

NEVEN KORDA

UŽITEK V

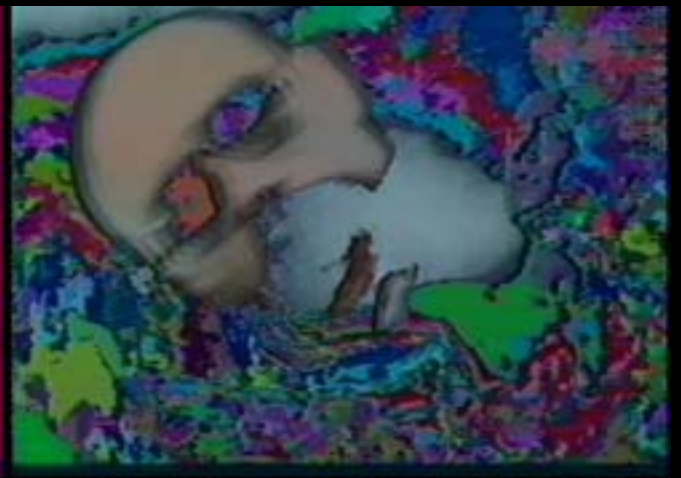
DISCIPLINI

Spraševala: **Nika Grabar**

Video *Discipline* je nastal kot del serije videospotov skupine *Borghesia*. Celotna serija nosi naslov *Triumf želje*, ki s svojim naslovom očitno asociira na film *Leni Riefenstahl Triumf volje*. Zakaj takšen naslov in kako ste se na film referirali?

Triumf želje je resnično moj naslov, ki se sicer referira na Riefenstahl, po drugi strani pa se nanaša predvsem na situacijo, v kateri so ti spoti nastajali. Nekatere stvari sem namreč delal po tem, ko nisem bil več del *Borghesie*. Približno pol leta po razpadu skupine sem še grizel kolekcijo spotov za *Triumf želje*. Želel sem ustvariti neko celoto in naenkrat je vse propadlo. Kljub temu sem hotel projekt realizirati. Spoti so nastali, kar je zame pomenilo, da je triumfirala neka želja. Zato tudi naslov *Triumf želje*. Serija spotov je bila nato izdana v nakladi približno tristo izvodov. Premiera je bila v Kinodvoru, takrat kino Sloga, kjer so se še vedno predvajali pornografski filmi. Vendar je bil to edini kino, ki je imel videoprojektor za kino.







Discipline v Triumf želje, kompilacija glasbenih spotov skupine Borghesia, umetniški direktor Neven Korda, producentka Zemira Alajbegović (Ljubljana: FV Založba / ŠKUC-Forum, 1989).

Ali ste se na film *Triumf volje* referirali tudi v formalnem smislu?

Umetnostnozgodovinsko, se pravi formalno, se seveda video referira na Leni Riefenstahl. Rad pa bi opozoril, da ne v ideološkem smislu. Leni Riefenstahl je preprosto uporabila novo tehnologijo in z njo skonstruirala videoprenos (televizija) okrog stadiona. Meni pa je šlo predvsem za osebno raven, za neko željo, ki sploh ni imela ne (vnaprejšnje) pravice ne (objektivnih) pogojev obstajati. Dejansko je bila želja tista, ki je proizvedla video spot(e). Še danes se mi zdi zelo dobra večnivojskost tega naslova. Poleg tega je vredno omeniti, da je takrat pri našem pojmovanju obstajala razlika med voljo in željo, kar na nek način poseblja tudi razliko med NSK in Borghesio. To različno pojmovanje je pomenilo razliko v odnosu do družbe v celoti: kaj je pri osebnosti pomembno? (Jasno, tega se ne da ločiti, je pa lahko zanimivo za analizo.) Ali je to volja do moči in je potem volja tista, ki triumfira, ali je to stil življenja in obnašanja, približevanje svoji želji v dobesednem lacanovskem smislu? Sklep je, da ne obstaja nobeno zrcalo, ne obstaja nobena raven, ki bi jo prebili in tam našli to željo, temveč je smisel življenja kroženje okrog želje, nenehno hranjenje želje s kroženjem okrog nje. Če povzamem, lahko rečem, da se naslov nanaša na tri nivoje (umetniškega) delovanja: osebni, formalni in psihofilozofski.

Po drugi strani je njen film dokumentiral dogodke v specifičnem časovno-prostorskem kontekstu. Naboj vzpona Hitlerjeve oblasti se naveže na dogodke olimpijskih iger. V vašem videu *Discipline* gre za obrat, za kritiko, pri čemer se fragmenti časa in prostora sestavijo v emotiven prostor. Zgodba se prične s črno-belimi posnetki, ujetimi v podobo televizije. Ali se video s tem poskuša kontekstualizirati?

Po vseh teh letih lahko video analiziram tako ali drugače. Namen spota *Discipline* ni bil nikoli umeščanje kamorkoli. V osnovi gre za prepletanje različnih ravni: zasebne, zgodovinske in državne (politične). Gre za zgodbo, za političen spot. Prikazani so posnetki s konca leta 1986 in začetka leta 1987. Narejen je bil jeseni 1987 kot reakcija ali opis politične situacije v takratni Jugoslaviji. Formalna umestitev pri tem ni imela pomena – je samoumevna, spontana. Razmišljal sem povsem pragmatično: eno orodje obvladam, kakšno obliko lahko iz tega dobim. Zgodba se je v tistem trenutku izkristalizirala in iz tega sem v dveh letih naredil sedem spotov. Na nek način je *Discipline* podoben spotu *Venceremos*, saj gre pri obeh za nenehno zoomiranje skozi prostor, ki je tako zgodovinski kot elektronski. Zgodovinska zavest se ustvarja elektronsko, gre za nenehno potovanje iz prostora v prostor. V spotu *Venceremos* je to bolj očitno, ker je scen manj, medtem ko je v *Discipline* vse bolj pomešano. Spot *Discipline* je v osnovi zelo enostaven, naiven.

ŽIVELI SMO IN BILI NEMOČNI. SKRATKA, OTROCI POJEJO IN ZA TEM SE POJAVI NAPIS "NEW TITO" KOT NEKAJ SMEŠNEGA, KOT VPRAŠANJE, KAKO JE TO SPLOH MOŽNO. ŠTIRI OSEBNOSTI SO POPOLNOMA NEMOČNE, VSAKA JE ZAPRTA V SVOJEM NEMOČNEM SVETU. MEDTEM KO SE ZUNAJ ODVIJA KAOS, SAM NE MOREŠ NIČ

Začenja ga črno-beli historični uvod, ki prikazuje makedonske gospodinje, ki so se steple zaradi štruc kruha, kar je bil tragičen moment na takratni nacionalistični sceni. Politična manipulacija na eni strani, na drugi pa se ljudje tepejo s kruhom za kruh.

Sledijo podobe zdravih teles v gibanju (*Triumf*), ki se prepletajo s podobami iz filma *Metropolis*, s kolesjem časa. Glasbo, ki s svojim ritmom spominja na dobro utečeni stroj, prekine otroško petje. Črno-belo podobo nadomesti politični kolaž iz osemdesetih, ritem ostaja. Video gradi izkušnjo ravno skozi nenehno preigravanje možnosti, ki jih je tehnologija medijskega aparata takrat omogočila. Do kolikšne mere se vam je zdelo, da vas ta tehnologija determinira, omejuje, ali pa je šlo ravno za nasprotno, da vam je omogočala novo možnost izražanja?

Fotografije makedonskih gospodinj so postavljene v računalnik, ki je bil naše orodje za glasbo in za video. Nato se spot nadaljuje skozi podobe Leni Riefenstahl, ki je za film za olimpijske igre v Münchnu potovala iz Grčije v Nemčijo. Na tej poti je tudi Jugoslavija in telesa sodijo zraven, k bakli, dodal pa sem še posnetke iz filma *Metropolis*. To predstavlja uvod, nekakšen humanizem, zgodbo. Formalne rešitve pa izhajajo iz videa samega, gre za uporabo medija. Podobno kot če kitarist vzame kitaro v roke in igra, igra. Kontekst pride šele kasneje. Dejansko pa se s tem ustvari prostor na ekranu, s čimer sem se takrat veliko ukvarjal. Celuloid namreč zabeleži globinsko sliko. Tako ima film vedno več globinskih planov, pri čemer je pomembno, kateri je prvi, kateri drugi in tretji, saj je vse narejeno s sencami, celuloid pa je sposoben zabeležiti določeno število pik. V nasprotju s celuloidom elektronska slika tega ni (bila) sposobna zabeležiti, (bila) je bolj sploščena. Iz te sploščenosti sem z različnimi okvirji in kijanji (keying) ustvaril večplastno ploskev, kar nato ustvarja vtis prostorov. Ti se nato po zakonitostih

videa spontano selijo. In ravno to je bil cilj konstrukcije spota, da se elementi selijo, so skonstruirani in se pogled nenehno seli ter se nikjer ne ustavi. Nekoliko se ustavi šele na koncu, morda kot napoved vojne. Predvsem gre torej za zgodbo, medtem ko mi je video omogočil, da sem z elektroniko izrazil, kar sem čutil.

Vse v spotu je v gibanju: otroški obrazi, koledar teče, telesa, kolesje. Gre za občutek Človeka. Sledi otroški pevski zbor, ki prepeva »srbsko-jugoslovanske« politične parole. Na Radiu Študent so se iz teh parol takrat norčevali. V programu so imeli celotno serijo tekstov. Vzeli smo jih iz njihovih jinglov, organizirali otroški pevski zbor za snemanje komada v studiu, ki sem ga posnel tudi na video: »Slobodane slobodom te zvali, tebe vole veliki i mali. Dok se Slobo ovom zemljom krečem, narod niko robovati neće.« Ti verzi, situacija v Srbiji, ki je omogočala takšne verze, to je bilo nekaj nestvarnega. Neverjetno je bilo, da se lahko kaj takšnega dogaja. To se mi še danes zdi težko razumljivo. Živelimo in bili nemočni. Skratka, otroci pojejo in za tem se pojavi napis »new Tito« kot nekaj smešnega, kot vprašanje, kako je to sploh možno. Štiri osebnosti so popolnoma nemočne, vsaka je zaprta v svojem nemočnem svetu. Medtem ko se zunaj odvija kaos, sam ne moreš nič.



Neven Korda, foto Jane Štravs, **Disko FV Šiška, 30.7.** 30. 7. 1983, matrica za mali plakat



Neven Korda, videokaseta *Tako mladi*, 1985, plakat



PREDSTAVLJA

————— **Triumf želje**, kompilacija glasbenih spotov skupine Borghesia, umetniški direktor Neven Korda, producentka Zemira Alajbegović (Ljubljana: FV Založba / ŠKUC-Forum, 1989).

Plast zgodovine iz prvega dela se je medtem že zasidrila v podzavest gledalca. Ali bi lahko rekli, da se zgodovina ponavlja skozi nove podobe, z novo tehnologijo?

Lahko, čeprav formalno o tem nisem razmišljal; to pride iz slik samih, je pa dejansko to. Vse, recimo občečloveške scene iz filma *Metropolis*, navsezadnje predstavlja romantičen pogled na zgodovino, ki se prekine po napisu Jugoslawien. Prva naslednja montaža je bodeča žica s Šiptarji. Miloševićeva ideologija kot nekakšno koncentracijsko taborišče. Podoba z otroki v otroškem zboru, ki sledi, je ironija na podobo, ki jo želijo ustvariti vsi totalitaristi: da jih slavijo v otroških vrtcih. To se ne nanaša le na Tita, saj je bil takrat

takšen političen aparat povsod po svetu, v ZDA, v Franciji. De Gaulle je od leta 1958 do leta 1968 vladal kot neke vrste diktator v Franciji, zasedel je oblast, ki so jo leta 1968 študentje zrušili. Če primerjamo kontekst ZDA s Trumanom (in kasnejšimi njihovimi predsedniki) in njegovimi propagandnimi filmi, lahko ugotovimo, da je šlo za isto stvar kot pri Titu. Nasprotno pa je z Miloševićem postal viden ta zasuk politike na globalnem nivoju, ta globalni retro val k znanim vzorcem mednarodne politike (upravljanja sveta) iz konca 19. stoletja. Nekaj, kar se je potem dejansko zgodilo. To je bilo nepojmljivo. Leta in leta so odraščale generacije, ki so verjele, da je bila druga svetovna vojna zadnja vojna, ki se je lahko zgodila. Vse je bilo jasno in vendar se je vse ponovilo. In to začudenje, začudenje nad tem, da je to mogoče, je bila tema spota. Istočasno je bilo zame pomembno, da je bila tema lepo izpeljana, razkošno, baročno, kar velja tudi za ostale spote *Triumfa želje*.

Medijski kaos političnega kolaža celo nekoliko ironično postane le podoba na televizijskem ekranu. Preselimo se iz emotivne slike v zasebni prostor. televizijski ekran z Miloševićevo podobo pristane med golimi nogami osebe, ki je kokice. Takoj za tem tvoja podoba pred ogledalom. Spoznamo štiri akterje, ki jim nato sledimo skozi glasbo do konca videa. Vsak izmed njih je portretiran v svojem »intimnem prostoru«, ki razkriva zmedo lastne eksistence. Kamera se niti ne trudi, da bi ta prostor objektivno predstavila. Potencirani so koti, zoomiranje, prikazovanje fragmentov prostora, hitri rezi. Kakšen svet nam skuša predstaviti in zakaj je v tem delu zasebni prostor prisoten kot takšen? Katere so njegove bistvene komponente?

Ta prostor je generično konstruiran. Cilj je bil ustvariti generično sliko, ki je v nekem smislu napovedovala tudi tehno devetdesetih in užitek v tem. Sicer gre za stanovanja, v katerih smo zares živeli. Aldo je v svojem stanovanju, pred svojim televizorjem. Jaz sem v prostoru Borghesie. Dodatno smo se dogovorili še z nekom, da smo v njegovem stanovanju snemali posnetke z manjšimi podobami oz. vse prizore, ki so posneti na chroma key. Vse, kar je na chroma key, je bilo posneto v stanovanju z Dariom, medtem ko je Zemira v Dariovem stanovanju. Hotel sem imeti stanovanja, kjer so te odtujene osebnosti zaprte same vase, vse pa izgleda, kot da se dogaja v vsakdanjih stanovanjih. Gre za nekakšno nemoč. Urbano nemoč.

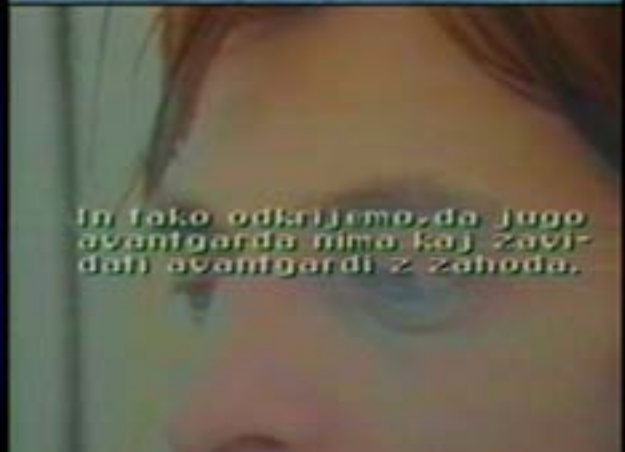
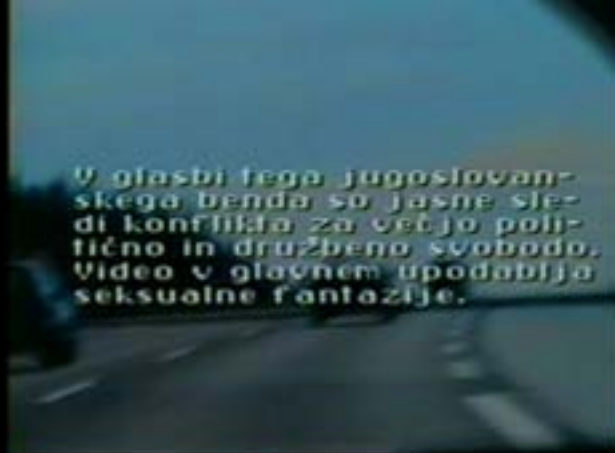
Video se ponovno prelevi v podobo imaginarnega prostora, ki ga ustvarjajo plasti zvokov in slik, toda med hipnotičnimi podobami se pojavljajo tudi obrazi štirih akterjev, ki

smo jih prej »spoznali« v zasebnem prostoru. Zdaj se utapljajo v »ritmu« discipline in barv. V tem prostoru se pojavijo tudi ikone klasičnega ideala, »plešoči črtasti torzo«, podobe, ki spominjajo na Rorschachov test. Kot javna podoba kolektivne podzavesti ustvarjena skozi pop ikonografijo. Katere elemente pop kulture ste interpretirali?

Precej je tudi plesnih scen Daria in Zemire, ki so mišljene zelo plesno in zelo efektno, narejene s chroma key. Vse skupaj je izpadlo zelo »grško«, veličastno, kar je prinesla spontanost dela z medijem. Očitno sem na prvem mestu potreboval določeno zgodbo, medtem ko je ta razkošna klasicistična lepota prišla sama od sebe in tudi mene presenetila. V spotu gre za discipline. To je množinski samostalnik v slovenščini, verzi pa so v angleščini, se pravi disciplina. To sem zastavil zelo humanistično, ker so geometrične oblike, ki se pojavljajo, na eni strani vzhodnjaške slikovne mantre s čakrami, deloma pa so to tlorisi kaznilnic zaporov iz 17. stoletja, ki imajo podobno strukturo kot čakre. Ker sem se s tem takrat ukvarjal, se mi je to zdelo super. Razvoj humanizma je šel preko omejevanja. Takrat je arhitektura začela postajati premišljena ravno v primerih fortifikacij, zaporov in ostalih državnih institucij. In to so discipline, humanizem, ki nas je pripeljal neznano kam, nekakšen romantičen pogled na človeštvo, na moderno dobo. Takrat še ni bilo zalivske vojne, kmalu, v devetdesetih je prišla jugoslovanska balkanska vojna, prenos prve zalivske vojne v živo ... Tudi o tem imam videe, npr. *Gagarin*. Gre za isto vprašanje, kaj je demokracija, humanizem. V osemdesetih se je globalno politična situacija – ne mislim na alternativno sceno – začela sprevačati v neko suženjstvo, v religioznost. Civilni državi je bil naenkrat odgovor islamizem, v bistvu religijska država. Naš odgovor je bil prek (Raegana, Busha, Miloševića, Tuđmana) brisanje ločitve med državo in cerkvijo. Oni sicer govorijo o naciji, ampak njihov parameter, ki jih definira, je religija. Ne vem, pravoslavci, katoliki, muslimani, vse to sprevačanje je bilo v osemdesetih vidno. Ves svet, Somalija. Takrat sem dojel, da gre za islamski fašizem. Vse to se pojavlja kot nekakšen diskoidni element nekakšne psihadelije skozi vrtenje, elektronsko zoomiranje v smislu prihajajočega tehna, kar je bit videa. Ampak meni je bila v prvi vrsti pomembna vsebina, šele nato je prišla ta lepota in videomanipulacija.

Za disciplino pride kazen. Obrazi se izgublajo med obrazi. Podoba izgubljenega merila, dezorientacija erozije podob. Beseda »punishment« zveni, kot da je iz zvočnika, od nekod drugod. Zakaj?

Sledi serija podob s tekstom »punish them«. To je pravzaprav Eisensteinova podoba iz dvajsetih let pred mikrofonom, ki govori. Podobo sem scratchal (tudi pojem, ki je prišel



Dokument v Triumf želje, kompilacija glasbenih spotov skupine Borghesia, umetniški direktor Neven Korda, producentka Zemira Alajbegović (Ljubljana: FV Založba / ŠKUC-Forum, 1989)

MORAM REČI, DA SMO SE TAKRAT TAKO JAZ KOT BORGHESIA V CELOTI POČUTILI ZELO SUVERENE V TEM, KAR SMO POČELI. JAZ Z VIDEOM TOTALNO. ZDELO SE MI JE, DA SEM JAZ TISTI, KI MI JE PRAVZAPRAV ZANIMIV, DA NE OBSTAJA NEKAJ DRUGEGA

na širšo sceno v 90.), tako da je videti, kot da on govori »punish them«. Eisenstein, ki naj bi v zgodbi humanizma pomenil nekakšno revolucijo, nekaj dobrega, ravno on govori »punish them«. Nato teče otrok, scene iz filma *Brazil*, delo v pisarnah, '84, Orwell, del iz *Polnočnega ekspresa*, ko kaznujejo, bičajo po podplatih. Tu sem želel pokazati metafore nasilja. Na koncu fanatične ženske, katoličanke po kolenih hodijo nekaj kilometrov okoli cerkve in se med tem bičajo. Sledi navadna filmska sadomazohistična scena, pomešana s katoliškim čudaštvom. Se pravi ves čas vsiljena manipulacija države. Na drugi strani pa so vse to nekakšne discipline, tudi čudaško katolištvo, tudi SM, gre za nekakšen užitek v disciplini, kar je bil naš slogan iz osemdesetih. Ker če hočeš uživati, se moraš razviti v neko disciplino. Stvari so povezane na več nivojih.

Kljub temu da se video očitno nanaša na politično situacijo Jugoslavije v njenih zadnjih vzdihljajih, so teme, skozi katere video to situacijo problematizira, del mednarodne video scene. S katerimi gibanji tistega časa ste se spogledovali kot skupina?

Moram reči, da smo se takrat tako jaz kot Borghesia v celoti počutili zelo suverene v tem, kar smo počeli. Jaz z videom totalno. Zdelo se mi je, da sem jaz tisti, ki mi je pravzaprav zanimiv, da ne obstaja nekaj drugega. Čeprav je spet odvisno, o čem govoriš. Obstajajo razni segmenti videa, od galerijskega, kulturnozgodovinskega ..., ampak meni se je zdelo, da sem s temi videi tako v smislu glasbe kot ideologije udejanjal duh časa, ki smo ga mi pletli kar tako, ne da bi to hoteli. Kar se tiče videospotov in koncertov, smo bili zelo visoko v smislu načina razmišljanja in kvalitetne realizacije, vendar je pa bila Borghesia majhna skupina. Ravno tako video, ki je ustvarjen za majhne skupine gledalcev širom po svetu. Tudi v drugih spotih, npr. v *Venceremos*, so vsi prijemi stilistični, čeprav je generična slika z namenom za *Discipline* značilna. Ampak vsi ti stili so bili »up to date«, nekaj popolnoma svežega. Ves čas je v smislu nove tehnologije prihajalo nekaj

novega. *Discipline* je bil narejen slabi dve leti po *Venceremos* v istem studiu, a je bil pristop do tehnologije drugačen, ker so se pojavile nove »igračke«. Seveda se je v dveh letih zgodil tudi moj osebni razvoj, vendar so bile »igračke« pomemben del tega procesa.

V videu groteskna estetika, estetika grdega najeda prostor teles, ki se utopijo v medijsko podobo močnega ritma. Ali bi jo lahko razumeli brez glasbe? Kaj je bilo prej: glasba, video ali oboje hkrati?

Pri vseh spotih je najprej nastala glasba. Spoti tridimenzionalno zelo sledijo stilsko različni glasbi, narejeni so glede na glasbo, so rešitve, ki so narejene iz sledenja in popolnega prepuščanja glasbi.

V videu se pojavi tudi ljubljanski nebotičnik. Montaža spominja na aktualizacijo bauhausovskih kolažev. Zakaj tovrstna ikonografija, zakaj arhitektura in predvsem zakaj arhitektura, ki je dobila za ozadje politične slogane? Zakaj ravno ta podoba prekine sosledje grotesknih podob?

To drži in ta podoba je zelo urbana. Ta kotiček, v tistem obdobju so šele sezidali SKB. Do takrat, dva, tri leta nazaj je bil tam gradbeni oder. Slavija in Nebotičnik se mi zdita še vedno eden izmed najlepših modernih delov Ljubljane. Nebo v ozadju se nato spreminja, kar je iz Eisensteina. V ozadju se pojavljajo multiplicirani posnetki iz Eisensteinovega filma, ampak ponovno skozi generiranje, kot bi šli skozi nekakšne procese. Tehnologija je takrat pomenila, da si moral obris nebotičnika in Slavije ročno praskati na nekakšni tablici, pri čemer se nisi smel zmotiti. Če si se, je bilo potrebno narediti vse znova. In to je pomembno, vsi ti spoti so zelo ročni, kar je pomenilo, da je kakšna scena za sabo potegnila rešitev naslednje scene. Ko enkrat vidiš, da je ena stvar bogata, potem se trudiš, da je tudi ostalo tako. To je resnično nekaj živega, nekaj v nastajanju in hkrati zelo kontemplativno.

Samo tu lahko tudi zaznamo neko podobo javnega prostora v nasprotju s prej portretiranim zasebnim prostorom. In istočasno bi lahko rekli, da tega prostora ni, da je nebotičnik prikazan kot ikona. Podobe zadnjega dela videa se pojavijo za posnetki tankov s pop zvezdnatim nebom. Spot se umiri, ozadje oseb je črno, ozadje je izginilo. Ostanjejo le obrazi. Se ti obrazi konec koncev razkrijejo, osvobodijo, so oropani lastnega prostora ali oboje?

To lahko gledaš skozi splošni žanr videospota, v katerem je trenutek za promo fotko Borghesie kot benda v značilni veduti njihovega mesta. Akterji, ki jim slediš skozi spot, so na koncu popolnoma nemočni. Kot da bi radi dihali in ne dihajo, v prazno, v vakuum. Kot bi gledal film, ki se dogaja v New Yorku, a bi bila samo megla in New York bi ugasnil. Popolna nemoč. In na koncu tanki, ki naj bi simbolizirali incestno povezavo med komunistično ideologijo, kar Jugoslavija dejansko ni bila, in nacionalistično, takrat že fašistično ideologijo »Srbojugoslavije« v povezavi z religijo.