

filme veljalo, da so poetični. Nekoč je na nekem plakatu pisalo: "Tengiz Abuladze — mojster poetičnega filma". Film *Drevo* želja je bil med drugim prikazan tudi na festivalu v Sidneyu, kjer je ugledni filmski delavec Erwin Rado dejal, da je to "univerzalen" film. Ko sem ga vprašal, kaj razume pod to besedo, mi je odgovoril, da je to občečloveški film in da so problemi, ki jih odpira, tudi del njegove družbene sredine. Prepričan sem, da je resnično nacionalen film hkrati tudi internacionalen.

Ekran:

Vaš film *Prošnja* (Molba) kritiki velikokrat primerjajo z deli Iljenka in Paradžanova. Ali so te primerjave po vašem mnenju upravičene?

Abuladze:

Vsaka primerjava je vselej grobo in velikokrat površinsko opazovanje. Kritiška pamet je večinoma pokvarjena, razvratniška, kritik namreč vselej samo razsoja. Podobnost med mojimi filmi in deli režiserjev, ki ste jih omenili, je najbrž v tem, da se vsi izražamo poetično. Moja *Prošnja* in Iljenov film *Sence* pozabljenih prednikov sta deli, ki izzivata zaradi nenavadnega oblikovnega postopka, ki želi gledalca vznemiriti in mu vračati v današnjem času izgubljeno domišljijo.

Ekran:

Eisenstein je razlikoval slikovite filmske slike, ki so dekorativne, ilustrativne ter likovne filmske slike, ki so plastično oblikovane in kompozicijsko premišljene. Vaše filmsko oko izpričuje bogato likovno kulturo, in je uspešno vpisovalo nacionalno obarvani domišljijski svet v vizualne podobe.

Abuladze:

Naloga umetniškega procesa je, da uredi kaos in da amorfnim pojavom obliko. V tem je bistvo umetnosti. V tem pogledu mojstri nacionalnih kinematografij še niso rekli zadnje besede. Kot sem že omenil, nacionalne kinematografije bogatijo paleta sovjetske kinematografije. Vnašajo stilistično in žanrsko raznovrstnost, odkrivajo nova izrazna sredstva, nove oblike in nove poetike.

Pogovarjali so se:

Sašo Schrott, Zorica Kurent in Silvan Furlan,
ki je razgovor pripravil za objavo

televizija

Video — videologija — videognozija

Bogdan Lešnik

M. G. Bicocchi(1) trdi, da sta "abnormalna" govora, intelektualčev in delavčev, izrinjena iz normalnega TV sporeda, prvi zaradi svoje subtilnosti, drugi zaradi enostavnosti. Izjava je umestna, a le kvazi politična: intelektualci in delavci nista nikaka pola sodobne meščanske družbe, še manj njenih proizvodnih odnosov. Izrinjena sta šele tedaj, kadar "preveč" eksponirata svojo specifiko. Uradni TV govor izključuje vse ekstremne govore: govor radikalne (opozicijske v širšem smislu) politike in govore marginalnih socialnih skupin vseh vrst (norcev, homoseksualcev, otrok, študentov, revežev, prostitutk, črncev, kriminalcev); čeprav zelo pogosto govori o *njih*(2). Seveda tako, da ob njih konstituira "sebe", tj. govor "standardne, srednje kvalitete TV človeka na lažni ljudski ravni"(3). TV torej govori v jeziku "množic", zamolčuje pa, da ga prav ona ustvarja in skupaj z njim podoba "normalnega človeka", najvisiljivejši in najbolj izravnani model idealnega jaza v zgodovini.

TV govor je resnično estetski: "uskaljuje" in briše razlike med tistimi govori, ki jih — v čisto političnem aktu — sprejema v svojo ideološko sfero, ter poudarja tiste razlike, ki sprotavljajo njega. Z razrednimi razlikami kvečjemu manipulira. Konstrukcija idealnega jaza je podvržena ne preveč sofisticirani ekonomski propagandi: TV ustvarja *željene objekte*, ki nastavljajo raven aspiracije in kreirajo statistično določljiv vrednostni sistem.(4)

TV torej še zdaleč ni zgolj "sredstvo komunikacije", kanal, po katerem naj bi se pretakali najrazličnejši kodli(5). Nobena produkcija se ne more "posluževati" tehnike, ne da bi bila konstitutivno opredeljena prav s to tehniko kot govorom tehnologije, če ostanemo na tleh materialne produkcije, oziroma tehnologike, če se premaknemo v prostor produkcije označevalca.

Tehnologija je robno področje človekove produkcije, je njena *meja*. Je tudi njena *osnova*, saj obvladuje sleherni področje dela; tehnologika je

njen diskurzivni korelat(6). Univerzum produkcijskih možnosti je dejansko univerzum determinant produkcije, mesto vzajemnega vpisovanja tehnologije in delujočega ideološkega diskurza; to je mesto tehno-kratske oblasti. Tehnologija je postala retorični aparat, ki "voljo za užitek" umešča v tehniko: odpiranje "možnosti tehnološkega razvoja" fiksira princip ugodja v samo tehnologijo, ki ji tako niti na videz ni več smoter produkcija *blaga*, da bi "povečala splošno blaginjo", temveč *produkcija blaga*, da bi permanentno vzdrževala *željo*. Predmet želje je torej reprezentiran s samo željo, princip ugodja pa investira v delovanje njenih mehanizmov, v njihovo reproduciranje, perfekcioniranje (tudi re-re-reformuliranje) in repetitivno proizvajanje. Potrošnikov fantazmagorični užitek ni zavrt v posedovanje (tisto "pravo" posedovanje — neki nejasni zadovoljivi standard, je v tem vzorcu pomaknjen v "bodočnost"), temveč v kupovanje, v akt pridobivanja.

Videografska (tehno)loška paradigma ima torej dovolj jasn koren. Njeno pertinenco tehnološkemu/logičnemu univerzumu podkrepljuje znana ekonomičnost magnetoskopskega traku: mogoče ga je *brisati* in na njegovo mesto posneti drugega; v *igro snemanja* je že vpisano presnemavanje. A nekatere značilnosti videa (predvsem v navezavi na TV in njeno politično-ideološko vlogo) so nagnale mnoge avtorje, da so začeli razmišljati o njem kot o sredstvu *političnega boja*.

Ali je video lahko politično orožje? V okviru obstoječega distribucijskega sistema (galerije, muzeji, šole, priložnostno uradna TV) je prihranjen istim socialnim strukturam, v katerih se navadno regrutirajo "porabniki" teh institucij. Tudi bodoča trgovina z že posnetimi video trakovi bo odrezala nižje socialno-ekonomske sloje. Že utrjene distribucijske mreže gramofonskih plošč in magnetofonskih kaset so pokazale zgolj svojo vključenost v porabniško in potrošniško strukturo že-obstoječega in to strukturo prej

izpopolnjujejo kakor revolucionirajo. Vendar pa je video omogočil nastanek novega pojma, ki *pomeni* politično grožnjo, pojma alternativne TV. Na noben drug način video ne more pomeniti "kontra-informacij", že zaradi čisto kvantitativnih prednosti TV, pa tudi zato, ker ga specifični pogoji determinirajo predvsem v smer umetnosti. Kot politično orožje bi lahko nastopil šele tam, kjer bi imel možnosti strukturiranja informacij, torej v soočenju na istih tleh. Toda v praksi je protislovnih informacij pravzaprav največ in človek se že dolgo ni več sposoben docela orientirati v poplavi različnih racionalizacij, afirmacij, negacij, ponovnih afirmacij, eliptik, tako da je alternativna TV po vsem sodeč samo še mit(7), ki se v praksi podreja ekonomskim zakonitostim tržišča.

Razvoj videa v smeri umetnosti je razumljiv, vsekakor pa največ komentiran, čeprav to še zdaleč ni njegova edina "uporabnost" ali boljše "uporabljajenost". Nasprotno: zdi se, da je z epitetom "umetniški" video ravno zgubil politično ostrino, saj se je lepo prilagel mitu umetnika v družbi in vsem fantazmam, ki gredo zraven. Kljub mnenju, da je video "korak v procesu, ki ukinja ritual gledalca v umetnosti", je treba (če izključimo "dostopnost" TV) še zmeraj "iti v tempelj, da bi jo videli"(8), bodisi v galerijo bodisi v trgovino. Nekateri zato pripisujejo velik pomen *individualizaciji* videa, ki v geslu "bodi svoj umetnik" omenjenega mita še ne ukinja. A s tem dobi video razsežnosti, ki bi jih lahko imenovali "terapevtske", recimo v smislu pozitivne regresije v lacanovski *stade du miroir*(9). Videografija je seveda uporabna tudi kot način dokumentacije, ki pa ima širše razsežnosti, takoj ko prične analizirati svoj kod(10). V teh primerih je res "video prej delovna metoda kot specifičen medij"(11), vendar daleč od kakršnega koli metadiskurza.

Očitno v zvezi z videografijo ne moremo govoriti ne o vpeljavi tehnologije v umetnost ne obratno. Njen razvoj je v nečem podoben razvoju filma: po prvotni fascinaciji nad možnostjo "rekordiranja stvarnosti" se je kmalu izkazalo, da to "rekordiranje" ne ustreza nobeni stvarnosti/referentu, temveč da je kodificirano v sistemu z novimi učinki pomena. O estetičnih dispozicijah lahko govorimo že na predformalizirani ravni: tehnologija je v slabo reflektiranem meščanskem govoru vselej že estetizirana, ker je "čista" — ker je iz nje izrinjen subjekt dela, delavec, in ostane le še strokovnjak — ter zaradi (ideološkega) mesta, s katerega nastopa, namreč kot "rešitelj", "pomočnik", zlasti pa "nosilec napredka", skratka ker se veže na meščansko pojmovanje "dobrega" in (moralno) "lepega". Paradoks, da je sodobna tehnologija prav toliko tudi uničevalna (tehnologija oboroževanja, ekološki problemi itd.), skušajo apologeti ovreči s tezo o njeni "nevtalnosti" in "odvisnosti od uporabnika", medtem

ko se dejansko v njej zgošča in povnanja prav obstoječa protislovnost kapitalističnih proizvodnih odnosov.

Označevalni mehanizmi na način estetizacije križajo dinamiko želje in dinamiko družbene reprodukcije ter uveljavljajo "tehno-umetniški" govor — ne kot kak utrošek, temveč kot izjemno naložbo. Potrošnik investira vanj, da se naslaja nad virtualno izpolnitvijo tehnološke vizije, nad *možnostjo* neke produkcije, torej nad fantazmo napredka, ki osmišlja njegovo delo. Pravi producenti "projektov" so institucije, ki tehniko plasirajo in jim "projekt" služi bodisi neposredno za boljšo prodajo, bodisi posredno za tehnološko ideološko infiltracijo. Tehnika, ki fascinira, nastopa tudi kot vzvišče libidinalne ekonomije; kaže se kot *sam užitek*, čeprav ga — v zgolj regresivni potešenosti — le re-prezentira, usmerja v iskanje zmeraj novih in fascinirajočih igrac. Tak "užitek" je zmeraj drugje: tak proces vzdržuje konstantno distanco do svojega cilja, da lahko vzdržuje *samega sebe*(12).

Govor, ki ga vpeljuje kodeks estetizirane tehnike videografije, se prelamlja prav na mestu, kjer skuša nastopati kot "užitek gledanja": skozi prazen ekran nas vrača na raven podobe-investicije, spektakularnega. Niti za las se nismo približali užтку; pojavil pa se je kodeks, ki na poseben način izpolnjuje prazen ekran, tj. mesto imaginarnega (samo)ogledovanja, kamor je mogoče projicirati vse fantazme identitete(13). V videografskem kodeksu je "nova" artikulacija želje oz. institucija "ustreznosti" mehanizmov njene halucinantne izpolnitve. Ta kodeks je homogen "novemu jeziku", vendar ireduktibilen na abstraktni "medij" in tudi na analizo sumarnega tipa (TV = radio + slika). To onesposablja univerzalističen pristop h "gramatiki medijev" in seveda tudi eksplikacijo videografskega kodeksa z instrumentarijem — recimo — filmske analize; analiza je možna le v opredelitvi razlike do drugih kodeksov, se pravi v opredelitvi njegovih specifik(14).

Eden od osnovnih semantično-simboličnih elementov videografije je *feed-back*: nastane pri usmeritvi kamere v monitor. V tem "ogledalnem učinku" videa je gledalec voyeur, njegov objekt (video) pa občuje sam s seboj. Narcisistična transferenca do predmeta se uokvirja: *feed-back* gre "preko vseh meja" — voyeur gleda svojo praznino v praznini drugega in se pri tem polni s svojimi podobami(15).

Vsi prijem, karakteristični za video, so določeni z elektronsko tehnologijo. V simbolnem sistemu se zato pojavljajo znaki, ki so bili prej zgolj indeksi (ali pa — v matematiki — formalno logične abstrakcije) ali celo šumi: krivulje (sinusna itd.), številke, nihanje žarka v katodni cevi. Za *sinhronizacijo* vemo, da jo le elektronika dosledno omogoča, ne le sinhrono nastavitve slike in zvoka(16), temveč tudi slik z različnih kanalov.

Že s primernimi elektrotehničnimi prijemi je mogoče sliko tudi *transformirati*. Primer "spontane" transformacije je slika na pokvarjenem televizorju, ki jo obvladujejo črte, valovi ipd.(17). Če sta sinhronizacija in transformacija sinhroni — prečni — obdelavi signala, je *metamorfoza* njen diahroni korelat. Montaža v filmskem smislu — se pravi rezanje traku — toda v videografiji je mogoče preskakovati s kanala na kanal, spreminjati in mešati različne forme ("ikone"), bodisi s "pretapljanjem" (docela elektronskim postopkom), rezom ali platenjem. Rez tukaj ni filmski šiv, temveč premik ali sprememba v prostoru ali času, pri čemer vsaj en element prostora ostane na svojem mestu. Časovni vzorec je mnogo labilnejši kot v filmu, mogoče mu je poljubno spreminjati smer in prilagajati hitrost. V principu dvodimenzionalna slika dobi tretjo razsežnost s *plastenjem*, podobno kakor freska, pri kateri odkrivamo spodnje plasti. V razliko od fresk lahko video "restavrira" tudi vrhno plast, jih poljubno menjava ali z uporabo črne (nerefleksivne) barve kaže tudi več hkrati; tako lahko dobi tudi stvarni globinski učinek.

Kaže, da se kod, ki ga razvijajo ti prijemi, že norčuje iz mimetske ikonografije kot kriterija-argumenta "višjih kodificiranj"(18). "Sporočilo" onemi, kajti v skrajni konsekvenci voyeur ni ne subjekt ne objekt dogajanja, ki ga opazuje. Spostavlja pa se *transferenca* (prav tu se izkaže, kako šibak je pojem "identifikacija", kjer gre samo za en vidik transference). Struktura "sporočila" in "psihična konstelacija" transferenta nista heterogeni, pripadata isti označevalski mreži, zato lahko "sporočilo" zmeraj računa na določen učinek smisla in afekta. To se najbolj radikalno izkaže pri videu, v njegovem kontekstu so ezoterična, introvertna in "iracionalna" dela dejansko smiselna in pertinentna njegovemu kodeksu. Video je "gol in nesramen" (ne le kot "oko kamere", temveč tudi v tem, da *gledano* zapre v škatlo — pogosto podkrepljeno s prostorsko irealnostjo studia — in tam obdrži tako dolgo, kolikor mu dopušča material, ter da lahko s njim čisto brez njegove vednosti manipulira v skladu z omenjenimi videografskimi postopki; celo in še posebej avtor sam s svojo podobo) in kakor na primer sanje ali halucinacije lahko proizvaja smisel v združevanju najbolj protislovnih momentov označevalske mreže. Video za sedaj najbolj dosledno izpostavlja mehanizme tehnološke zavesti, se pravi mehanizme (imaginarnega) razreševanja notranje protislovnosti fantazma napredka; predvsem tam, kjer te protislovnosti proizvaja.(19) Videografski kodeks je dostopen analizi vsaj v tem smislu, da manifestira strukturno povezanost tehnoloških momentov. Perspektivo ima kot hevristični (interpretativni v analitičnem smislu) model tehnološkega obvladovanja psihike, kot strastna, angažirana, gotovo pa erotična skušnja imaginarnosti tehnološke izpolnitve želje.

Opombe:

- 1 Maria Gloria Bicocchi: Upotreba i zloupotreba video-vrpce u Evropi — pitanje nesporazuma i improvizacije. Spot 10—1977.
- 2 Priložnostno pripušćanje posameznikov iz teh skupin k besedi je seveda čisti bluff: otroci govorijo kot odrasli, "marginalci" kot "normalni" itd. Če ne, poskrbi za to komentar oz. kontekst v celoti.
- 3 Bicocchi, op. cit.
- 4 Tukaj bi bilo morda treba spregovoriti o "dvojnem vpisovanju" reklame: "željeni objekt" je asociiran z določeno (socialno) situacijo (uspehom v družbi, uspehom v "ljubezni", situacijo "brez skrbi") in učinek reklame sovпада z investibilnostjo te situacije. "Objekt" reklame (reklamirani proizvod) je predstavljen kot manko njenega "subjekta" (ki mu je reklama namenjena), akt kupovanja pa predpostavljen kot "subjektov" cilj. ... Zanimiv je tudi učinek "skrivnostnih" reklam, takih brez eksplicitnega "objekta". Brez navezave na vedno predpostavljeni cilj — kupovanje — bi bile brez učinka. Njihov "objekt" je prikrit pod fasado nečesa pomembnega-novega-vrednega, kar da se bo pojavilo. Namigi tega tipa so seveda nadvse pornografski.
- 5 Politično kontrolo TV — ki je povsod v rokah vladajočega razreda — omogoča njena centraliziranost, "asimetrija" (Antin) med sprejemniki in oddajniki. Brecht je 1932. leta predlagal, da bi izdelovali "dvosmerni radio", sodeč da odločitev o produkciji zgolj sprejemnikov ni ekonomska, temveč politična. (Po W. Herzogenrathu: Video Art in West Germany. Studio International, May/June 1976.)
- 6 Tehnologika je specifična organizacija mitomov, ki obvladujejo naš čas; fantazma napredka vzdržuje mit "svetle bodočnosti", analogen mitu o kralju Matjažu.
- 7 Prim. Richard Kriesche: Video — mit i realnost. Spot 10—1977.
- 8 Prim. David Ross: Interview with Douglas Davies. Video Art (An Anthology), comp. & ed. by I. Scheider & B. Korot; Harcourt Brace Jovanovich, New York London, 1976.
- 9 Stuart Marshall: Video Art, the Imaginary and the Parole Vide. New Artists Video, A Critical Anthology, ed. by G. Battcock; E. P. Dutton, New York, 1978.
- 10 Kriesche: "Video je hkrati predmet raziskovanja in sredstvo raziskovanja." Ne preveč nenavadna "terapevtska" praksa na nekem ameriškem psihoterapevtskem institutu se je razvila prav iz "dokumentarne uporabe" videa: v okviru psihodrame ekshibicionista

prisilijo, da se sleče in pred občinstvom razlaga svoje "občutke"; vse to posnamejo in potem predvajajo pacientu. — Drug primer: "Nixon Rape Tape", na nepojasneni način ukradeni trak z Nixonovim pripravljanjem "poslovnega govora". V osnovi "dokument" ima po tem aktu daleč širše politične in ideološke implikacije.

- 11 Vito Acconci: 10-Point Plan for Video. Video Art.
- 12 Na ta način je prazen ekran pomembnejši od tistega, kar lahko nanj projiciramo: medtem ko je z vseh strani slišati pritožbe, kako zanič je TV program (torej je užitek lociran v nečem, česar "še" ni), hkrati seveda ti, ki vedo, da je program zanič, zapolnjujejo lep kos svojega časa prav pred ekranom.
- 13 Prazen ekran predpostavlja sliko, torej je že njegova prisotnost izpolnitev potrošnikove investicije.
- 14 Prim. psihoanalitično obdelavo S. Marshalla. op. cit., in nekoliko bolj "semioleški" pristop Renata Barillija: Video-recording u Bologni (Televizija danas, ur. Vera Horvat-Pintarič; Bit International galerije grada Zagreb, 1972).
- 15 S sliko feed-backa je mogoče tudi manipulirati, npr. jo zadržati (s snemanjem na trak, ki je napeljan skozi drug VTR — video-tape recorder — z monitorjem). "Vsebinske" performance se nič ne spremenijo, dobi pa razsežnosti komaj dojemljivega "vozla".
- 16 Steve Reich, skladatelj, sinhronizira sliko k zvoku, kar je moč v videografiji — v razliko od filma (npr. Tommy, Čarobna piščal) — zlahka doseči.
- 17 Transformacija je pravzaprav isto kot in-formacija, saj forma nastane v "mediju"; vendar prvi izraz ni neupravičen, saj je vsaka formacija odvisna od nastavitve oddajnika in sprejemnika. Neka (ideološka) "prava" nastavitve je le ena od mnogih.
- 18 Prim. Umberto Eco: Konture semioleškega istraživanja TV poruke. Televizija danas.
- 19 J. Krueger & P. Barr sta napisala performativno delo (Sonya), v katerem nastopajo poleg dveh "živih" igralcev trije monitorji z vnaprej posnetimi "vlogami". — Lord, Michels & Schreier so izvedli projekt "Media Burn": v zaigranem političnem mitingu so zapeljali prirejeni Cadillac skozi piramido dvainštiridesetih TV sprejemnikov (neki fotograf, gluhi od rojstva, je ta zvok baje zaslišal). (Video Art) — Daviesov projekt ni nič manj "iracionalen": vključeni video monitor je zakopal pod zemljo. (New Artists Video)

