
ULRIKE ROZENBAH

VIDEO KAO MEDIJ EMANCIPACIJE*

ZAŠTO SU UMETNICI POČELI DA RADE S VIDEOM? ŠTA NAS JE TAKO FASCINIRALO?

Prve video-radove videla sam na izložbi „Prospect 71“ u Düsseldorfer Kunsthalle. To su bili radovi američkih umetnika i pošto sam kroz par razgovora prikupila dovoljno tehničkih informacija postala mi je jasna jedna stvar: ta mogućnost snimanja, skladištenja i reprodukcije pokretnih slika bila je prava stvar za moj rad. Sistem oslobođen komplikovanog postupka razvijanja koji mi pruža mogućnost da snimam sama bez ikakve tehničke pomoći i bez zamornog traženja stola za montažu — to je za mene bio video. „Strašna stvar“ s kojom je odmah moguća kontrola pred kamerom, proverena na monitoru, posmatranje snimljene sekvence — kao crtež, slika, isti radni postupak; to me je zanimalo na videu.

Nekoliko meseci posle mog prvog susreta s videom kupila sam u robnoj kući za DM 999,00 svoju prvu video-opremu u kojoj je bila i jedna sasvim jednostavna kontrolna kamera. Godinama sam tako radila proste crno-bele snimke. Počela sam da se kontrolišem kamerom; svoj život, svoju okolinu, svoje pokrete tela, svoja psihička raspoloženja. Eksperimentisala sam, pokušavala sam u malim prostorijama da proširim rad s kamerom i pri tome osećala sam se veoma dobro. Bilo je tako reći božanstveno jer je za mene to predstavljalo totalnu autonomiju. U to doba televizija me je malo zanimala, a u početku nisam mnogo marila ni za kritički aspekt novog medija. Sve je bilo isuviše novo. Moje društvene ambicije podudarale su se sa studentskim pokretom kasnih šezdesetih godina. To mi je bilo duboko u kostima.

*) Ulrike Rosenbach, Video als Medium der Emanzipation, u: Wulf Herzogenrath, Videokunst in Deutschland 1963—1982, Verlag Gerd Hatje, Stuttgart.

Na sve nas je bitno uticao Walter Benjamin sa teorijom umnožavanja umetničkog dela, idejom koja nije dozvoljavala da samo poneki bogataši ili neke galerije i muzeji poseduju umetnost. Parola je glasila: „Umetnost za sve“ pomoću reprodukcije i serijske proizvodnje. U to doba množila su se grafička izdanja kao pećurke posle kiše. Fotografija je postala popularna. Ideja o neograničenom broju kopija jedne slike imala je namenu da pospeši širenje umetnosti u masovnom društvu. Heartfieldov (*Heartfield*) *Dadaistički fotograf radnika* iz dvadesetih godina postao je obavezna literatura. Međutim, za medij video nije od presudne važnosti samo mogućnost umnožavanja traka. Carobna reč je zapravo glasila: „emitovanje“, „broadcasting“ i „televizija“.

Napokon smo bili u stanju da pomoću video-tehnike autonomno emitujemo, i to direktno, uživo. Najzad su umetnici osetili da mogu da umnožavaju svoje radove ugledajući se na društvenu stvarnost. Televizor, svojevrsni „oltar“ moderne porodice, omogućio bi da najmanje 60% stanovništva prima naše emisije.

To su bile naše teorije, naši snovi! Video-emisijama hteli smo da dostignemo takav stepen širenja kulture kakav nijedan muzej, galerija niti knjiga ne bi mogli da dostignu. Najednom je svest o promeni procesa recepcije bila svugde oko nas.

Svi su odjednom imali potrebu da se time bave, uz to su nastajale i odgovarajuće teorije, „vizuelna komunikacija“ koja je počela da učestvuje u oblikovanju našeg učenja, kao semiotika i lingvističke teorije. Našu pažnju su zaoкупljali spisi Rolana Barta ili Umberta Eka. Muzeji i galerije su, također, bili obuhvaćeni potrebom da se kultura i umetnost posreduju na jedan drugačiji i nov način. Shvatanja o novim procesima recepcije su dovela do promena u kulturnoj ponudi. Ona je postala složenija, šira i multimedijalna da bi privukla veću i mlađu publiku. Galerije su menjale nazive u informacione centre i studije. Širenje kulture je imalo veću važnost od prodaje. Bila su to teška vremena za trgovce umetninama.

Sve je to još bio početak, atmosfera je bila puna nade u novi elektronski medij na polju kulture — video. Rat, naoružanje i svemirska putovanja, za čije svrhe je najpre bila otkrivena video tehnika kao „oko velikog brata“ bili su potisnuti i zaboravljeni. Nije se dovoljno pažnje obraćalo na moć televizije, kojoj je naša benjaminovska teorija morala izgledati tako naivno i smešno. Televizija u Zapadnoj Nemačkoj je bila na pravom putu da postane tvrđava ideologije tehnologizma, nepristupačna

za kritičke eksperimente: „tehnički kvalitet je i suviše loš“, tako je glasio odgovor na naše zahteve da pravimo video-emisije „sadržaji nisu dovoljno zabavni“. Tržište umetničkim delima hladno je reagovalo na naše, pune entuzijazma, eksperimente s novim medijem: „slaba prodaja!“ Niko nije imao video-uređaje za reprodukciju. „Dosadno!“ — niko nije shvatio novu estetiku.

I tako je došlo do toga da video ostane samo na margini, u opoziciji, iako je u kulturi sedamdesetih godina bio najvažniji novi medij.

Težište aktivnosti je tada bilo pomerenom na eksperimente i produkcije. Presentacija radova je postala stvar jedne male grupe avangardnih institucija i mecena (na primer Openhajm Studio, Keln). Široka javnost uopšte nije shvatila fenomen video-kulture i nije opazila njenu širinu i značaj. Video umetnici su sačinjavali jednu *Insider-Outsider-Scene*, međutim, naši interesi su se podudarali s interesima drugih video-stvaralaca.

„Praviti video, sam povezivati, učestvovati, sastajati se, postati punoletan, uraditi nešto nezavisno...“ (ovako glasi naslov jednog teksta u časopisu *Video-Magazin* iz 1978. godine).

Nisu se samo umetnici latili novog medija. Nastali su medijski centri (npr. Medienladen u Hamburgu), video-biblioteke (Video Jun u Vanuveru, Kanada), u kojima se mogao naći bogat izbor video-radova za iznajmljivanja i izgrađena je značajna međunarodna komunikaciona mreža. Pojavljivali su se „Networks“ i mali kablovski sistemi, video-radovi sa socijalnom tematikom iz raznih gradskih četvrti (Kölner Wochenschau), produkcione grupe (Video Heads u Amsterdamu, Alternativ Television u Kelnu). Odatle potiču mnoge grupe, a ne samo ovih nekoliko koje sam ovde navela. Oformljena je jedna internacionalna zajednica video-stvaralaca i zainteresovanih; svi su radili iz istih razloga i s istim ograničenjima.

Skoro sve video-inicijative s kojima sam upoznata realizovane su na lakoj prenosnoj oprerni koja ima prednost nad velikom studijskom mašinerijom u tome što je jeftina i zgodna za rukovanje. Nisu bile potrebne velike prostorije za snimanje, mogli su se lako prenositi — marker Portapak 2-sistemi — što je bilo izuzetno korisno za snimanje dokumentarnog materijala.

Pored toga i samo snimanje išlo je jako brzo. Jednostavno se Portapak odnese na mesto događaja i odmah se može emitovati ono što se dešava — to je bio uobičajeni način direktnog

prenosa sa terena (Channel 13. New York/Köln-er Wochenschau). S malo poznavanja tehnike i zalaganja nastajali su privatni kablovski projekti koji su odražavali zajedničke interese građana pojedinih kvartova ili delova grada, kao na primer 1974. godine u Mill Valleyu kod San Franciska. Tamošnje pop i rock grupe (među njima i grupa Grateful Dead) naravile su od stare benzinske pumpe kablovski sistem za čitavo selo.

Produkcione grupe često su se udruživale na osnovu istih interesa kao i zbog finansijskih nevolja. Zajednički su nabavljani i dopunjavani video-uređaji. Veći projekti mogu se snimati samo u većim produkcionim grupama, kao na primer snimanje s više kamera ili multimedijalne akcije. Jedna od najstarijih video-grupa je Videoheads, čiji je osnivač Džek Mur (Jack Moore) pravio maštovite eksperimente s jednostavnim video-aparatima. Sve te inicijative oblikovale su jednu video-kulturu, okupile odvojenju i autonomnu grupu ljudi koja se sretala na video-konferencijama i video-mitinzima (Dani videa u Erlangenu) da bi diskutovala, razmenjivala informacije, pokazala svoje radove, itd. Upadljiv je bio broj žena koje su učestvovala u video-produkcijama, kako u oblasti umetnosti tako u okviru rada medijskih grupa na socijalnom planu. Nisu mi poznati svi razlozi koji su uticali na to da se toliko žena lati videa.

Video nije unapred opterećen kulturnom istorijom kojoj su vekovima samo muškarci bili ti koji određuju kriterije kvaliteta. Video je još uvek čist medij, neopterećen i relativno oslobođen od unapred oformljenih sudova; na raspolaganju stoji široko otvoreno polje za eksperimente. Raznovrsne mogućnosti kombinovanja, tehnički jednostavnije rukovanje nego s filmom, kombinovanje sa zvukom, dokumentarni i igrani film, mogućnost ukomponovanja fotografija i drugih materijala koji se upotrebljavaju kao kolaži, predstavljaju veliki podsticaj formulisanju novih sadržaja koje žene imaju da saopšte. Vreme početnog eksperimentisanja je završeno. Mislim da nam je pre svega nedostajalo poverenje društva u autonomni rad.

Iskusili smo da autonomni i samostalni rad sa medijima ne odgovara manji jedne moderne industrijske države za kontrolom. Saznali smo da se kod nas kritičko držanje u radu sa medijima i drugde suviše brzo smatra destruktivnim besom. Trauma, koju su ostavila dva svetska rata na naše roditelje, izgleda da je još uvek na snazi.

Prosperitet i konjunktura naspram nove društvene stvarnosti stavila nas je pred proble-

me koje početkom sedamdesetih godina uopšte nismo mogli da sagledamo. Početkom nove decenije primećujemo da moramo menjati naš pogled na novonastale probleme.

Video-tehnika, koja je još pre deset godina činila početne korake stekla je poprilične razmere. Široka potrošačka podela videa na sisteme VHS (Video-Home-System) i Betamax koji su „dostupni svačijem džepu“, raznovrsna upotreba video tehnike za kontrolu u bankama i saobraćaju, proširenje u tehnici prenosa vesti, objedinjenje u digitalnoj tehnici koje predstoji — da navedemo samo neke — otvara mnoštvo problema i prilično nepovoljnih izgleda s kojima moramo da se pozabavimo ako želimo da na polju kulture i dalje radimo s videom.

Čitava tehnika našeg veka seže svojom političkom dimenzijom i u video-tehniku. U međuvremenu saznali smo koliko nam je sistem manjkav kada dođe do nedostatka određenih sirovina; kako nas političke ideologije čine potpuno zavisnim od funkcionisanja industrije. Znajući taj razvoj jedva se usuđujem da upotrebim reč autonomija za video kao tehniku. To je čudna situacija. Ona nas uči da se video mora uvek upotrebiti u političkom kontekstu. Video je nova i moderna tehnika koja je bila dosta zloupotrebljavana, kao što nam pokazuje i sama istorija njegovog pronalaska. U tom smislu video je pre svega politički medij. On nije unapred opterećen istorijom umetnosti kao na primer slikarstvo, već politikom.

Kada snimam, onda se u mom misaonom polju nalaze ključne reči kao „televizijski program“ ili „reklame“. Dok radim svesna sam potrošačkih pritiska koji nastaju kupovinom video-uređaja i koji se odnose na konzumiranje sportskog, zabavnog, pornografskog i pustolovnog programa koji znači više od potrošnje; naime, tu se očitava sedativna i potrošačka taktika našeg doba. Kao video-umetnica imam direktnu mogućnost da se u to upustim ili da se okrenem protiv toga u smislu alternativnog suprotstavljanja. Rad sa klišeima našeg društva je jako blizak videu, tako reći u samom mediju. Ako želim da snimam videom ne mogu zaobići činjenicu da te klišeje moram uzimati u obzir. Taj teret sam medij vuče za sobom. Svesno baratati time znači raditi autonomno, a distanciranje od toga znači emancipaciju. To opet znači ići sopstvenim putem, i na tom mestu se sažimaju misli i zaključci ne samo za video kao medij nego i za svaki kreativni rad u životu.

(Preveo s nemačkog DRAGAN SIMIĆ)