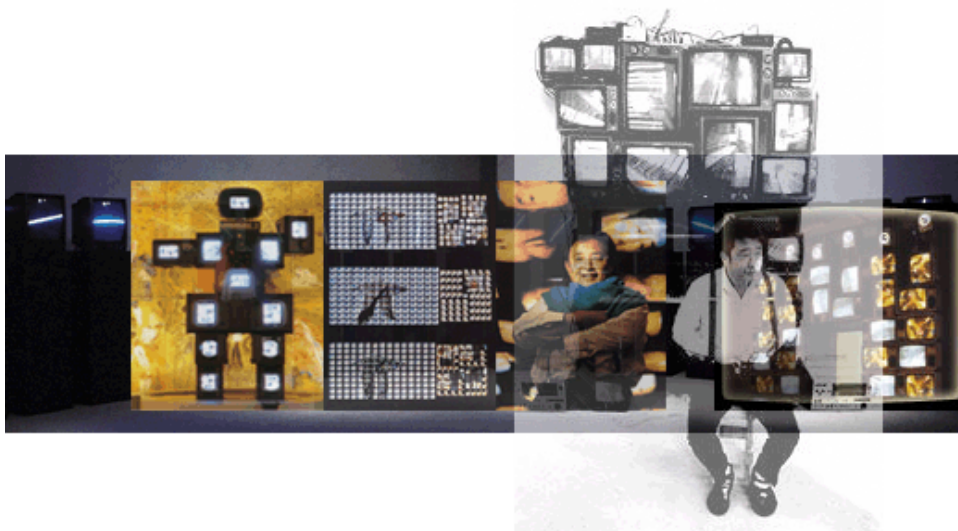
2.3.4.2 Kako se je video uveljavil?

Kadarkoli želimo definicijo videa napasti s tehnične plati, se spotaknemo na video umetnost, zato nam je v prejšnjem poglavju uhajalo tja več pozornosti, kadar je bilo govora o videu na splošno. In umetnost je skozi asociacijski preskok procesa ustvarjanja na nek način ujela znanost. Na tem mestu poudarjam, da se je video (kakršnega poznamo danes v splošnem, ne samo v sferi umetnosti, z efekti in v vsej svoji luči manipulacije realnosti) lahko razvil *šele* z radovednostjo prvih videastov, ki so se (samo)umeščali med umetnike in z njihovim zanimanjem za tehniko in znanost ter nekakšnim naključjem med vsemi temi področji, v »eureka« trenutku Nam June Paika, ki je video začel ustvarjati najprej preko video instalacij. »Nisem krenil z nikakršnim premislekom (nihče do zdaj ni postavil dveh frekvenc na eno mesto) in napravil točno

to, združil vertikalo in horizontalo (in se je pojavila povsem nova stvar), naredil sem napako za napako, kar je na koncu izpadlo pozitivno, in to je vsa zgodba moje življenja« (glej Paik v Belloir v Ristić 1986: 82). Tako je nastal eden od prvih sintetizatorjev video-slike, ki jo je Paik ustvaril skupaj z inženirjem Suya Abeom. Hotel je pravzaprav ustvariti motnje v potovanju elektronov po katodni cevi televizije, s katerim je še pred sintetizatorjem dobil, s preusmerjenim potovanjem elektronov, negativno televizijo. To je bilo leta 1963. Paik je bil »prvi, ki je televizijskemu sistemu pripisal večino osnovnih pojmov teorije informacije in množičnih interpretacij te teorije v domeni eksperimentalne glasbe (elektronske in elektroakustične)« (glej Belloir v Ristić 1986: 83). To je sprožilo prvi studio eksperimentalnega videa, ki čez dve leti postane Nacionalni center za televizijske eksperimente, povezovati se začnejo umetniki in tehnični inženirji (Bruce Howard in Paul Kaufman), pojavljati se začno prve eksperimentalne oddaje z mnogo efekti, v težnji, da se obogati odnos zvoka in slike (oddaja Jazz Images), ki rezultirajo v povsem drugačnem pristopu medija (televizije).

Nekaj tehničnih efektov, ki jih je dala video slika televiziji, je televizija posvojila kot ličila za svojo privlačnost v objemanju množic, nekaj pa jih je, kot tujek, po določenem času, izločila. Izločki so bile megalomanske video instalacije (v en TV sprejemnik niso šle), ki so bodisi opozarjale na način: Zdravo, Vidim te! (Kaprow) ali Odrpi oči! Zapri oči! (Paik), v galerije se je večinoma izločila video umetnost, takrat imenovana eksperimentalni video.

Slika 2.3.4.2.1: Video instalacije Nam June Paika



Vir: Paikstudios 2008

Razlika med filmom in videom (ter televizijo) se je v prvi fazi izražala v sami postavitvi in uporabi materiala za postavitev (recimo več televizij). S tem se loči tudi prostor projekcije: film ima platno in kino, televizija kredenco pred kavčem in video galerije namenjene vizualni umetnosti. Na tak način je video »ušel« televiziji v prostorskem smislu, nato pa še s Sony Portapak video kamero (širše dostopno leta 1967). To sta bila prostor in aparat, kjer so se razvijali posebni učinki, ki jih filmski trak in njegove manipulacije niso zmogli. So ga pa filmski režiserji novega vala, lačni novih načinov in vizualnega raziskovanja (recimo J.L. Godard) izkoristili za TV serije. Prvi tak efekt, ki se zdi danes skorajda samoumeven, je izpisovanje črk preko slike, ne kot podnapisi, temveč kot komunikacija, jezik, ki vstopa direktno v sliko, se tam »izrisuje« in »izbrisuje« ali ponavlja. »Ko so besede tako napisane, izgledajo, kot bi imele avtonomno življenje skozi svoje povezanosti ali izrazite kontradikcije« (glej Belloir v Ristić 1986: 88). Drugi je t.i. »squeeze zoom« efekt, ki ga je razvil Quantel. Z enostavno manipulacijo ene ročke (zdaj bi temu rekli gumb) je mogoče izvrtati sliko v okviru ekrana, jo podvojiti, razmnožiti, jo lansirati s počasnejšim ali hitrejšim zoom efektom, brez uporabe kamere – naknadno v postprodukciji, v zadnjih fazah montažnega procesa. Liki so se s tem osvobodili zakona gravitacije, leteči po ekranu kot meteorji, se duplicirajo in multiplicirajo. S tem se je eksperimentalni video izluščil iz video instalacij, ki so bile vezane na množičnost teh ekranov. Postal je zanimiv za razvijanje elementarnih principov definiranja tehnik elektronske kolorizacije in razvijanje različnih vrst kolorizatorjev, sintisajzerjev in podobno, kar so umetniki večinoma razvijali skupaj z inženirji in tehnologi. Razvili so se štiri osnovne kategorije eksperimentalnega videa: videografska mizanscena (danes bi rekli »keying« ali snemanje na »blue screen«), skladanje slike in zvoka (sinhronizacija), abstrakcija in video montaža, s čimer »se slika ne obrača 'spominu očesa' niti 'fiksne redu identifikacije'« (glej Belloir v Ristić 1986: 91) in tudi količina informacij se ne meri več semantično, temveč na osnovi sprememb v intenzivnosti trajanja. Poleg eksperimentalnega videa so se razvijale video instalacije, konceptualna umetnost in body-art. Umetnostni kritiki so predvsem zagrabili konceptualizem in »občinstvo se je v glavnem opredeljevalo za logične in figurativne montaže, katerih resničnost se je lahko prepoznala« (glej Belloir v Ristić 1986: 91).

2.3.4.3 Kako se je video uveljavil v Sloveniji?

Taki efekti so z digitalizacijo postali dostopni tudi filmu, kar pa zadeva video, v grobem naznanimo, da je to zdaj namesto TV videa računalniški (digitalni) video. Razlika med njima je v barvnem kodiranju (prvi ima YUV barvni prostor, drugi pa RGB). Tehnična razlika med videom in filmom danes pa je z RGB in podobnimi kraticami, postala nepomembna oziroma ima potencial v razlikovanju povsod drugje kot v tehnologiji (po čem vse, glej v prejšnjem poglavju). Videu lahko rečemo video iz spoštovanja do preteklosti, razvoja video umetnikov (ki so botrovali samemu tehnološkemu razvoju in s tem večji dostopnosti videa), ki so skupaj z nekaterimi (maloštevilnimi) teoretiki skušali video postaviti kot avtonomno umetniško prakso. Vedno je sicer manjkalo kritike (ki je pogon za razvoj) in publikacij, javnih obravnav in predstavitev te avtonomije. Trženjska cena je zaradi narave multipliciranja in pa »več originalov« videa ostala nizka. Tako avtonomijo so mu dale nekatere institucije v obliki video festivalov in nekaterih umetniških revij, seveda pa je od države do države odvisno, kako skrbni so pri arhiviranju, v podporah, finančnih in javnih predstavitvah. Če si je video (kot video umetnost) v Sloveniji pridobil avtonomnost znotraj umetnosti, se je to zgodilo predvsem zaradi velike sreče prvih video umetnikov. Večina video umetnikov je delala na televiziji, kjer jim je bila omogočena strojna oprema, televizija jim je tu in tam (predvsem v preteklosti) namenila kakšno TV oddajo (Avtovizija) ali prisostvovala kot so-producent nekaterih ključnih video del. Zavod za sodobno umetnost (SCCA) je pregled videa zbral v kataloški izdaji, skupaj z eseji Videodokument, in si trenutno prizadeva postaviti video e-arhiv. Država se bori s premajhnimi poračuni, da bi tovrstne projekte podpirala, ostali (tuji) razpisi pa so nefleksibilni v obrazcih, in kadar razpisujejo denar za film, tja ne spada video, možno pa je utajiti vse kar je videu različno od filma in zapisati, da je video film, pa tega ne bi niti opazili. Ob prijavi na domač ministrski razpis videofestivala (Električne ovce sanjajo video sanje), ki se je 2007 zgodil s sponzorskimi sredstvi nekaterih večjih podjetij, je država odgovorila, da je »video danes globoko zasidran v splošno umetniško prakso in da je že tako preveč etabliran«, po drugi strani pa nimamo niti ene institucije, ki bi ga samostojno obravnavala, in sicer v razcvetu njegove naravnosti, ko sili iz ustaljenih okvirov umetnosti – v znanost, na strokovna področja, in še posebej tja, kjer je gonilna sila raziskovanje. Vendar je tako tudi s fotografijo, filmom itd.

2.4.3 Uporabe videa in njegove prednosti

V vsakdanji praksi gre tudi za to, da nekatere rabe videa nikoli ne bi izzvenele kot film: tak je video na delu - video dokumentacija: z uporabo videa skozi teleskope, videa v izobraževanju (snemanje treninga, video »naredi si sam«), v zdravstvu (med operacijami, fizične terapije, video eksperimenti v psihiatriji), video v nadziranju (varnostne kamere), video v poslovnem svetu (video prakse multinacionalk, video konference).

Coca – Cola je že konec osemdesetih poleg oglaševanja, vložila dva milijona v uporabo video kaset, za video prikaz tistim, ki pijačo ustekleničijo (kako se, na primer, iz vode odstrani nečistoča), in za tiste, ki jo prodajajo. Preko video trakov so delili nasvete prodajalcem, kako naj izkoristijo razliko med nakupno in prodajno ceno. Video se kot vizualni prikaz mnogokrat dokazuje, ne kot učinkovitejši od kupov natipkanega papirja, temveč kot prispevek, dodana vrednost, ki pisano besedo nadomesti z nekaj več informacijami. Video v dokumentaciji je lahko kar koli. »Prvi sestanek, polaganje kamnov v temelje, raziskovalec na delu, luknje na poti, polja, ki jih je uničila poplava, seminarje o planiranju starševstva, predstave na proslavah« (glej Atencia v Ristić 1986: 30). Avtorica našteva še nekatere uporabe videa, kot so vzpostavljanje kontaktov z lokalnimi oblastmi, zbiranje ljudi (s predhodno posnetim video materialom ljudi, ki jih na »licu mesta ni«), premostitev administrativnih ovir, olajšava kontakta, dvosmerna komunikacija, dokumentacija narodnih običajev, video kot odkrivanje slabosti na delovnem mestu, video kot katalizator itd. To me navdihne, da video, kot tak, različen od filma, teoretično in praktično razširim in raziščem v vizualnih raziskavah, ki se uveljavljajo v trženjskih, medijskih in družbenih raziskavah s svetovanjem.

3. Video v funkciji vizualnega raziskovanja

V naslednjih poglavjih se bo izkazalo, zakaj se je uporabno dvigniti nad tehnološki izvor in razlikovati video od filma. Ko preidemo v raziskovanje, ki zahteva svoj »naročniški« davek, z vlaganjem časa in (tujega) denarja v predmet vizualnega raziskovanja, je dobro da na začetku razjasnimo, kako daleč bomo šli. To se je najprej nanašalo zgolj na fotografijo, ki je že nekaj desetletij del vizualne metodologije, na

snemanje filma ali videa pa zdaj, ko postaja tudi to vse bolj aktualna praksa, ki nadomešča nekatere stare.

Že nekaj let je v veljavi snemanje intervjujev in fokusnih skupin, kot nekakšen »backup« raziskavam, ki se še naslanjajo zgolj na besede – so osnova za pisana poročila z grafičnimi prikazi. Video material služi temu, da obstaja zgolj kot nekakšen dokaz, da se je raziskovanje zares zgodilo ali kot vsebina raziskovalcu, ki ga ni bilo na mestu dogajanja, pa mora pripraviti analizo s citiranjem raziskovalnih subjektov.

Vendarle gre družba v smeri, ko postaja video material edina relevantna (prepričujoča) materija za prikazovanje rezultatov, po drugi strani pa zbiranje podatkov, ki recimo brez te možnosti sploh ne bi obstajalo. Kako bi sicer proučevali na kakšne načine ljudje odpirajo čokolado, medtem ko razlagajo kaj jim čokolada pomeni? Vprašati jih, na kakšen način v čokolado ugriznejo, tudi ne gre.

Video material v raziskovanju včasih vztraja kot dodatek pisanemu besedilu, da si stvari lažje predstavljamo, včasih pa je edina možnost za analizo podatkov – sploh kadar raziskujemo obnašanja, odzive, otroški izraz na obrazu, ob tem ko zajčki umijejo zobke in gredo spat, z začetkom v samoumevnih malenkostih, ki se izkažejo za pomembne družbene vrednote ali odnose do stvari, ljudi in družbe.

3.1 Zakaj sta video ali film »več« v raziskovanju?

»Visability is a trap« (Foucault v Lister in drugi 2003: 99).

»Visual culture is not just a part of everydaylife but »is everyday life« (Mirzoeff v Lister in drugi 2003: 100).

Trženjske, medijske in družbene raziskave so speljane po mnogih metodologijah z vnaprej določenimi cilji in raziskovalnimi problemi. V zadnjem času so se še posebej razmahnile kvalitativne metode in kombinacije oziroma cikli le-teh s kvantitativnimi. V nadaljevanju se bom osredotočila na implementacijo videa kot dodane vrednosti raziskovalnim poročilom, na video kot predstavitev rezultatov in video, kot zbiranje podatkov. Nekatere stvari bo možno brati kot čut za realnost (skozi opisane praktične primere), nekatere bodo ostale kot čut za možnost, kot *zmožnost misliti, kako bi lahko vse »prav zlahka« obstajalo, in ne pripisovati nič več pomena temu, kar že obstaja, kot tistemu, kar še ne obstaja.*

Lahko bi rekli, da je (trženjsko) raziskovanje način komunikacije in analiza njene vsebine. Risbe rohnečega bivola in rezgetajoči konji iz jam Lascauxa so način komunikacije naših prednikov, ki so skozi elemente vizualnega razbirali kode, s katerimi so prenašali informacije. Rezgetajoči – zajahal ga bom, rohneči – pojedel ga bom, če ne, bo on pojedel mene.

Tisk je kode površin in podob zamenjal z linearnimi črkami, abecedo. To obdobje je bilo pretežno sivo, vendarle so se ravno v času linearnih kod razvile klasične metode trženjskega raziskovanja.

Raziskovanje stremi k identifikaciji kod, povezovanju kod ter predelavi podatkov v nove kode. V procesu identifikacije kode obstaja del informacije, ki se je ne da artikulirati ali pa jih ne zmoremo/ ne znamo povedati in del informacije, ki se je ne da zapisati ali pa jih ne zmoremo/ ne znamo zapisati... Video raziskovanje daje vizualne podatke, ki so »vmes«, med »zmoremo in ne zmoremo artikulirati« in ki jih z drugimi metodami ne moremo dobiti.

Koda je sestavljena tudi iz vizualne substance, ljudje pa jo, kot ugotavljajo različne psihološke študije o zaznavanju posameznika, enostavneje in učinkoviteje dekodiramo v kolikor je koda površina oz. podoba, kakor če je koda tekst, sploščen na črke v abecedi. In še nekaj drugega je. Ne pozabimo, vsak izmed nas ima določen primarni čut, skozi katerega se najlažje izraža - vizualni, tonski (zvočen, kinetičen), čustven, slušno prsten (besede) (Woods 2006: 399). Prav zato mora raziskovanje sprejeti nove metode in načine reprezentacij, če ne želi izgubiti številnih pomembnih informacij pri transformaciji iz vizualne v pisno obliko (tekstualnih poročil) in če želi reprezentativne vzorce demokratično širiti tudi na tiste posameznike, ki se najlažje izražajo skozi čut vizualnega. Pri tem gre za vzporedne inovacije na področju kvalitativnih metod in za možnost kvantifikacije (skozi analizo video vsebine) le-teh. Pri tem imamo opravka z vizualno substanco kode, ki je večdimenzionalna ali pa kodo (ki ni vizualna), ki jo lahko razkrinkamo šele s pomočjo vizualnih sredstev.

Z videom optimiziramo izgubo informacij zaradi direktnega prenosa iz slike v sliko namesto iz slike v tekst. Daje možnost ujeti človekovo »multičutno zaznavanje« (glej Belk in drugi 2005: 129): telesni izraz, jezik, dinamiko telesa in emocije, s čimer oskrbi (predvsem) kvalitativno raziskovanje z intuicijo. »Intuicija je ideja ali močan občutek, da je nekaj res, čeprav ne moremo razložiti zakaj, zmožnost, da vemo nekaj s pomočjo občutkov in ne le upoštevajoč dejstva« (Anumita 2006: 4). Taka intuicija se sprošča v

obliki verbalno razlagalnih atomov, ko imamo opravka z ljudmi, ki so nezmožni govoriti ali tega nočejo. Ko jih opazujemo ali ko besede za določene občutke sploh ne obstajajo. Ne gre le za dosego nekih kognitivnih znanj o nečem, temveč tudi za resonantna (odzvočna) znanja o neki izkušnji (glej Sherry and Schouten v Belk in drugi 2005). Na tak način je »mnogo podatkov, ki temeljijo na opazovanju, »ostalo na mizi«, ker ni bilo primernih, zanesljivih in cenovno dostopnih poti za zajeti jih in analizirati, jih zgraditi v raziskovalno teorijo in njene reprezentacije« (glej Belk in drugi 2005: 131). Imamo pa na drugi strani občinstvo, ki se mu z videom omogoča (bolj od pisnega) čutiti, predstavljati si, sočustvovati in prepoznavati človeška stanja ali pa prostor – vpogled v naravno okolje, ki kot kopica stvari iz ozadja vzporedno vztrajajo z opazovanim subjektom in imajo zanj ne samo nek širši (kulturni) okvir, temveč nanj neposredno vplivajo. Video bi prav tako interno pokazal, če so dokazi šibki ali vprašanja revna, če je komu na videu neprijetno ali so dejanja prenapihnjena. Pomaga nam spoznati spraševalce in tiste, ki odgovarjajo. Pomaga dajati občutek tistemu, ki zraven ni bil, in opozarjati na napake tistega, ki je bil. Ni isto, kar ljudje pravijo, da počnejo in kaj dejansko počnejo. Video zajame stvari, ki se jih ne da pripovedovati in »daje v te stvari vpogled, je podoba kot sled sveta in podoba kot izraz medija, ki jo proizvaja« (Belting 2004: 225). Za gledalca to pomeni aktivnejšo udeležbo, saj si lažje predstavlja in del ugotovitev sam interpretira, kar daje raziskavi širino večje objektivnosti.

Video daje raziskovanju še eno možnost. Z njim se je mogoče povsem izogniti interpretaciji, v katero vstopa raziskovalec, ko gledalcu predstavlja rezultate. Video material je v določenih primerih bolje posredovati tak kot je – neobdelan in surov – in za to opcijo se odločimo, ko imamo s predmetom raziskovanja že tako ali tako opravka z mejnimi komunikacijskimi načini izražanja, na primer, ko imamo opravka z več-dimenzionalnimi stimuliji⁶. Če bi bila naša metodologija provokacija subjektov, da iz fotografij tvorijo zgodbo in jo razložijo, bi bilo v tem primeru najbolj smiselno spustiti video posnetek od začetka do konca, brez rezanja in drugega urejevanja. Tako ujet proces krojenja zgodbe z ustrojem posameznikove domišljije ima najbrž pomembne

⁶ Stimuli se uporabljajo pri raziskavah kot pripomoček za lažjo predstavo, kot »kost, v katero se ugrizne« ali kot predmet, ki je iniciator idej, komunikacije, lažjega izpraševanja. Stimuli bi prav lahko bil tudi video, vendar pa je recimo v primerjavi s fotografijo bolj določen, bolj dokončan. Fotografija, kot »en frame videa« se ponuja kot bolj gola inspiracija domišljije, medtem ko video lahko namesto zajemanja osebnih izkušenj subjekta to prikrije s subjektivnim trudom opisovanja, kaj se je tam zgodilo.

točke od začetka do zaključka in je »preveč rahel«, da bi z urejanjem (montažo) naknadno (interpretativno) posegali. Po drugi strani pa obstaja kopica primerov, ko je montaža in poseganje v material nujna – sploh kadar gre za neke bolj izmerljive parametre opazovanja (recimo ugrize v čokolado), ki s ponavljajočimi, najbolj pogostimi ponovitvami postanejo za gledalca dolgočasni in s tem neodgovorni.

3.2 Etnografija, začetki video raziskovanja

Prenesti znanja na področje trženjsko usmerjenih raziskav, pomeni črpati od vizualne sociologije in etnografije. Etnografija je proces ustvarjanja in reprezentacija znanja (o družbi, kulturi, posameznikih), in je tudi izražanje naše zavesti (glej Pink 2007). Kot pravita Hammersley in Atkinson (glej Pink 2007: 22) je etnografija posebna metoda ali skupek teh, ki vpletajo etnografovo prisotnost, odkrito ali prikrito, v vsakdanje življenje ljudi za nekaj časa, z opazovanjem, kaj se bo zgodilo, s poslušanjem kaj pravijo, postavljanjem vprašanj – gre za zbiranje kakršnihkoli podatkov, ki so na voljo, da bi osvetlili raziskovalni problem.

V znanosti antropologije in etnografije je video omogočil premik od »temeljev-besede-in-stavkov v sliko-in-stavke-temelječe antropološke misli« (glej Pink 2007:11). Slike pa nam ni vedno potrebno pretvarjati v besede, že asociacije, ki jim ne moremo dodeliti imen, nam sliko o predmetu raziskovanja poglobijo. Vsakršni poskusi pretvarjanja tovrstnih kod lahko naletijo na frustracije raziskovalca, saj se vsega, kar vidimo ne da razložiti. Zato je video, najprej kot zbiranje podatkov in nato še predstavitev le-teh, lahko sam zase dovolj, in ga zato za širše dojetanje pripovedi kvečjemu oblikujemo v film. Vendar pa praksa vizualne etnografije ni takšna. Večina posnetih stvari se v kopici giga materiala prenaša v besedilo, kaj smo tam videli, uvideli – iz tega nastanejo znanstvene študije, ki imajo še vedno nekakšen primat v pisani besedi, saj se tako miselni tok najbrž lažje artikulira v zahtevnejšo celoto, ki bi lahko postal film, vendar šele v večplastnosti artikulacije, najprej besede, scenarija in v naslednjih razsežnostnih stopnjah velikega projekta.

Narava marketinškega raziskovanja pa je hitra in bliskovita, terja velike odločitve na podlagi majhnih projektov, zato naj video v tej branži vztraja vse bolj kot »slika-in-slike-temelječe raziskovalne misli« in ne več kot »slika-in-stavki-temelječe raziskovalne misli«. Na ta način lahko strnemo bistvo in rezultate v gledljivo celoto, ki precej hitreje

preda sporočilo z vsebino kot tipkano poročilo. Na take kode se še privajamo. »Podobe namesto, da bi svet predstavljale ga zastavljajo, dokler človek ne začne živeti v funkciji podob, ki jih je ustvaril« (Belting 2004: 226). To namiguje na nujnost uporabe podob v vseh plasteh življenja in po drugi strani razmislek k očitku, da naj bi bila je kamera kot taka, moteča za subjekt, ki deluje nenaravno, in za katerega je značilno, da »konzumira podobe in ne več verovanj, kot so jih konzumirale nekdanje družbe: je potemtakem liberalnejši, manj avtentičen a tudi bolj 'zlagan'« (Barthes 1992: 100). Medtem ko se spreminjajo metode komunikacije (skype komunikacija z vključeno web kamero...) se ljudje na te metode adaptiramo, postajamo manj avtentični in bolj zlagani, kamera v vsakem kotu pa nas ne preseneča več. Kot taki pa raje, lažje, več beremo vizualno kot pisno.

3.3 Spotike videa v vizualnem raziskovanju – objektivnost in odgovornost do gledalca

3.3.1 Subjektivnost – objektivnost – projektivnost ali po(s)redne interpretacije

Pri vizualnem, video raziskovanju, se najprej zatakne, kot se mnogokrat zatika, *objektivnost* ob *subjektivnost*. Montaža oziroma urejanje video materiala, z zbiranjem snemalnih kotov, rezanje in ponovno lepljenje koščkov, po nekem novem, nerealnem času, vstavljanje objektov in subjektov, ki v resnici niso obstajali, ne v takem zaporedju, ter vse ostalo, ki se kani zgoditi med ustvarjalnim procesom pripovedovanja zgodbe, vse to je interpretacija raziskovalca (režiserja), montažerja. So mnoge in so manipulativne »resnice«, ki vplivajo na gledalčevo zaznavanje, kjer se nato izzrcali še ena resnica – tista, ki ji vsak izmed nas daje objektiv skozi svoje oči (pripisovanje pomenov občutenj je percepcija). Vizualna raziskava mora biti sprejeta kot pripovedovanje zgodbe. Če je taka, je filmska. Na to se je Wim Wenders spotikal v filmu *Zgodba iz Lizbone* (*Lisbon Story* 1994). V času, ko je video postajal dostopnejši in ko bi lahko vsakdo posnel svoj film – svojo resnico, si Wendersov lik kot režiser vrže kamero čez hrbet, da bo takole še najbolj objektivno posnel mesto, brez vpliva lastnih asociacij v objektivu. Prijatelj, sodelavec za zvok, ki režiserja s kamero, vrženo čez hrbet skozi ves film nezainteresirano a vztrajno išče, mu v vrhu pripovedi poda lekcijo, da naj vendarle ne bo star norec – saj je za način, s katerim podajaš zgodbo, za sporočilo zgodbe najpomembnejši prav on; »kako« je važno in ne le »kaj« ali če je to objektivno

oziroma subjektivno. Nihče ne bo gledal tega, kar gleda hrbet, pet ali več ur, če pa to kasneje razrežeš, je nekako montaža izpostavljena subjektivni preizkušnji. Šele ko mu dodaš montažo postane film gledljiva celota, in ne gre drugače. Iz tega izhaja tukajšnja druga spotika, ki ima večji pomen od objektivnosti in se pravzaprav nanaša na *projektivnost* (glej prvo poglavje) z *vso odgovornostjo do gledalca*. »Neutralna podoba ne obstaja: video etnograf je večkrat bližje temu, da postane umetnik in pripovedovalec zgodbe« ugotavljata Chatman 1980, Lothe 2000 (glej Belk in drugi 2005: 139) ali pa se takemu pripovedovanju z načinom podajanja vsebine upre z odsotnostjo pripovedovanja, s podajanjem odzivov, občutij, ekspresivnih koščkov, ki tvorijo sporočilo neke druge celote – videa, ki pa v tem obziru prevzema odgovornost, da bodo nove kode razumljene še komu drugemu kot samo avtorju.

»Realnost je subjektivna in priznana le kot izkušnja posameznikov. Z osredotočanjem se na etnografsko znanje o posameznikovih izkušnjah produkcije realnosti, z intersubjektivnostjo raziskovalca in njegovega raziskovalnega konteksta, lahko pridemo bližje razumevanju svetov, v katerih živijo posamezniki« (glej Pink 2007: 24). Seveda gre za »realnost iz druge roke« in za problematično predpostavko, ali je res realnost to, kar vidimo, opazimo in prepoznamo na videu, po drugi strani pa je taka realnost velikokrat, vse kar imamo. Glede na to, da so raziskovalci (etnografi, antropologi, raziskovalci trga) vselej tudi člani družbe, v kateri nastaja vizualni material, tisti, ki reflektivno presojajo in »po svoje« kombinirajo vizualni material, je bolje, da se jih sprejme kot raziskovalce *individere* – kot nevidne enote, ki vztrajajo kot delčki celote. Četudi nam izkušnja s filmom tu in tam pravi, da smo dojeli več, kot je bilo povedano. Pri tem gre za čarovnijo: prostorček med ustvarjalcem in gledalcem, za brezno, ki dokončuje največja spoznanja.

3.3.2 Vrzeli v odgovornosti do gledalca

»Med pasivno zaznavo motiva in njegovo aktivno konstrukcijo se vzpostavljajo za uporabnika nova razmerja, ki video opredeljujejo kot medij domišljije«
(Beltnig 2004: 95).

Poleg odgovornosti do sporočila moramo prevzeti tudi odgovornost do gledalca. To ne pomeni, da si gledalca skušamo zamisliti in se mu prilagajati. Režemo in lepimo vselej v odgovornosti do svojega ustvarjalnega procesa – tako, kot bi sami želeli, da nam podajajo drugi: zanimivo se mora zdeti najprej meni, da ima sploh kakršen koli

potencial. V video raziskovanju je nekaj na tem, da daje forma prednost vsebini, da se včasih zgodi slika v objektivu, skregana z vsemi pravili kompozicije, v teku za informacijo, ki bo nato povezala delo v celoto. Kamera, naslonjena na komolec preko dlani v tresočem se avtu, kjer šofer razlaga o vstopu Telekoma na Kosovo, hude luknje na cesti, take da kamera kar poplesuje od stropa preko šipe do vetrobranskega ogledala, brez posluha za estetiko, brez drugačnega ritma, kot ga ima posluh za luknje na cesti. Važneje je, kaj bo šofer povedal. Vselej imamo na izbiro, da zvok podložimo z drugim materialom. Lahko pa estetiko nadomestimo s poudarjenimi premiki kamere, ki so osredotočeni na luknje v cesti, zato, da jih kasneje nazorneje prikažemo. Takšne luknje so koristne luknjice, ki jim v svetu filmske teorije in filozofije filma rečemo vrzeli.

»Brezhibne zgodbe, ki funkcionirajo absolutno brez napake, imajo eno veliko napako: gledalca odvrtaajo od tega, da bi vanje dejavno posegel« (Kiarostami v Pelko 2001: 5) ali pa »Samo filmi z vrzelmi med podobami pripovedujejo zgodbe, o tem sem prepričan. Tisti drugi filmi, zaprti sistemi, se samo pretvarjajo, da pripovedujejo zgodbe« (Wenders v Pelko 2001: 46). Vrzeli so lahko vsebinske, na koncu ali vmes, in pa formalne, kot izrazna sredstva. »Pillow-shot« je recimo svojevrsten vmesnik med dvema kadroma, ki zmehta prehod med enim in drugim. Lahko je čisto navaden mir, uprizarja lahko prazen prostor, naravo, predmetnost, karkoli. Bistveno je, da šele na podlagi teh mrtvih, negibnih časov vzpostavi časovni horizont podobe-gibanja (glej Wenders v Pelko 2001). V vizualni raziskavi Call K for Kosovo (glej Priloga 1) se »pillow shot« pojavi v trenutku, ko iz mobilnih aparatov v sliki (sicer slišimo »diktafonski« zvok o tem, kaj se je raziskovalka pogovarjala s trgovcem mobilnih telefonov malo prej), preskočimo na glavnega raziskovalca, ki na bazarju kupuje volnene copate in baranta. Zvočni zapis se zaključi z nasvetom, naj naslednjič, ko bo dobila v odgovor kaj podobnega, vpraša, če je to njegovo mnenje ali tako po njegovem mnenju misli večina, da se izjava na nek način generalizira. Če bi »pillow shot« razumeli zgolj kot uprizoritev tistega, o čemer govori tekst, zgrešimo osnovno poanto. Posnetek barantanja za volnene copate nas opozarja na to, da hkrati z dogajanjem, ki smo mu priča, vztraja še cela serija drugih podob, ki jih sicer lahko razumemo kot komentar ali kontekst našemu dogajanju, a so še vse kaj drugega kot to. So drobci sočasnosti, zaradi katerih začutimo čas kot tak, čas v prvi osebi. Taka vrzel dodaja vrednost kot neka prisproda kosovskega stanja prodaje mobilne telefonije (telefone se kupuje predvsem na ulici, na tržnici in pri privatnih prodajalcih), »odpočije nam oči« od

telefonov, četudi to drugi primer »pillow shota«, ki je usmerjen prav v telefone, v istem videu še bolj poudari ravno s telefoni. Gre za kader tik pred tem, ko predvsem zaradi želje avtorja, zaradi zbranosti na zvok, spremljamo napol abstraktne posnetke telefonov v vitrini – na desni uhaja v sliko mufast ovratnik jakne in malo las, vmes je vrzel, ko vidimo proti tlem in na levi zelo počasi potujemo preko telefonskih form od vitrine do vitrine. Učinek je preskok pozornosti na zvok namesto slike, ki se poudari kot sočasno vztrajanje zvočne podobe.

Kot »snemati kozarec: samo osvetliti ga, je brez pravega pomena, temu kozarcu se mora nekaj zgoditi: morda ga nekdo prime, se mu izmuzne iz rok. [...] Njegovo izgonitje bo, paradoksalno, dalo občutek njegovega obstoja«

(Labarthe v Villain 2000:51).

Izmenjava, ki poteka skozi vrzeli, izzove na drugem koncu komunikacije začetek interpretacije našega »komu«. Zev je vselej mogoče zapolniti in ta zapolnitev je lahko »fetišistična, se pravi fascinacija s pogledom ali pa esteticistična, se pravi literarna, to je tista logicistično induktivna zapolnitev« (Močnik 1993:119). To izzove najprej neko »intelektualno frustracijo« (Močnik 1993), ki je prva stopnja interpretacije. Če gledam neke nerazumljive posnetke ali praznino (vrzeli), ob tem začutim nekaj nerazumljivega in bom (zaradi nerazumevanja teh kod) gledal »preveč« kot vidim. Taka situacija bo nekaj časa nevzdržna, vse dokler se ne bo proizvedel koncept tega, kar vidim (čutim), in s konceptom interpretacija, ki poteka bodisi od frustracije h konceptualizaciji in se konča v fascinaciji, bodisi se začne s fascinacijo, nadaljuje s konceptualizacijo in se konča s konceptom. Pravo mero vrzeli gledalci prepoznajo kot dober spojek gibajočih podob, ni pa mnogo ustvarjalcev, ki bi zaznali točno tisto pravo mero za vrzeli.

Stopiti pregloboko v vrzelske razpoke na račun estetike ali umetniške vrednosti pri vizualnem raziskovanju, ko je cilj prikazati glavne ugotovitve raziskovalnega problema in sporočilo, zna biti zavajajoče in nepotrebno frustracijsko. Zelo olajševalno je, da vemo, kdo je pravzaprav ciljna publika in kaj ji moram povedati, »kako« pa ostaja v mejah, ki se na robovih lahko zgolj zasvetijo eksperimentalno, mora pa se ta eksperimentalnost prijeti metodologije, poiskati opravičilo v načinih snemanja in podajanja vsebine, da bodo v rezultatu dobili neprisiljen izraz snemanega in v

predstavitvi rezultatov vrzel, ki ne spominja na panorame redkobesednih kadrov azijskega filma. Call K for Kosovo se recimo začne na videz zelo eksperimentalno, saj je prva slika, ki stopi pred, nas aerobična vaja dveh žensk v oprijetih pajkicah, ki skačeta v ritmu ena in dva. Sledi pevec skupine Red Hot Chili Papers, župnik pa Tom in Jerry. Vrzel z začetka, ki pripravi gledalca na tišino (lahko bi bil rudi rjoveči lev ali druga uvodna produkcijska špica, predfilmi), še posebej zato, ker gledalec videa o telekominukacijah na Kosovem ne bo gledal v temi kina, ampak v sejni sobi ali na osebem računalniku, sam. Na videz tak preskakovalni začetek deluje zelo abstaktno, saj je pol slike prečrtane s trakom sence, ki se ustvari kot stranski učinek, kadar z video kamero snemamo v televizijo. Posnetki »preklapanja« med programi napovedo prekop v drugo kulturno okolje, dajejo nam vpogled v to, da je tam televizijska programska bera precej podobna naši TV shemi, da prejmejo podobne vsebine in ne tako tuje. Po drugi strani pa je »spoznavanje z medijsko kulturo Kosova« postavljeno v uvodno špico predstavitve vizualne raziskave, ker so bili to tudi prvi posnetki raziskovalca, prvič na tak način rokovanega s kamero, poslanega tja kot raziskovalca trga, kot raziskovalca potenciala novega mobilnega operaterja. Navidezno umetniški dodatek, ki tvori špico, ima torej opravičila v vsaj dveh funkcijah, poleg tega pa ostaja na oko vrzel, v funkciji priprave na začetek recepcije.

3.4 Pristopi videa v vizualnem raziskovanju

Pri vizualnem, video raziskovanju se odločamo med »objektivnim« in »kreativnim« videom (glej Pink 2007: 97). Pri »objektivnem« videu so kamere postavljene v vsakega od štirih kotov in nepremično ždijo nad dogajanjem. Dobimo statične posnetke, ki največkrat izdajajo stanje naših tehnoloških muh (kamer) na steni, saj je statika tista, ki prisili gledalca, da opazuje vse vidike videa: tehničnega, estetskega, vsebinskega in po določenem času lahko gledalec dogajanje zgolj še posluša, saj je slika predvidljiva. Objektivni video je uporaben, kadar bi bil snemalec zares odveč ali kadar mu naknadno dodajamo vizualni material, ki podpira določene trditve, od tu pa obdržimo kvečjemu zvok, ki ga nato tu in tam kombiniramo s sliko. Bolj pomembno je pri video raziskovanju raziskati možnosti »kreativnega« zbiranja vizualnih podatkov, saj ima ta večji potencial, da postane za gledalca zanimiv: iti k posamezniku bližje in na lokacije, kjer te ne pričakuje. Obe rabi videa, ki ju lahko tudi kombiniramo, imata več zornih kotov – izvedbeni, interpretativni, predvajalni.

Druga dimenzija rabe videa pa se nanaša na cilj – ali je to video, ki bo zgolj v funkciji predstavitve rezultatov, z vizualnim kot dopolnitvijo, ki daje občutek za celoto ali vtise iz zbiranja podatkov oziroma video, kot edini možen način, da se prebijemo do rezultatov, ki jih sicer ne bi imeli – torej video, kot zbiranje podatkov.

3.4.1 Objektivni ali statični pristop

Prednost objektivnega načina snemanja je enostavna namestitev snemalne opreme – statične kamere, pri čemer vmes le zamenjamo trak (minidv kaseto), kadar je to potrebno. S takim načinom videa se izognemo tudi vsem spotikam, ki bi lahko bile sporne – neprijetnostim in nerodnostim subjekta pred kamero pred tem, da je vizualno obeležen, na kar pa ga je potrebno opozoriti, še posebej takrat, ko so kamere nameščene tako, da so čim manj opazne. Obe prednosti se nanašata na izvedbo. Na drugem koncu imamo interpretacijo. Statični način videa omogoča možnost nevmešavanja raziskovalca v material, saj ga lahko ponudimo brez poseganja montaže v ta material – kot surov material, na katerega ni morebitnega vpliva niti med snemanjem. Vendar pa tako dobimo izdelek, ki je predolg, razvlečen in s tem neodgovoren do gledalca, vendarle vselej razpoložljiv za vsebinsko (avto)analizo vsakega posameznika kot gledalca. Če bi hoteli kljub vsemu zaključke raziskave strniti na nekaj najpomembnejših prizorov v krajši video pa je težava v organizaciji materiala, saj moramo vsega pregledati in ga urediti, kar pa je pri statičnih kamerah, ki snemajo brez, da bi se same odločile česa vmes ne potrebujejo, dolgo in mučeniško delo za raziskovalca. Če gre pri predmetu raziskovanja le za delček situacije, ki bi jo radi posneli, je bolje, da si umislimo tako napravo, kjer bomo iz druge sobe lahko izbirali začetke in konce situacije, ki jo posnamemo in si tako v osnovi prihranimo čas za organizacijo materiala.

3.4.2 Kreativni ali dinamični pristop

Kreativni ali dinamični pristop ima več prednosti v interpretaciji, kot izvedbi, saj je ta precej kompleksna. Ker že med snemanjem izbiramo kaj bomo in kaj ne bomo posneli, se v fazi snemanja izvaja že prva faza montaže, kar za organizacijo materiala pomeni prednost, ki jo nadziramo. Druga prednost je bolj raznolik material, vezan tako na

dinamiko in gibanje kadrov, kot možnost, da ujamemo stvari, tako kot jih vidimo, da je material pravzaprav naš (refleksiven) pogled na svet. S tem preskokom (ko se raziskovalec sprejme kot *individere* in kot pripovedovalec iz kraja dogajanja, kjer je bil samo on, dobimo seveda znanosti na splošno sovražen - subjektivni pogled, ki pa gledalca lažje usmerja in mu svetuje, kadar gre za specifičnega naročnika. Da se izognemo enostranskemu pogledu na stvari sta lahko snemalec in montažer dve različni osebi, ki pa morata imeti vpogled v delo en drugega. Ko imamo v roki kamero, v glavi pa postulat sistemske teorije tveganja (mnogo selekcij, kaj bomo posneli, pa je odločitev tvegana in ne nujno najboljša) je dobro, da je cilj raziskave, vsaj okvirno natančno določen. Zgodi se sicer, da se z odločitvijo snemanja raziskovalnega subjekta v naprej odpovemo parametrom, ki jih bomo kasneje merili, preprosto zato, ker ne moremo vsega predvideti. Šele ko kasneje spremljaš sto ljudi, ki odpirajo in si mašijo usta s čokolado, je mogoče določiti, kaj vse so načini odpiranja embalaže ali mlaskanja po lepljivi masi. Po drugi strani je pri tem pristopu lahko vprašljiva kamera, kot podaljšek opazovalca, ki je na kraju prisoten in lahko da moteč. Tu se ponuja več možnosti, ki so zelo tehničnega tipa: uporaba daljinca, zato da subjekt na kamero lažje pozabi, saj je lažje spregledati negiben kos kovine, kot človeka, ki škrta s približevanjem objektivu, pritiska na gumb, vrti objektiv in gleda proti tistemu, ki ga snema. Kako lahko kamero pravzaprav obrnemo v svojo korist pa nekoliko kasneje.

3.4.3 Pristopi znotraj statičnega in dinamičnega videa

Spodnja kategorizacija rabe videa v trženjskem raziskovanju je povzeta po Belk in drugi je dopolnjena s prakso nekaterih primerov, ki v besedilo že nekaj časa pred tem vstopajo za voljo lažje predstavljalnosti. Spodaj obravnavani pristopi vstopajo v že uveljavljeno metodologijo, značilno za kvalitativno raziskovanje. Razširjeni so na možnosti vizualnega raziskovanja z videom, ob vsakem izmed njih vztrajajo prednosti in slabosti rabe snemanja med zbiranjem podatkov.

Posamični (individualni) in skupinski intervjuji (fokusne skupine) se lahko posnamejo z večimi, v različne kote nameščenimi video kamerami, na katere pa udeležence predhodno opozorimo, vendar pa niso neposredno opazne in moteče. Če bi želeli tak material posneti »iz roke«, je najbolje, da to storimo skozi primerno

opremljeno sobo, ki jo sestavljata dve sobi, ločeni s steklom na eni in ogledalom na drugi strani. Posnetke lahko kombiniramo s prednastavljenimi kamerami - statičnimi posnetki in tako dobimo raznolik vizualni material, ki ga lahko kombiniramo z glavnimi ugotovitvami. Prednost, ki ga ima vizualno pred opazovano zapisanim, je zajetje telesne govorice, najpogosteje cenjene kot vsaj tako pomembne komunikacije kot je govorni jezik. Neposreden, gibljiv (kinetičen) izraz telesa lahko recimo posnamemo pri tri leta starih otrocih, ki so na testiranju okusa novega jogurta, pa se oralno težko izrazijo, ker se ne znajo, ali recimo pri odraslih, ki kadijo cigarete (podzavestna razvada) in povedo z gibi ugašanja cigaret v pepelnik ali pihanjem dima več segmentacijsko značilnega, kot, bi odgovorili na vprašanje, ki ga je morebiti celo nemogoče zastaviti.

Naturalistično opazovanje (z udeležbo ali brez udeležbe) nam omogoča, da dobimo tisto, kar ljudje počnejo namesto tega, kar rečejo, da počnejo. S tem lahko raziskujemo posamične potrošniške fenomene. Belk je na tak način (s skrivaj udeležbo in kamero kot daljnogledom vsemogočne funkcije »zum«) leta 2004 opazoval mednarodne turiste, kako snemajo turistične fotografije in gibljive posnetke. Pomešal se je med množico turistov, kot še »en turist« in raziskoval, kam vse usmerjajo svoje objektivne in kako. Možnost, ki jo ponuja posneto opazovanje je prednost, ki jo lahko uporabimo kot metodo longitudinalnih študij, da čez določen čas posnetim pokažemo tak vizualni material in raziskavo nadgradimo z njihovimi komentarji samih sebe: poglobljenimi vprašanji, njihovimi opravičili, ki vzniknejo v točno določenih momentih tega materiala in nakazujejo vstop dodatne pojasnjelavnosti, ki se zdi njim nujna, ta pa je lahko pomemben zaznamek k opazovanemu problemu, saj je vzniknila z opazovanjem samega sebe in ne s postavljanjem vprašanj »tujega porekla«. V opazovanju z udeležbo je potrebno potrpežljivo vzpostaviti kamero kot del naravnega okolja in steptati negotovost oziroma nerodnost, nervozo, nelagodnost tistega, ki ga snemamo. To lahko storimo s tehnikami, da bodisi postavimo kamero na stojalo in nekoliko oddaljena počasi postane pozabljena bodisi kamero predstavimo opazovanemu tako, da izmenično snemamo drug drugega, da LCD-zaslon obrnemo tako, da se tudi sam vidi, da dosledno uporabljamo LCD-zaslon (četudi za ceno baterije), kajti čez njega lažje vzpostavljamo kontakt »na štiri oči«, s koticom očesa pa tu in tam preverimo, da je slika jasna in kolikor toliko upošteva pravila kompozicije in zanimivega kadra. Opazovanemu lahko na tem mestu pokažemo, kaj smo do sedaj posneli, druga kamera (na stojalu) pa snema reakcije opazovanja samega sebe. Kamero lahko izkoristimo tudi za tematske

projekcijske tehnike in v potek raziskovanja vključimo igre, kjer kamera zares pride do svojega naravnega izraza: kako bi se predstavil, če bi čez noč postal slavna zvezda, ker si izumil prav poseben kavni mlinček ali milne mehurčke. Kamera tedaj postane sredstvo, ki situacijo oplemeniti z realnostjo. Tako bi lahko raziskovali podobo filmskih igralcev, režiserjev, manekenk, voditeljev, politikov, varnostnikov, delavcev za trakom, potrošnika, ki se preoblači v trgovini za zaveso, in vseh, ki so tako ali drugače izpostavljeni kameram. Pri rekrutaciji izbranih/opazovanih ljudi je najbrž pomembno, da se ne najaviš »domov«, ker bi rad raziskoval, temveč da pred tem raziščeš njegovo »naravno« okolje in se najaviš tja, kamor je za ta trenutek bil sam namenjen. Primer, ki ga navaja Pink, je v središče zanimanja vzel virus HIV, z raziskovanjem okuženih mater, da bi skupaj z njimi posneli video dokument, ki je namenjen potomcem, ko bo njih pogoltnil virus. Koncept »večnih mater« je služil kot okvir, kot študija interaktivnega vidika pogledov materinstva in pomembnost grozeče materinske smrti od stigmatizirane bolezni« (glej Barnes in drugi v Pink 2007:110). Vizualni etnografi na ta način delujejo v okolju, kjer je moč odnosov silovito kompleksna.

Avtobiografska ali avtovideografska tehnika ali samo-etnografija nam pomaga razumeti situacijo z razgledne točke posameznika ali skupine, ki jo opazujemo. Že 1985 je Rook uveljavil domači film in video in sicer v študijah praznovanja božiča na vzorcu poročevalcev, s katerimi je prišel bližje k razumevanju vedenj v povezavi s praznovanjem, ritualov darovanja, počitniškega dekorja, poedin. Sammy Bonsu je na tak način prišel do posnetkov pogreba v neki ganski skupnosti, do katere drugače ne bi nikoli prišel, ne bi vedel niti kako o njem spraševati in vstopati v detajle. Projekcijsko tehniko, ki je sicer uveljavljena kot metoda trženjskega raziskovanja, pisanje dnevnika, zamenjamo z materialom, ki je bogatejši za sliko in gibanje. Morebiti celo kolaž, ki je prav tako ena izmed priljubljenih kvalitativnih metod, s to razliko, da namesto fotografij vmeščamo, razvrščamo, grupiramo kratke video inserte, t.i. klipe.

Po avtobiografski oziroma avtovideografski material verjetno ne moremo kar zdeskati po spletnem portalu, kakršen je You Tube, ali pa tudi, vendar se tam nalaga kopica materiala, ki bi rada bila »nekaj posebnega« (smešnega, zanimivega, znanstvenega, lepega...), za raziskovanje pa je pomemben prav tako »neposebni material«, ki ga bomo sicer, z razliko od drugih metod snemanega raziskovanja dobili na bolj spontan in vedenjsko samo-usmerjen način, ki kaže, kaj je opazovanemu pomembno v nekem dokaj naravnem okolju.

Kombinacijo samo-etnografije in pol-diskretnosti sta leta 2004 preizkušala Brodin in Ritson z uporabo tehnologije »slike v sliki«, medtem ko opazovani gleda televizijo in istočasno vsebine, ki jih iz televizije sprejema. Ena kamera je usmerjena v gledalca-opazovanega, drugo opravlja funkcija videorekorderja oziroma elektronske tehnologije sodobnejšega duha. Ugotavljata, da so med raziskovanjem opazovani pozabljali na snemanje in se zato zelo intimno vedli pred kamero. Takšna metoda ponuja neprecenljivo perspektivo muhe na steni v masovni medijski potrošnji v naravnih okoliščinah, vendar se spotika na etične kamne, s tem ko je sama kot nadzorovani snemalni kamen, ki ga na željo opazovanega ne moreš v trenutku ugasniti, ko bi on tako želel, navsezadnje pa največkrat celo pozabiš, da je sploh prisotna, ker ne spada v komplet s človekom-snemalcem (ki je neprisoten). Omejitev take tehnike je statičen kader, ki ima meje v točkah dosega in pa tehnologija, ki spremlja samo določene (sprejemniške) vsebine, pri katerih je gledalec v sprejemanju vsebin dokaj pasiven.

Interaktivni video in računalniško-vmesniška komunikacija z uporabo spletne (web) kamere ponuja vpogled v aktivnejši subjekt, ki kramlja po forumih, blog-ih. Vsebine, ki jih spremlja, in med katerimi preskakuje, je možno zabeležiti s pomočjo »screencam« programov, ki ponujajo snemanje tega, kar se dogaja na zaslonu. Za to obstaja kar nekaj brezplačnih programov, vse do visoko izpopolnjenih (za obdelavo v postprodukciji), ki sežejo v komplet Adobea. Medtem je lahko spletna kamera usmerjena iz zaslona navzven, kjer spremljamo stanovanjsko, službeno, fiksno opremo opazovanega, in tisto, ki se izmenjuje (kaj medtem jé), kakšno glasbo pri tem poslušata in kako je oblečen, kakšna je njegova računalniška oprema in kaj od tega najpogosteje uporablja. Taka metoda z razliko od prejšnje ponuja predvsem vpogled v aktivnega udeleženca, ki interaktivno vstopa v svet, v katerem je tako oddajnik kot sprejemnik, vmesnik.

Samo-predstavitve vizualnih podatkov s posameznikovih osebnih spletnih strani in blog-ov so prav tako bogat vir raziskovanja, ki ponuja predvsem podatke o tem, kakšni bi si ti posamezniki še posebej želeli biti, samopredstavitveno. Na SiOL-ovem portalu je 3.110 blogerjev (glej Batagelj in Vukčević 2007: 4), 8% Američanov ima svoj blog, medtem ko MySpace šteje 100 milijonov obiskovalcev (meril Pete Cashmore, 9.8.2006

ob 5:37 PM PDT), prav toliko videov se doseže v enem dnevu na You Tube-u (meril Pete Cashmore, 17.7.2006, ob 5:33 AM PDT).

Nekaj prednosti je sovpadlo k opisom posameznih metod, nekaj se jih izvije, ko se skušamo izogniti slabostim, glavna prednost pa se nanaša na Show in Andersonovo (glej Belk in drugi 2005) in razlikovanje dveh osnovnih poti: ali izbrati perspektivo o akciji (ko ljudje govorijo o svojem obnašanju) ali perspektivo v akciji (zabeleženo obnašanje namesto sodbe o obnašanju). V izogib etičnim spotikam je treba situacije položiti na moralno tehtnico, pri tem pa obstaja vprašanje, kaj je bolj etično, to, da raziskuješ brez vizualnega dokaza in kot raziskovalec zaključuješ svojo zgodbo na podlagi tega, kar si videl ali slišal zgolj »ti« ali pa so tvoji zaključki del zaključene vizualne celote podob, kot asociacijsko potovanje nevidne enote (*individere*), predloženim brez sramu pred nemočjo doseganja objektivnosti in pa lastne nevpletenosti, na ogled in sodbo večim. Vedno imamo dve možnosti, podati video material, kot skupek bistva raziskave z odprtimi/interpretativnimi zaključki, ki jih tvori gledalec sam ali pa z montažo povzeti raziskovalčeve zaključke, ki brez vrzeli delujejo sicer brezhbno in strokovno, vendar so kot taki, hitreje pozabljivi (ker gledalec ni bil aktivno vključen v proces interpretacije) in zato manj vplivni. Vso težo odgovornosti ima sporočilo in kako se to sporočilo »usede« v gledalca. Gre za odgovornost analize vizualnih dokazov, ki so kontekstualno kompletni in organizirani v vrstni red, vendar dopuščajo vsaj nekaj (če že ne vse) odprtih poti za lastno interpretacijo (kadar je situacija enostavnejša). Kadar pa se raziskovalec prebije do spoznanj, za katere čuti, da je do njih prišel skozi kompleksnejši proces (širši kontekst raziskave), je odgovorno da ta spoznanja predloži v videu, kot zanesljive možnosti, v katere je mogoče verjeti. Pri tem se je uporabno zgledovati po filmu, filmskim elementom, ki jih je možno spoznati tako preko teorije o filmu, kot prakse skozi pretoke filmskih zgodb, ki smo jih že spoznavali.

3.5. Procesi dela pri raziskovanju z videom ali filmom

Od kar se svet razpenja na tnalno racionalizacije, je vsekakor pametno tu in tam zaiti v alineje, ki služijo kot vodilo pri pripravi na projekt in njegovi izvedbi. V prejšnjih poglavjih je bilo mogoče prebrati, kako se video in film razlikujeta tam, od koder izhajata – v video umetnosti in kako se od tam selita na področja vsakdanje (strokovne kot osebne) uporabe. Če temeljni razliki diferenciacije tičita v izvedbi in branju

izvedenega, je na področju vizualnega raziskovanja temu prav tako. Za lažjo predstavitev bo tokrat proces dihal bolj strukturirane atome, ki kot točke faze (najprej video, nato film) oblikujejo v končni izdelek.

3.5.1 Tako gre to - pri raziskovalnem videu

Glavna razlika videa in filma v raziskavah je, najprej v semantiki uporabe pojmov, ki temelji na tem, da je video bližje funkciji zbiranja podatkov, film pa bližje predstavitvi (dopolnitvi/lažji predstavljenosti) raziskovalnih spoznanj. Pri videu gre tako za raziskovalni video, pri filmu pa za film o raziskovanju/raziskavi.

3.5.1.1 Izvedba video raziskave

Pred vsako raziskavo smo vajeni na nekakšno predpripravo in pripravo, v (trženjskem, medijskem, družbenem) raziskovanju se to zgodi največkrat v obliki priprave »ponudbe« naročniku, ki za raziskovalca pomeni konceptualni pogled na predstavljeno situacijo – služi lahko kot »scenarij«, v katerem izberemo metodologijo, pristope in prav tako odločitev, ali bo končni izdelek video ali film. Temu sledi snemanje s pripravo na snemanje.

3.5.1.1.1 Snemanje

Pri pripravi na snemanje je ključnega pomena, da razmislimo, kako je tehnično možno predmet raziskovanja osvetliti – prednost dajemo odločitvi glede pristopa (statičnega ali dinamičnega) videa in se s tem prilagodimo širšemu okviru raziskave – metodologiji kvalitativnega raziskovanja. Znotraj tega določimo kaj in kako bomo posneli, oboje pa je možno v kasnejših fazah montaže dopolniti.

- Če bomo snemali posameznika, je potrebno z njim **vzpostaviti socialni stik**, mu razložiti zakaj pri snemanju/raziskavi gre in zakaj je za to potrebna kamera. Snemati začnemo še preden gre čisto zares, zato, da zagotovimo primerne tehnične parametre kamere, četudi se »vsebina« še ni začela. Oseba naj se najprej predstavi. Pri tem kar nekaj časa vztrajamo. Povemo, recimo, tudi kaj o sebi.
- **Uporaba stojala za kamere** (priporočljivo na začetku, da se oseba, ki jo lovimo v objektiv kamere, privadi) in ne uporaba stojala, kadar želimo bližje. Z uporabo LCD-

zaslona sicer po hitrem postopku potrošimo baterijo, vendar je uporaba le-tega potrebna, če želimo osebno pristopiti k subjektu: LCD-zaslon lahko imamo v spodnjem delu pogleda, da nadziramo sliko, še vedno pa nam omogoča komunikacijo s subjektom – da ga tu in tam pogledamo v oči. Past snemanja in istočasno spraševanja je lahko nevarna. V praksi se zgodi, da v želji po »stiku« snemalca in snemanega veliko kimamo, se smejimo, odobravamo sproščenost, ki pa je včasih pogubna za teže vprašanj, zato naj bodo ta vnaprej skrbno pripravljena, ali pa se intervjuja lotita dva, eden snema, drugi sprašuje.

- **Kot in kadri** – pazimo, da so koti in plani čim bolj razgibani, pretirana uporaba zuma ni priporočljiva. Odločamo se lahko za privzdignjeni kot, visoki kot, očesni nivo, nizek kot.
- **Svetloba** – »white balance« prostora se vsakič ročno poišče (s tem določimo, kaj je bela). Če se predvideva veliko gibanja, nastavimo avtomatične nastavitve kamere, če je kamera na stojalu, lahko ročno poiščemo optimalne parametre (čas in zaslonka, ostrina), nujno pa (za snemanje na stojalu) izklopimo avtomatični stabilizator slike.

Med snemanjem se zgodi že nekaj faz montaže. Po prvi montaži, ko se med opazovanjem s pogledom orientiramo po prostoru, sledi druga faza montaže – mentalna organizacija gradiva, ki je dejansko okviren scenarij na mestu snemanja. Tretja faza montaže se zgodi med snemanjem, ko se odločamo, kaj bomo sploh posneli in česa ne potrebujemo, kako bomo to posneli z mislimi dlje - kako bomo posneli kaj, kar se s kasnejšimi prijemi da dodatno manipulirati. Če bi recimo radi kasneje pokazali tri slike v eni in da med njimi poteka interakcija, prehajanja slike v slike, lahko to enostavno »zrežiramo« med snemanjem.

3.5.1.1.2 Organizacija materiala

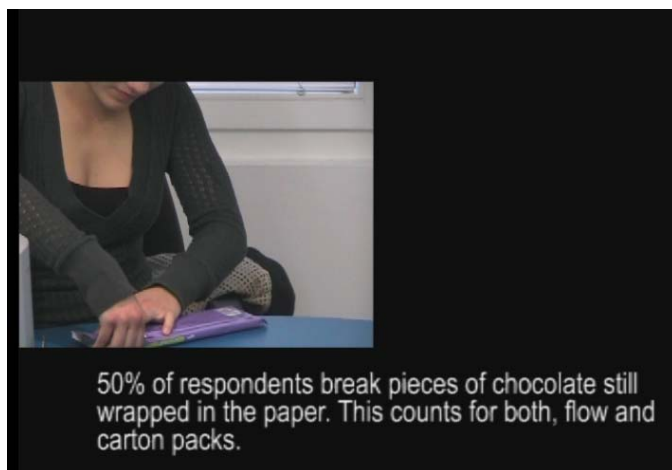
Sledi četrta faza, ki je zapisani »scenarij« po že zbranim materialu, urbanizacija materiala in iskanje dodatnih informacij. Glede na to, da pretok informacij iz kamere na računalniški pomnilnik poteka v realnem času, je lahko ta faza montaže sočasna s pretakanjem materiala, ki ga režemo po nekih ključih, da si z naslovom datoteke določimo asociacije, kaj približno je točno ta del materiala. Ko gigantsko zapolnimo skoraj ves trdi disk (ni nujno pretočiti ves posneti material, le tisto, kar bomo potrebovali). To je faza organizacije materiala, z namenom, da bi videli širšo sliko – če

nam kaj manjka in kaj sploh imamo. Značilnost video raziskovanja je namreč v tem, da zelo težko napovemo hipoteze na nižjih nivojih. Naj se s primerom spet vrnem na čokolado. Z odločitvijo, da nas zanima, na kak način ljudje ugriznejo v čokolado, smo lahko vnaprej predvideli, da gre najbrž za večfazni dogodek, ki se začne z odpiranjem čokolade, v prelomu tablice, vnosu koščka ali tablice v usta in vse dokler (s polnimi usti) subjekt ne zaključi premikanja ustne votline, ki izdaja njegov način uživanja čokolade. Taka večfazna predvideva dogodka nam je pomagala pri pripravi na snemanje, saj smo s tem lahko določili začetek in konec posnetka, vendar pa so se ob organizaciji materiala razkrivala nova odkritja, ki bi jih lahko oblikovali v hipoteze pred nadaljnjimi fazami raziskovanja – šteli bi lahko, koliko opazovanih se trudi, da bi čokolado nazaj zapakirali (kar se izkaže za pomembno vrednoto in tudi prednosti/slabosti embalaže). So raziskovalni momenti, na katere ni mogoče pomislili v zgodnejših fazah, temveč nam jih šele vizualno razkrije. Tudi to so magične vrzeli.

3.5.1.1.3 Analiza vsebine

Sledi analiza vsebine posnetega materiala (štetje dogodkov, pogostost - kvantifikacija). Pri tem oblikujemo prazno bazo programa za statistično obdelavo podatkov, kamor vključimo vse spremenljivke, ki bodo pomagale potrditi izhodiščne hipoteze in tudi tiste, ki smo jih šele kasneje, kot relevantne, vključili v raziskovanje. S tem dobimo objektivno linijo dejstev, ki jih lahko vključimo v video zelo poljubno (lahko jih izpišemo, posnamemo kot »voice-over«, nakažemo tako ali drugače). S tem, ko smo vizualni material analizirali in s tem prišli do nekaterih objektivnih resnic, nam to dovoljuje več kreativnosti pri končnem izdelku – saj lahko izberemo najbolj smešne ali najbolj zanimive (in ne najbolj pogoste) posnetke za predstavitev rezultatov, pa s tem ne pokvarimo slike raziskovalnih rezultatov (generalizacije). Prikazujejo se kot objektivna dejstva, pa tudi kot tudi ustvarjalni (umetniški?) video, ki je lahko na trenutke celo abstrakten (predvsem na mestu, kjer se izpiše določena statistika za to, da zagotovimo vrzel za dožemanje pisnega in vidnega hkrati).

Slika 3.5.1.1.2: Izsek iz videa o raziskavi » izkušnje ugriza«⁷



Vir: video raziskava – čokolada, Valicon 2007, Hana S Vodeb

Če imamo znanje oziroma zavedanje, o tem, kaj montaža ponuja v efektih, lažje že med organizacijo materiala ali še prej (med snemanjem) planiramo preskoke, prehode, povezave. Intervju s prodajalcem telefonov na Kosovem prikažemo tako, da spustimo v kader nekaj albanskega jezika, točno do točke, ko frustracija nerazumljivih kod ni premočna in za gledalčevo pozornost pogubna, nato pa posnetek, tak kot je, stišamo in čez njega spustimo zvok, posnet na diktafon, v katerem prevajalka z ne dobesednimi stavki pove bistvo tega pogovora.

3.5.1.1.3 Osrednja montaža

Zgornji primer je pravzaprav nakazal že naslednjo fazo - osrednjo montažo oziroma ureditev video materiala, ki od raziskovalca zahteva etično odločanje o tem, katere posnetke bo obdržal in katere zavrgel oziroma, kako bodo ti preskakovali iz enega na drugega. Pri tem gre za asociacije, ki so lastne raziskovalcu in niti eden ne bi uredil posnetkov enako, zato lahko rečemo, da gre pri tem za refleksijo, ki ni v naprej začrtana in katere scenarij je bil lahko do sem le okviren in konceptualen. Kot tak se raziskovalec postavi v čevlje večkrat izpostavljenega *individere* raziskovalca, ki po najboljši volji sestavlja material, kakor se mu najbolje (z odgovornostjo) zdi, vsevednost in teža objektivnosti pa mu daje beležka analize vsebine, ki jo vključi v video. V tej fazi prav tako ni mogoče ničesar predvideti, saj ima raziskovalec vlogo pripovedovalca zgodbe, njegova stvar pa je, na kakšen način bo to najprepričljivejše ponazoril. »Ker je gledalec

⁷ Raziskavo imenujemo tako ohlapno, ker naj ime naročnika ostane anonimno.

videa manj kritičen kot bralec napisanih poročil, obstaja posebna dolžnost video raziskovalca, da skuša zgodbo ali zgodbe skozi vizualni in slušni material povedati povezano brez neprimernih svobodomiselnosti. Dolžnost, da uporabi video učinkovito in pošteno leži pri ustvarjalcu in ne pri gledalcu« (glej Belk in drugi 2005: 135). Taka dolžnost poteka večplastno še posebej v montaži: v tem, ko večino posnetega materiala zanemarimo na račun redkih podatkov, ki jih naposled uporabimo, v tem, ko se že v samem začetku odločamo, kaj bomo posneli in kje so naše prekinitve. Eisenstein je podal psihološko definicijo montaže, kjer gre za sekvence, sestavljene iz fragmentov, detajlov in da montaža prvenstveno ustvarja konflikte med tema dvema kadroma, ki delajo idejno interakcijo, kjer osnovna enota ni kader, temveč trk dveh različnih posnetkov (glej Villain 2000). Bazin dodaja, da mora video vsebovati tudi elemente presenečenja in negotovosti, nekaj, kar vsebuje tudi življenje samo.

Montaža so odločitve, posluh, občutek za sporočilnost in pogled na svet neke nevidne enote, *individere*, posameznika, ki je pri takih odločitvah največkrat sam sebi prepuščen, svojemu asociacijskemu potovanju in sreči, elementom presenečenja in negotovosti, za katere se prav tako odloči, koliko jih spustiti v zapis.

Past videa *individere*, raziskovalca kot *individere*, ki se pravzaprav ponuja kot izmuzljiv čut za možnost, ki ni pripovedovana, temveč je tu in tam taka, da nas kot sprejemnika ali ustvarjalca le oplazi, ta past je vselej v *individere*. Če za filmom stoji navadno večštevni kolektiv, je pri videu ustvarjalec bolj sam in zato se pojavi problem identitete, zamenjevanje ustvarjalca (vsebine) v nadzornika (tehniko), torej snemalca. Tudi to je povezano s kodami, ki šele postajajo razumljive. Obsedenost s preciznostmi tehnične plati lahko pogubi idejo, zato se je pri raziskovanju bolje ravnati (po italijanskih neorealisti) po emotivni plati, s spoštovanjem do predmeta, in ne po šumih in njihovih iritacijah. Občutki so namreč naša edina realnost. Če pogledamo Nicolsov primer o resničnosti in šumih: če na čisto okno naslonimo kamero in čakamo, da se na ulici zgodi umor, je isto kot če dva profesionalna igralca zaigrata umor, ki ga posname nevešč otrok (Popek 1999: 23). Kako vemo, kaj je resnično? V filmu (ali videu) vse resnice ne moremo zajeti, zato je gledalcu potrebno vzbuditi zanimanje (ga vzbuditi, da postane *projekt*) za nadaljnje raziskovanje, ki ga lahko spremlja prenekateri šum. In to je potrebno poudariti.

Video *individere* je pravzaprav ravno šum posamezne »naredi-si-sam-biografije«, ki sebe razume kot projekt, pa naj gre za umetniško, znanstveno, strokovno ali »naredi si

sam ustvarjanje«, raziskovanje v obče, ki piše nove kode za nov, na novo nepismen svet, s postavljanjem vprašanj ali z ugajanjem in doživljanjem, z asociativnimi (nenavadnimi) preskoki in vrzelmi, ki mislijo na gledalca kot soustvarjalca. Če z objektivom loviš dogodke (video), namesto jih nastavljaš (film), lahko pri tem iščeš, se zgražaš, presenečaš, iščeš, čakaš... Kot video, ki je odsev nas samih. Tak predmet je resničen za raziskovanje.

V montaži je smiselno misliti na nekaj ključnih tehničnih momentov, ki pomagajo oblikovati video v zanimivo in smiselno celoto.

- **Voice over**, ki je lahko med snemanjem naša beležka, ki kasneje sicer ni uporabljena neposredno, v zaključni fazi (naknadno nasnet) pa glas, ki vodi vsebino videa. Namesto »voice over« lahko uporabimo »real time« zvok – ključne ugotovitve ali odgovore vprašanih oz. druge spontane glasovne reakcije, ki jih je kamera ujela, lahko poljubno predstavljamo ne glede na ujemanje z »real time« sliko.
- **Več slik v eni** uporabimo, recimo, če bi želeli poudariti številnost sodelujočih enot, med tem ko jih predstavljamo ali kasneje, ko odgovarjajo na isto vprašanje. Da »okenčki« ne govorijo naenkrat, jih lahko zamrznemo in pustimo k besedi drugega za drugim. Taka slika v sliki je lahko tudi tekst, ki poudari določene momente ali pa sočasnost dogodkov, ki bi jih želeli kot take predstaviti. Pri tem krčimo (scale motion) naravno velikost slike.
- **Barva maske** je uporabna, recimo, če bi želeli poudariti čas (pretekli je lahko črno-bel ali sephia,...). To je uporabno bolj v raziskovalnem filmu kakor videu, kjer je za potrebe okvira zgodbe potrebno večkrat dosneti igrani material, da oplemenitimo vsebino s širino.
- **Tranzicije** lahko kaj hitro prenasičimo, kar ni potrebno: če je možno, se za mehke prehode uporablja »opacity«, ki deluje kot pergament, saj lahko dvema različnima slikama določimo vidljivost v odstotkih. Če se odločimo za polovično prehajanje, imata obe sliki na primer 50%.
- **Efekti** - manj ko je na posnetke naloženih različnih efektov, manj procesiranja pomeni to za računalnik. Naj bodo efekti upravičeni vsebinsko in zgolj korekcijski (brightness in contrast).
- Naknadni »zoom« popači kvaliteto slike zato z njim delamo raje med snemanjem.

Ostaneta še peta in šesta faza montaže, ki ju največkrat navdihujejo »eureka« momenti ustvarjalnega procesa, odločilni trenutki odločanja, prevzemanja odgovornosti, iskanja vrzeli. To je iskanje montažnih fragmentov in povezovanje, nato pa še končna montaža, ki ji sledi računalniško procesiranje (render) vseh naloženih informacij. Pri tem je dobro vedeti to, da časovni trak montažnega programa služi le kot povezovanje informacij in je le podaljšek velikih (giga) dokumentov, ki za tem zapisom stojijo do konca. Če se zgodi, da katero od črpalk (izvorov) izgubimo, nas bodo v končnem videu čakale le še »krace« na rdeči podlagi, podobne kitajskim črkam. Potrebno je zato osvojiti tako teoretično kot tehnično plat izdelave videa.

3.5.1.1.4 Ne pozabimo na fazo »prespati video«

Montaži sledi proces, ki ga lahko imenujemo, »prespati« video (to sleep it over). Mogoče se bere nenavadno, vendarle je del, ki je izjemno pomemben, vključuje pa nekajdnevni razmislek o tem, če so vse povezave na pravem mestu, če bi kje še kaj dodali ali odvzeli, če je dovolj vrzeli in če smo bili dovolj odgovorni do gledalca in do predmeta raziskovanja. Vključuje tudi mnenja drugih (second opinion), s katerimi preverimo, če so določeni deli dovolj jasni in če video kot celota deluje, če niso kakšni napisi prehitri. Montaža je proces, ki tistega, ki jo počne naredi nekoliko slepega, saj določenih stvari sam več ne opazi. Temu koraku sledi še nekaj popravkov, na kar je video pripravljen, da se ga pretvori v primeren (dogovorjen) format. Če bomo video nekomu lastnoročno predali, se odločimo za najkvalitetnejšo izmed možnosti (dvd video), možnosti hitrejše dostave pa vselej zahtevajo davek na kvaliteto slike. Možno je video prevesti tudi v format, primeren za pošiljanje po elektronski pošti, možno ga je preslikati (convert) in ga odložiti na spletno mesto, od koder se ga lahko »online« prevzame.

Jasno je, da video material zaseda velike količine (gigabyte) prostora na pomnilniški plošči, zato je na koncu priporočljivo material in končni izdelek arhivirati. Najprimernejša arhivska metoda je končno verzijo posneti nazaj na minidv kaseto, kjer je že posnet surov material, ki bi ga radi prav tako spravili. Minidv kaseto je najprimernejša, ker sama ne zasede veliko prostora in na njej vizualni dokumenti prav tako ne zasedejo več prostora, kot je njihova minutaža (nasproten efekt se zgodi na trdem disku) in tako lahko ostane v najkvalitetnejšem formatu. Kadar koli je tak

material možno pretočiti nazaj na računalnik in neposredno spet posegati vanj, spreminjati, montirati, prepisati, dopisati. Taka kasete ima najdaljši življenjski rok in je primernejša od DVD-ja, na katerega gre le 4,8G posnetkov, 15-minutni video pa tako velikost preseže. Vsako stiskanje AVI formata v MPEG1 do MPEG4 s krčenjem velikosti zgubi informacije, ki jih ne moremo pridobiti nazaj, kar pomeni, da nam določene informacije (od 25-ih sličic na sekundo) manjkajo, kar vpliva tako na kvaliteto, kot na nezmožnost natančnega zarezovanja v montaži. Za prikazovanje videa/filma je najprimernejši DVD, ki z možnostjo menijev ponuja nov pogled na njegovo uporabo, saj lahko material razvrščamo po segmentih, če delamo segmentacijsko analizo, po času, če delamo longitudinalne analize. Druga zelo pomembna stvar, ki lahko povzroči temo na pretoku informacij nazaj na kamero oz. minidv kaseto, je format AVI PAL ali AVI NTSC. V Evropi uporabljamo sistem PAL in kakršna koli sistemska napaka ameriškega sistema NTSC bo na evropskih aparaturoh pomenila napako.

3.5.2 Tako gre to – pri filmu o raziskovanju

3.5.2.1 Izvedba filma o raziskovanju

Izvedba raziskovalnega filma oziroma filma o raziskavah, je kompleksnejša od zgornjega opisa izvedbe raziskovalnega videa, predvsem v fazi priprave in snemanja, ki je največkrat odigrano ali večkrat ponovljeno pred kamero. Pri filmu je pomembneje od videa, snemanje usmeriti tudi v sam kontekst – raziskovalni okvir in ga prikazati kot neko narativno celoto, zato so faze (časovno) dolgotrajnejše in se večkrat po zankah vračajo v začetek. Analiza vsebine za sam ustvarjalni proces ni pomembna, namesto da bi raziskovalne dogodke šteli (kvantifikaciral), iščemo to, kar stoji zadaj. Tak film služi bolj kot zbiranje podatkov za predstavitev nečesa, kar nam je zaenkrat še neznano in skozi dokumentarni pristop raziskujemo ali pa nam je poznano in razmišljamo, kako bi to na najbolj zanimiv način predstavili. Lahko gre za eksperiment, kot so bile Češke sanje (*Ceský sen* 2004), ki je nekakšna predstavitev trženjskih raziskav, kjer so prikazane določene metode in predstavljeni raziskovalci skozi pričanja o procesu raziskave. V tem filmu so si izmislili trženjsko zelo uspešno potegavščino, da bi posneli reakcijo potrošniško histeričnih Čehov. Vse je služilo kot kulisa za prikazovanje tega, kako je lahko trženje (četudi prodaja nič) uspešno.

Taki filmi navadno tečejo po natančnem scenariju, seveda pa pride med snemanjem tudi do presenečenj. Ko so nekoč snemali film o iskanju Einsteinovih možganov, ki bi naj bili večji, kot so povprečni možgani, so dejansko naleteli na hranitelja teh možganov, ki se je na provokacijo, če bi lahko darovali kak košček možganov, odzval nepričakovano in nemudoma odrezal košček možganov enega največjih genijev vseh časov.

Pri filmu o raziskovanju gre pravzaprav za dokumentarni film, ki se odklanja od klasičnega v upanju, da bo pokazal nekaj novega, pri tem pa ni zavezan k resnici temveč k zgodbi in njen cilj je, kar se da najbolj uspešna predstavitev, ki bo tudi trženjsko (ali sporočilno) uspela pri množicah. Kaj pomeni to, da tak film ni zavezan k resnici? Njegov primarni cilj je pritegniti ljudi in jih držati od začetka do konca videa v zanimanju, torej na nek način zabava, v službi le-tej pa ima avtor pravico realnost zamenjati za nereálnost, če se sam tako odloči.

Primer filma o raziskovanju je tudi Al Gore-ova Neprijetna resnica (*An Inconvenient Truth* 2006), ki ni nič drugega kot predstavitev grafičnih prikazov, zapakirana v gledljiv dokumentarni film, ki pa je zavezan k resnici (vsaj deluje tako oziroma vsaj k tisti resnici, v katero verjamejo avtorji) zato, da bi pozitivno vplival na družbo. Taki filmi se ne tudi zaključijo v post-produkciji, kot raziskovalni video, temveč morajo nujno še dalje – v distribucijo in oglaševanje, njihov življenjski cikel je za to daljši. Njihova ciljna publika je množica in njihov projekcijski prostor kinodvorana.

Izvedba takega filma vključuje več sodelujočih, kot je to potrebno pri videu, zato tukaj izstopi pomen avtorstva (v primerjavi z *individere*-avtorstvom). Res je, da se je tudi filmska produkcija v splošnem že zdavnaj prilagodila družbenim spremembam (individualizaciji) in da so se dolge sezname sodelujočih (v napisih po koncu filma) skrčile, vendar pa ostaja seznamom vsaj zvesta, tudi zato, ker mora tehnična plat produkcije zadovoljiti nekoliko višjim standardom (kvaliteta slike, ki je dovoljena/zmožna predvajanja v kinodvoranah ali na televiziji). Drugačnost raziskovalnega videa torej ni le v komponenti zbiranja podatkov in zato analizi vsebine temveč tudi v tem, kako dolg je življenjski cikel, komu je izdelek namenjen (enemu naročniku ali množicam), kaj je njegov končni predvajalno-sprejemniški prostor, temu, koliko pri tem sodeluje ljudi in seveda, kakšen je njegov namen in način pripovedi. Film o raziskovanju je bližje klasičnemu (narativnemu) dokumentarnemu filmu, video pa etnografskemu. Eno je raziskovalni film, ki je hkrati tudi predstavitev raziskovalnega procesa, drugo pa raziskovalni video, ki nujno ne vključuje širšega konteksta o raziskovanju. Cilj prvega je prepričljiva naracija za množice, cilj drugega pa pomagati

posamezniku, da bo lažje sprejel odločitve na podlagi pokazanih rezultatov, zato vse »okrasje« lahko odpade. To pa so že elementi, ki se namesto na izvedbo nanašajo na branje.

3.5.3 Branje videa in filma v raziskovanju

Video v raziskovanju (kot video v umetnosti) ostaja nekoliko zaprt – zakodiran in zgolj dopolnjuje, dodaja vizualne odgovore na specifičen problem, ki ga naročniki ne bodo razkrili množicam in je namenjen strogo njim, za lažjo predstavo o raziskovalnem problemu, ki ga je kot raziskavo možno kvantificirati skozi analizo.

Lahko bi seveda nastal tudi film, če je raziskava kompleksnejša in bi v filmu želeli postopoma razkrivati metodologijo in ostale procese raziskave, vendarle je v tempu trženjskih raziskav video časovno in finančno dostopnejši. Film beremo po linerano-narativnem vzoru, tako kot filme beremo že več kot sto let. Video pa so lahko šumi, izjave, umazani obrazki triletnikov, ki so pravkar izvedli testiranje proizvodov jogurta, presek, osnutek, skica, ekspresija, home inserti, in podobno ali rečeno drugače: video je »ključ v akterjih, ki tvorijo celoto«, film pa »ustrezna narativnost dogodkov« (glej Pink 2007: 122). Kako beremo enega ali drugega (glej poglavje 2.3.2 Branje videa in filma) je odvisno od več elementov, ki sovpadajo z izvedbo enega ali drugega projekta.

Ker so sicer obče asociacije, ki se vežejo na film bolj žive, ker film »(pre)pozna« več ljudi, bo mogoče video imenovan kdaj tudi filmček. Konec koncev v vsakdanji rabi končno poimenovanje ni bistveno, temveč navdušenje na obeh straneh: ustvarjalna svoboda na eni strani in odgovoren video s priznanjem vpletenosti raziskovalca kot posameznika in *individere* subjektivnosti ter z vrzelmi na drugi. Pomembno je razlikovati video od filma v fazi dogovarjanja, preden se delo začne, vendar pa največkrat samo področje dela (raziskovalna agencija ali produkcijska hiša) že definira za cilj eno ali drugo, ni pa nujno, še posebej ne takrat, ko pride naročilo o filmu določene korporacijske kulture uslužbencev. Izdelek lahko sledi natančnemu narativnemu ritmu – nekemu logičnemu zaporedju orisa delovnega dne (zato ga imenujemo film), vendar pa po drugi strani ostaja interne narave in ne bo nikoli »zabaval« množic. Pri določanju, zakaj gre (za video ali film), damo prednost načinu podajanja zgodbe in ne naravi situacije gledalcev in temu, komu je namenjen – to je zgolj ena izmed značilnosti, ki pa ni nujnost. Nujno je video od filma ločiti po diferenciaciji, ki je nakazana v poglavju 2, po tem ali (1) pripoveduje ali »nakazuje«, (2) ali so z njim zbrani podatki ali gre za predstavitev/podkrepitev podatkov in šele nato za

vse ostalo. Torej najprej po cilju in namenu, šele nato po ostalih značilnostih, ki kot čut za možnosti vztrajajo v zadnjih poglavjih.

V jeziku etnografov je rečeno, da se je v »devetdesetih pojavilo razmišljanje o razlikovanju videa in filma, saj je znotraj videa možno intenzivneje raziskovati reflesivno komponento medija, s katerim se ustvarja etnografsko znanje« (glej Pink 2007: 96). Karikirano se je raziskovanju odprl žanr, ki so ga najbrž vse bolj pogosti obravnavali kot znanosti manj primerne – neobjektivne. Odprl se je nov svet, ki je pred famo filma padel na kolena kot *individera* in tako postal sprejemljiv in dostopen, ne samo tehnično, temveč predvsem v sporočilu in vsebini.

3.5.4 Možni žanri v videu in filmu

Pri raziskovalnem videu in filmu se je možno nasloniti na dokumentarne žanre, povzete po Nicholisu (Popek 1999: 25): *didaktične in romantične razlagalne različice* (z vsevednimi »voice of god« komentarji in poudarjanjem objektivnosti prihranijo gledalcu napor za analizo, nagnjeni so k posploševanju), *observacijski dokumentarni film* (distanciranje od samih dogodkov, z opuščanjem nadzora nad dogodki, z neposrednim sledenjem sedanjosti in kot etnografsko orodje, ki ustvarja za gledalca nek referenčni okvir), *interaktivni* (večja navzočnost samega ustvarjalca, ki je lahko mentor, udeleženec, tožnik ali provokator, kot pogovorna oddaja (talk-show) na TV ali izpraševanje v šoli, predstavlja se svet, kakršnega živi ustvarjalec) in *refleksivni* (če interaktivni filmi pritegnejo pozornost na procese filmskega ustvarjanja; kadar ta proces določa probleme za udeležence, da bi problem postavil za gledalca. Pri tem poudarja srečanje med ustvarjalcem in gledalcem, in ne med ustvarjalcem in subjektom filma, zato je celo bolj interaktiven v smislu naše interaktivnosti kakor sam interaktivni). Ne gre za kronologije in realizem, temveč za pripovedi, opisuje Nichols. Če pri igranem filmu avtor določa, kaj se bo dogajalo, v dokumentarnem to počne sam predmet. In dokumentarni film se zato še najbolj približa videu *individera* oziroma vizualnim raziskavam, kakršne obravnavam, pri čemer se niti ni nujno odpovedati refleksivni različici, s katero bi nastala celota, ki probleme (svet) osvetljuje iz naše (subjektivne) perspektive, pa je tako tudi prav. Da se izognemo pretiranemu pogledu ene resnice, lahko v proces montaže, kot ustvarjalni proces, vpletemo več kot enega človeka, ki podaja svoja mnenja ali bodisi vodi projekt, ki ga zgolj izvaja. Pojasnjevanja,

dokumentarni pristopi, lažni dokumentarni pristopi (mockumentaries), zgodbe junakov, novinarski pristopi, impresionističen, realističen, izpoveden, vse to je lahko video oziroma film, ki ga je digitalizacija na videz spojila v eno. Etnografski pristop, ki ga zagovarja Naško Križnar v okviru vizualne antropologije, se nasloni na tiho pravilo, da se prepustimo notranji vsebini kulture in jo skušamo prikazati tako, da prisluhnemo njenemu lastnemu načinu vizualne reprezentacije ter ga uporabimo za prikaz njenih lastnih pogledov in vrednot, pri čemer gre za t.i. emični, notranji pogled na kulturo. Lovimo vir, pri čemer kultura v najširšem pomeni, da je sestavljena iz najmanj dveh plasti; latentne-nevidne in prezentne-vidne (glej Križnar v Popek 1999: 45).

Posnetke lahko strukturiramo in kombiniramo z najrazličnejšimi slikovitimi dodatki:

- Posnetki realnega časa z naracijskim časom, ki se prepletata (če hočemo nakazati spremembe v prihodnosti, glede na preteklost, lahko vse, kar ni realni čas, zrežiramo odigrano, kot je to predvsem značilno za film. Služijo kot ogrodje, na katero se nizajo posnetki raziskave).
- Posnetki realnega časa z »vsevedno« razlago (snema se ga v sliki, četudi se naknadno odločimo samo za zvok).
- Posnetki realnega časa s poudarkom na določenih predmetih (predmete, ki kot orodja služijo raziskavi, je potrebno posneti še na čisti podlagi (»blue screen«), zato da se po potrebi naknadno prikažejo, če iz same slike ni natančno razvidno, kaj je glavni objekt).
- Video s fotografijami - če bi želeli bolj od enot raziskave poudariti metodo raziskave ali rezultate brez subjektov, je potrebno od njih pridobiti vsaj njihove fotografije.
- Video z vloženo grafiko, kot so grafični prikazi (primer Al Gorov film Neprijetna resnica). Za to potrebujemo dodatne programe, ki bodo simulirali spremembe na grafih: Adobe Photoshop ip, Adobe Image Ready, Captivate 2, ipd.

4. Ko se odvrtilo napisi

»Ko uporabim izraz 'etnografski video' v širokem pomenu besede, se nanašam na kateri koli video posnetek, ki ima etnografsko raziskovalni interes ali je uporabljen kot

reprezentacija etnografskega znanja. V tej perspektivi ni nujno, da etnografski video sprejme specifiko filmskih stilov in konvencij« (glej Pink 2007: 169) zapiše avtorica.

Z nalogo sem skušala iti čez to spoznanje in se približati zdravo-razumskim, filozofskim in umetniškimi analogijam videa nasproti filmu, iti dlje od zgolj predvideve in odgovoriti zakaj in kako to, da ni treba, da video sprejme specifiko filma oziroma, kaj je tisto, kar ga loči od filma. Bil je goli interes, sebičen in osredotočen na iskanje tenko piskajočih meja, na začetku zgolj v krogu lastnih dilem umetniškega ustvarjanja, kar je preraslo v kombinacijo umetniškega video znanja s strokovnim video raziskovanjem.

Pa se je skozi raztezanje pojmov izkazalo, da se teoretična trganja (četudi včasih) dekonstruktivne narave izvijajo kot povsem praktična pretehtavanja možnosti, ki jih je mogoče uporabiti na področju vizualnega raziskovanja, v Sloveniji še ne tako pogostega v praksi, kot tudi ne drugod: okvirno bi lahko rekla, kako to počnejo Angleži ali Američani (oba vstopata v nalogo skozi citate: Pinkova (2007) Angležinja, Belk (2006) Američan). Prvi so fokusirani zgolj na akademsko zveneči in rahli razširitvi prakse iz teorije antropologije in etnografije, drugi pa vse preveč pragmatični v predstavitvi po »trženjsko« s prikrivanjem, kako v resnici pristopajo k vizualnim raziskavam (saj je to njihova konkurenčna prednost). Različica, ki je nastala skozi sejanje redkega in precej novega sita je spuščala besedilo v manirah, ne v težnji po kritičnosti, temveč z željo zajemati čim širše, s posebnim poudarkom na vse tisto, kar je šlo skozi telesa anekdotskih duhov, filmarjev, literatov in tenkočutnih humanistov: na samo na tem, kar je poučno, temveč tudi ob tem, kaj je zanimivo in zapomnljivo. Vizualno se v tem primeru skoraj vedno enači z videom, služi pa kot širši pojem za video in film (in ne tudi za fotografijo).

Ob pisanju sem spoznala, da je za pot tu in tam potrebno vprašati tiste, ki prihajajo iz nasprotne smeri – o videu skozi film, o trženjskih raziskavah skozi umetnost in obratno. Tema se jim je zdela teoretsko zanimiva, nekateri so podali svoje mnenje ali pa me podprli v organizaciji 1. mednarodnega video festivala Električne podgane sanjajo video sanje, ki je temeljil na poudarku specifike videa, v razliki od filma. Vse, kar besedilo obravnava pisno, se je (iz prvih poglavij) udejanjilo v oblikovanju programa 120 prispelih video izdelkov iz 17 različnih držav, jih je ocenjevala strokovna žirija, vse iz kasnejših poglavij se razvija v obliki sekcije video raziskav raziskovalne družbe Valicon.

Možno je misliti tudi na »tretjo« pot (prva je video kot zbiranje podatkov, druga video kot predstavitev rezultatov), ki črpa in jemlje iz obojega, vendar se dvigne nad »služenje« videa kot podatek naročniku in tudi nad raziskovalni dokumentarni film. Gre za različico, ki se stimulira kot projekt, saj je možno iz video zbiranja podatkov črpati ideje za nekakšno idealoško propagando, video izsek, nekaj kar bo potovalo po spletu in spreminjalo poglede na svet in ni ne raziskovalni video v tem kontekstu in niti ne video kot predstavitev nekih zaključkov, temveč »video«, ki ga je navdihnil raziskovalni »video«. Je izhodišče za bodoča raziskovanja.

V zanimanju za »kako« in ne samo »kaj«, je nalogo mogoče brati kot čut za možno realnost ali kot čut za realnost. Teoretična praksa je prav zaradi te dvojnosti fascinantna. Kot vse tisto, kar je med videom in filmom.

Prava skrivnost sveta je v vidnem in ne v nevidnem (glej Wilde 1992:35).

5. Seznam literature

- Adorno, Theodor W. (2002): *The culture industry*. London: Routledge.
- Arnheim, Rudolf (2000): *Film kot umetnost*. Ljubljana: Krtina.
- Barthes, Ronald (1992): *Camera lucida – Zapiski o fotografiji*. Ljubljana: Studia Humanitatis, Škuc Filozofska fakulteta.
- Batagelj, Zenel in Katja Vukčević (2007): *Turistična znamka 2.0, Raziskovanje medijev, ki jih ustvarjajo potrošniki*. Portorož: SOF.
- Beck, Ulrich in Margaret Beck (1996): Individualizacija in »tvegane svobode«: Perspektive in nasprotja k subjektu usmerjene sociologije. *Teorija in Praksa* 33(5), 817–838.
- Belk, Russel in Robert Kozinets (2006): *Videography in marketing and consumer research*. Dostopno na www.emeraldinsight.com/1352-2752.com (12. junij 2007).
- Belšak, Sandra (2005): *Video-oko, Video-pogled*. Ljubljana: Fakulteta za podiplomski humanistični študij.
- Belting, Hans (2004): *Antropologija podobe: Osnutki znanosti o podobi*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Blatnik, Aleš (2007): Digitalna filmska revolucija. *Ekran* 38 (4–5), 43–45.
- Borčič, Barbara (2006): *Raba videa na primeru projekta Videodokument*. Dostopno na <http://www.ish.si/~ljish8/files/PDF2005-2006/Borcic-B-Raba-2006.pdf> (24. avgust 2007).
- Borčič, Barbara in Nancy Buchanan (1994): *Od alternativne scene do avtorskega dela*. Dostopno na http://www.ljudmila.org/scca/vid_slo4.htm (5. maj 2007).
- Borčič, Barbara, ur. (1999-2003): *Videodokument. Videoumetnost v slovenskem prostoru 1969-1998*, Ljubljana: Open Society Institut – Slovenia (SCCA-Ljubljana).
- Buñuel, Luis (2001): *Moji zadnji vzdihljaji*. Ljubljana: Slovenska kinoteka.
- Debeljak, Aleš (1999): *Na ruševinah modernosti*. Ljubljana: ZPS.
- Expo Communications (2007): *Videos*. Dostopno na <http://www.expotv.com> (10. april 2007).
- Flusser, Vilém (2000): *Digitalni videz*. Ljubljana: Koda.

- Gržinič, Marina (1997): *Rekonstruirana fikcija – Novi mediji, (video) umetnost, postsocializem in retroavantgarda: teorija, politika, estetika: 1997-1985*. Ljubljana: Koda.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (2003): *Predavanja o estetiki – uvod*. Ljubljana: Zbirka Analecta.
- Kolosej (2007): *Napovedi - Ken Loach o filmu*. Dostopno na http://www.kolosej.si/film/veter_ki_trese_jecmen/ (13. maj 2007).
- Korda, Neven (2007): *Subject: Razlika med videom in filmom*. Elektronska pošta.
- Lister, Martin, ur. (2003): *New media: a critical introduction*. London: Routledge.
- Manovich, Lev (2000): Nov jezik filma. *Ekran*, 40 (9–10), 15–19.
- Manovich, Lev (2001): *The Language of New Media*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- The digital video information network, McDonald, Cole (2006): *Why does everyone use the word »film« ?* Dostopno na <http://www.dvinfo.net/conf/showthread.php?t=69893&page=2> (15. maj 2006).
- Močnik, Rastko (1993): *Extravagantia*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Musek, Janek (1993): *Znanstvena podoba osebnosti*. Ljubljana: Educy.
- Pelko, Stojan, ur. (2001): *Vrzeli filma in arhitekture*. Ljubljana: Slovenska kinoteka.
- Perrée, Rob (1988): *Into Video The characteristics of a medium Art*. Rotterdam/Amsterdam: Idea Books.
- Pink, Sarah (2007): *Doing Visual Ethnography*. London: Sage Publications Ltd.
- Popek, Simon in Stojan Pelko, ur. (2001):: *Mi gradimo film – film gradi nas!: 11. mednarodni kolokvij filmske teorije in kritike. Jesenska filmska šola 2000*. Ljubljana: Slovenska kinoteka: Revija Ekran.
- Popek, Simon, ur.(1999): *Dokumentarni film: 8. mednarodni kolokvij filmske teorije in kritike. Jesenska filmska šola 1998*. Ljubljana: Slovenska kinoteka: Revija Ekran.
- Prosser, John, ur. (2006): *Image-based research*. New York: RoutledgeFalmer.
- Ristić, Mihailo, ur. (1986): *Videosfera, Video/društvo/umetnost*. Beograd: Studentski izdavački centar.
- Rose, Gillian (2001): *Visual methodologies*. London: Sage Publications Ltd.

- Sharma, Anumita (2006): *Before the after shock*. London: Esomar congress.
- Skrt, Darja (1996): *Po sledovih reizma. Od eksperimenta do znanosti v filmih Naška Križnarja*. Nova Gorica: Goriški muzej.
- The digital video information network, Tames, David (2006): *Why does everyone use the word »film«?* Dostopno na <http://www.dvinfo.net/conf/showthread.php?t=69893&page=2> (16. avgust 2006).
- Villain, Dominique (2000): *Montaža*. Ljubljana: Slovenska Kinoteka.
- Wilde, Oscar: *Slika Doriana Graya* (1945). New York: The World Publishing Company.
- Willke, Helmut (1993): *Sistemska teorija razvitih družb*. Ljubljana: Znanstvena knjižnica FDV.
- Woods, Richard (2007): *Exploring the emotional territory for brands*. London: Henry tewart Publications.
- Zadnikar, Darij, ur. (2005): 100 let po filmu. *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* (33) 220.

6. Priloge

Priloga A: DVD z inserti video raziskav