

Dejan Grba

Fast Forward

Problem narativnog videa

Ako se značaj nekog tehničkog rešenja meri učestalošću njegove upotrebe, onda *Fast Forward (Cue)* treba smatrati najvažnijom komandom komercijalnog videa. Ubrzani pregled video zapisa je daleko najčešća operacija nad video materijalom. Uzrok ove pojave najlakše možemo uočiti u činjenici da, stalnim ubrzavanjem i usložnjavanjem medijskih sadržaja, recepcija prosečnog gledaoca može da obradi sve veće količine informacija.

Neprestano tragajući za idealnom kombinacijom robe i dobiti, kapital je pronalazi u informaciji koja, iako je tek relativno nedavno postala ekonomski upotrebljiva u svom čistom stanju, oblikuje neku vrstu horizonta događaja. Zbog toga komanda *Fast Forward* zapravo nije toliko sredstvo kontrole, koliko pomagalo koje potrošaču omogućava konzumaciju informacija. Neuro-fiziološka pouka da kvalitet svesne percepcije ne raste preko određenog praga, pa samim tim ni vrednost primljene informacije, ukazuje koliko je ova transakcija problematična.

Informatička uslovljenost prosečne publike nalaže i određene metode promišljanja, strukturiranja i oblikovanja video programa i u komercijalnoj i u umetničkoj produkciji. Video je umetnicima postao dostupan sredinom šezdesetih godina prošlog veka ali je i pored potentnih medijskih svojstava (slika, pokret, zvuk, simultanost, interaktivnost) umetnička video produkcija u celini brzo postala relativno ujednačena i neinventivna. Pa ipak, video je i danas široko rasprostranjen pre svega zato što je ekonomski dostupan, jednostavan za upotrebu i jeftin za proizvodnju i distribuciju, uz još uvek pomalo svež imidž.

Svoj društveni autoritet video u znatnoj meri preuzima od filma, kao i niz predrasuda koje otežavaju njegovu umetničku artikulaciju i u krajnjoj liniji bitno sužavaju polje njegovog uticaja. Znatna deo umetničke video produkcije danas orbitira oko dokumentarne ili kvazi-dokumentarne forme uz adekvatnu narativnu strukturu koja takođe spada u filmsko nasleđe. Film je u nastanku bio skup medij i to je ostao do danas zbog monopolizovanja njegovih ideoloških kapaciteta koji se temelje u snažnoj identifikaciji publike i masovnoj distribuciji. Film je učinjen industrijskim medijem a filmska umetnost je postala 'industrija snova' sa velikim demagoškim uticajem, ali proporcionalno malim umetničkim dejstvom. Kapitalistička monopolizacija filma se ogledala u nizu konceptualno-tehničkih sukoba između entuzijasta-eksperimentatora i finansijera, o čemu, na primer, svedoči brzina kojom su zvuk i boja svedeni na puke narativne elemente. Oni su uvedeni i podržani pre svega da bi se kao dominantni princip filmske umetnosti održala realistična naracija ili 'pričanje priče' (prenošenje mita) čija ideološka moć nije izgubila na značaju još od početka civilizacije. Isto važi za većinu kasnijih tehnoloških inovacija. Film je krajem osamdesetih široko prihvaćen kao 'dobro poznat' medij i ideološki instrument čiji su svi važni činiooci već apsolvirani, a dalji eksperimenti se odvijaju pre na tehnološkom i formalnom nego na strukturalno-konceptijskom ili umetničkom planu.

Činjenica je, međutim, da i pored obimnih proučavanja i brojnih studija koje prate film i video od njihovog nastanka, poznavanje perceptivnog dejstva nekog medija u određenom kontekstu ne čini taj medij zaista poznatim. Film i video, kao i svi drugi umetnički mediji, uvek su prvenstveno apstraktni, a formalizacija, kontekstualizacija i informativnost njihovih sadržaja zavise od interakcije sa publikom. Ipak, u kojoj meri? Poimanje izražajnih mogućnosti filma i videa kod najšire publike je uglavnom površno, dok hronično inertna i izveštačena produkcija umetničkog videa ukazuje na problematičan medijsko-autorski pristup i samih umetnika. Ove konstatacije, razume se, ni najmanje ne ograničavaju kreativni potencijal umetničkog videa, pa ni onog koji koristi naraciju. Pa ipak, najzanimljiviji video radovi nisu eksplicitno narativni ili na različite načine preispituju narativne granice ili svoj uspeh duguju zadržavanju publike na njihovoj narativnoj komponenti.

Narativni umetnički video se zasniva na oportunističkoj ideji da, slično kao film, i video rad 'priča priču'. Identitet umetnosti se, međutim, temelji pre svega na događaju koji je čini uzbudljivom i transkulturno prepoznatljivom. Suština događaja je apstraktna, a uspešna formalizacija i naracija stvaraju uslove da se doživljaj te apstrakcije reprodukuje ili rekonstruiše. Drugim rečima, dok umetnost uvek nastaje izvan medijskih 'pravila' i kulturnih konvencija koje umetnik usvaja zato da bi ih prevazišao na inteligentan način, video art gradi svoju popularnost na svom društvenom autoritetu koji se uglavnom ne preispituje. Savremena informatička inflacija ima za posledicu nestanak značenja tako da je naracija svedena na prenosioca beznačajnih informacija. Većina narativnih umetničkih video radova zbog toga je nezanimljiva i nesposobna da podstakne posmatrača na bilo kakvo učešće. *Fast Forward*.

Danas, Com_medi@ br. 18, april, Beograd, 2001.