

KREPITEV MOČI Z MEDIJSKO PRODUKCIJO

UVOD

Metoda krepitev moči, ki temelji na medijski produkciji, je tesno povezana z dogajanjem v socialnodelovni praksi, saj je rezultat praktičnega dela. Zadnje dve leti smo jo razvijali in dopolnjevali v interdisciplinarnem projektu, ki je vključeval socialno raziskovanje, socialno delo in medijsko umetnost, pod okriljem dveh projektov EQUAL in drugih. Uporabniki socialnih storitev so sami ustvarjali dokumentarne filme in sodelovali pri različnih medijskih produkcijah ter v času tega procesa vse bolj postajali »igralci« svojih življenj. Skupina raziskovalcev je nato ocenila prednosti preobrazbe uporabnika v aktivnega soudeleženca in razpravljala o možnih izboljšavah metode.

V članku bomo izhajali iz obeh perspektiv, z vidika socialnega raziskovanja in z vidika medijske umetnosti. Zaradi boljše preglednosti se bomo osredotočili na tri glavne vidike:

- za boljše razumevanje medijske krepitev moči bomo najprej pojasnili osnovne ideje tega pojma,
- kot obliko povezave teoretskih spoznanj z dogajanjem v praksi bomo predstavili rezultate raziskave, ki smo ji izvedli s ciljno skupino mladih priseljencev v okviru projekta Epima,
- ovrednotili bomo svojo izkušnjo skupnega dela in pri tem predstavili glavne faze metode.

RAZISKOVALNI VIDIK

Izraz »medijska krepitev moči« (*M-Powerment*) je neke vrste sestavljenka, ki združuje dva relevantna koncepta v povezano celoto: medije in krepitev moči. Oba izraza se uporabljata v različnih kontekstih, z mnogimi pomeni, a sta kljub pogosti rabi redko definirana. Poglobljena

terminološka razprava bi preseгла okvir tega članka, za razumevanje pristopa pa je treba kljub temu opisati bistvene značilnosti pojmov.

MEDIJI

Pomembnost medijev v vsakdanjem življenju je nesporna. Raziskave in objave potrjujejo, da veliko časa preživimo z mediji, tako v službi in šoli kot tudi v prostem času. Poleg časovnega obstajata tudi ekonomski in socialni vidik. V socialnem smislu, na primer, mediji vpletejo vse generacije – otroke, mladostnike, odrasle in starejše –, ki uporabljajo medije v vsakdanjem življenju. Poleg tega so mediji del vsake kulture, ne le zahodne družbe, temveč tudi dežel v razvoju. Tako je treba poleg časovne, ekonomske in socialne dimenzije upoštevati tudi medkulturni vidik.

Ko govorimo o medijih, imamo v mislih širok spekter, ki vključuje analogne in digitalne oblike, stare in nove medije. Sem sodijo fotografije, slike, pisni izdelki, avdio in video posnetki, glasba, filmi, internetna predvajanja, dramaturške postavitve ... Niesyto (2001: 9) pravi, da med medije sodi vse, kar omogoča nastop in odpira poetični prostor.

Glede uporabe medijev smo se osredotočili na njihovo individualno rabo v komunikaciji in njihovo izrazno zmogljivost. Izkazalo se je, da se mediji uporabljajo na različne načine:

- za izražanje čustev, pripovedovanje zgodb, sporazumevanje (aktivna raba)
- za pridobivanje informacij, znanja (*know-how*) ali zgolj za zabavo (pasivna raba)
- aktivna in pasivna raba se občasno prepleteta.

Povzamemo lahko, da mediji na splošno povezujejo različne potrebe po komunikaciji in izražanju v naši družbi. Treba je upoštevati

različne dimenzije medijev, heterogeno rabo medijev in večplastnost samega izraza. Pomembno vprašanje, ki smo si ga zastavili, je bilo, kako in do katere mere so lahko mediji (bolje, delo z mediji) v smislu aktivne rabe vključeni v proces socialnega dela. Med interdisciplinarno raziskavo smo ugotovili, da krepitev moči odpira možnost povezave aktivne rabe medijev s socialnim delom in prakso socialnega raziskovanja.

KREPITEV MOČI

V jedru izraza »krepitev moči« je ideja o moči, moč pa si je mogoče razlagati na različne načine in ne vedno s pozitivno konotacijo:

- Moč nad ...: Ta oblika moči vključuje razmerje nadvlade in podreditve. V skrajni obliki temelji na družbeno sankcioniranih grožnjah z nasiljem in strahovanju.
- Moč, da ...: Ta oblika moči se nanaša na avtoriteto za sprejemanje odločitev in na moč pri reševanju problemov. Lahko je ustvarjalna in ponuja različne možnosti. Ta oblika moči je lahko pozitivna, ko daje nekomu moč z namenom, da nekaj naredi.
- Skupna moč: Ta oblika moči povezuje ljudi, ki se organizirajo s skupnim namenom ali skupno težnjo k uresničitvi kolektivnih ciljev. Pomeni socialno in kolektivno dimenzijo moči.
- Notranja moč: Ta oblika moči vključuje samozavest, samozaupanje in uveljavitev. Nanaša se na to, kako lahko posamezniki prek analize svojih izkušenj spoznajo, kakšen vpliv ima moč v njihovem življenju, in si pridobijo zaupanje, da se lahko aktivno vključijo, vplivajo na situacijo ali jo spremenijo (Williams *et al.* 1994).
»Moč, da ...« in »notranja moč« sta relevantna pojma pri razumevanju krepitev moči. Če pogledamo natančneje:
 - Krepitev moči razumemo kot vodilno perspektivo tako biografske intervencije kakor učenja (Böhnisch (199: 273–279). Po našem mnenju sta biografska intervencija in učenje ključna principa krepitev moči.
 - Krepitev moči vključuje procese, kako pridobiti in povečati avtonomijo in samoodločanje v notranjem, kognitivnem, zlasti pa zunanjem okolju. Rečemo lahko, da je to koncept učenja in pridobivanja integritete, upoštevajoč procese socializacije.

- V tem pogledu je krepitev moči tesno povezana s principom sodelovanja; ker je oblika razvoja, so tisti, ki jih zadeva, njeni akterji in ne pasivni sprejemniki. Ljudje morajo polno sodelovati v odločitvah in procesih, ki oblikujejo njihova življenja.

MEDIJI IN SOCIALNO DELO OD UPORABNIKOV SOCIALNIH STORITEV DO AKTERJEV

Z uporabo medijev lahko ustvarimo primeren kontekst, ki omogoča opisane procese krepitev moči. Glavna prednost povezave medijske produkcije s socialnim delom na krepitev moči je v tem, da spreminja stvari:

- Resnični problemi in izzivi pogosto pripeljejo uporabnike socialnih storitev v resignacijo. Ko jih spodbudimo, da osebne težave predstavijo »na odru« (npr., da iz problema ustvarijo zgodbo), nanje pogledajo na drugačen in pozitiven način. Ko uporabniki postanejo akterji oziroma pripovedovalci zgodbe, pridobijo distanco do protislovnih okoliščin v svojem vsakdanjem življenju.
- V večini primerov okoliščine onemogočijo uporabnikom, da bi eksperimentirali s svojimi biografskimi potenciali. Pogosto je iskanje in preskušanje »novih« poti preveč tvegano. Igra in reakcije v odprtem, »poetičnem« prostoru, ki ga ustvarijo uporabniki, niso nikoli zlagane ali neresnične, saj ni nobenih resničnih posledic, s katerimi bi se morali soočiti. Edina posledica je ta, da lahko znanje, ki ga pridobijo v času aktivne udeležbe v procesu, pozneje prenesejo v svoje socialno življenje. Naučijo se videti stvari v drugačni luči in lahko spremenijo pogled na vsakdanje življenje.

Povzemimo. Pri uporabi medijske produkcije se ponudi priložnost za eksperimentiranje, pridobivanja samozavesti in iskanje alternativnih rešitev, kar so tudi značilnosti procesa krepitev moči.

OPAZOVANJE Z VIDIKA MEDIJSKE UMETNOSTI ŠTUDIJA PRIMERA

Teoretski opis krepitev moči bomo dopolnili s primerom iz prakse, ki smo ga izvedli na Dunaju s skupino mladih prosilcev za azil brez spremstva. Bili so na enoletnem izobraževanju in

usposabljanju, ki je zajemalo jezikovno izobraževanje, poklicno usmerjanje, pridobivanje delovnih izkušenj, socialno podporo in informacijsko in komunikacijsko tehnologijo. Poleg učenja jezika je bil glavni cilj programa usmeriti mlade prosilce, da bi imeli v primeru odobritve azila lažji dostop do trga delovne sile.

Naša naloga je bila filmsko dokumentirati du-najski modul raziskave EPIMA. Predlagali smo, da bi sodelujoči v raziskavi tudi sami aktivno sodelovali pri snemanju in se tako naučili osnov medijske produkcije. Namen integracije ciljne skupine pri izdelavi dokumentarnega filma je bil tudi ta, da bi se okrepila njihova identifikacija s projektom.

USTVARJANJE POETIČNE TEME

Bistveno je bilo začeti s poetično temo, to je, temo, ki spodbuja kreativnost in refleksijo. Oblikovati smo morali skupni kontekst vsebine in asociacij, ki bi spodbudil sodelujoče k ustvarjanju, hkrati pa presegel različna kulturna ozadja posameznikov in deloval kot skupni imenovalec za diskusijo.

Pomemben element ustvarjanja prostora za pripovedovanje zgodb je bilo delo z malo opreme. Za uspešno diskusijo mora med obdelavo materia-la in nadaljnjo refleksijo preteči čim manj časa.

Ker sem v mladosti živel v Afriki, tudi sam zelo dobro poznam različne vidike migracije. Različni predmeti in zgodbe (pogosto zelo subtilne narave) nenadoma obudijo nepričakovana občutja in misli do doma, družine, znanih vonjev ter vzbudijo domotožje. Občutje izgube znanega ne pozna kulturnih meja in je skupen vsem. Zato sem povprašal sodelujoče po takih predmetih in občutkih ter hkrati z njimi podelil svojo zgodbo preseljevanja in s tem povezanega doživljanja.

Omeniti moramo, da se na začetku projekta sodelujoči niso poznali in so se lahko zaradi različnih maternih jezikov sporazumevali le v polomljeni nemščini. Vprašanje je bilo: Kaj je dom? So to predmeti, ki nas spomnijo nanj? So to zgodbe, ki govorijo o njem?

PROCES PRIPOVEDOVANJA ZGODBE

Vsi imamo talismane, predmete, ki smo jih prinesli s seboj in nas spominjajo na domovino. Zaprosil sem sodelujoče, naj prinesejo take

predmete s seboj in podelijo svoje zgodbe z drugimi. Da bi se izognili nesporazumom glede ideje filma, so pomen talismanov obravnavali tudi pri urah nemščine. Tako so lahko dalj časa oblikovali svoje zgodbe, se naučili besed, ki so bile pomembne za njihovo pripoved, in se pripravili za naslednje srečanje.

Pri naslednjem srečanju sem imel s seboj le skener in projektor. Sodelujoči so prinesli svoje talismane in lahko smo se lotili pripovedovanja zgodb in diskusije. Preden je kdo začel pripovedovati svojo zgodbo, smo posneli predmete in jih projicirali na steno v realnem času. To je povzročilo nov način percepcije. Razpoke v fotografiji so nenadoma začele razvijati svojo zgodbo, vidne so bile podrobnosti na kovancih in lahko smo opazili podobnosti med različnimi kulturnimi krogi. Pojavila so se naključja – udeleženc iz Irana je na primer opazil arabsko pisavo na afriškem bankovcu, ki je lastnik prej sploh ni opazil. Poetični pogled na vsakdanje predmete je bila dobra spodbuda za delo. Poleg sproščanja vzdušja in spodbujanja pripovedovanja zgodb so predmeti dobili tudi povezovalno vlogo v obliki komunikacije znotraj kulturno pestre skupine. Po koncu intenzivnega dela sem jim pojasnil, kako nameravam nadaljevati. V postprodukciji bomo spremenili posnetke v premične animacije in kinematografske slike. Vmesna stopnja v produkciji je bila torej pretvorba talismanov v filmsko obliko, pri čemer niso sodelovali.

V drugem koraku produkcije smo pripravili modro ozadje, da bi posneli pripovedovanje zgodb na filmski trak. Na začetku drugega produkcijskega dne smo najprej predvajali animirane filme z njihovimi predmeti. Udeleženci seveda niso vedeli, kaj naj pričakujejo, zato so jih posnetki presenetili; bili so vir nadaljnjega navdiha. Gledano nazaj je ta vmesna stopnja postprodukcije v odsotnosti sodelujočih pomemben metodološki korak. Njihovi prispevki so pridobili vrednost (med dvema srečanjema jim je bilo nekaj dodano), to pa na ciljno skupino deluje kot krepitev moči in je hkrati kreativna spodbuda za nadaljnje delo.

V nadaljevanju sem pojasnil, kako deluje klasično snemanje z modrim ozadjem. Film, ki so ga videli, se bo odvijal na ozadju, ki ga nadomešča modra stena, udeleženci pa bodo kot miniaturni liki pripovedovali zgodbo svojega talismana. Za bolj realističen učinek bodo pripovedovalci kazali na predmete, ki jih v resnici ne bo, in jih podrobno opisovali.

Zaradi zanimanja udeležencev za opisani način snemanja se je ponudila priložnost za razlago nekaterih osnovnih vidikov komunikacijske tehnologije. Način dela smo primerjali s snemanjem vremenske napovedi. Kljub navdušenju so bili na začetku tudi zadržki. Vprašanje, kdo bo začel, se je razvilo v igro in izzvalo mnogo smeha. Že same priprave so zbudile precej zanimanja, a si je bilo treba vseeno vzeti čas, ohraniti igrivo ozračje in tako počasi preiti k snemanju. Ko so prvi pokazali pripravljenost za snemanje, je vsa skupina dobila poseben zagon, tako da se je neprijeten občutek zaradi snemanja in soočenja s kamero, ki je znana ovira pri dokumentarnih filmih, popolnoma izgubil.

PROCES USTVARJANJA FILMA

Ob koncu dneva smo sodelujočim povedali, da bomo oba posneta dela, animirane predmete in v studiu posnete spremljajoče zgodbe, združili. V nasprotju s pedagoškimi medijskimi pristopi, kjer so udeleženci aktivno vpleteni v ves proces produkcije, uporabljena metodologija zavestno predpostavlja le delno vključitev v dramaturgijo. Na ta način ohranimo pristen, deloma naiven prenos realnosti na filmski trak in dosežemo najintenzivnejše soočanje z lastnim svetom percepcije in komunikacije. Krepitev moči nastopi pri izmenjavi poetičnih svetov udeležencev, ki temeljijo na njihovih identitetah, česar ne bi mogli doseči s snemanjem realnosti ali z reprodukcijo realnosti udeležencev.

Za globalno medijsko družbo je značilna moč sestavljivih simbolnih svetov, ki se zlijejo v novo poetično obliko šele, ko se posamezni različni deli združijo v filmu. Osrednje izhodišče našega metodološkega pristopa je prav ustvarjanje te izkušnje in povezovanje ljudi s pomočjo eksperimentalne produkcije zgodb in čustvenega doživetja, ki jih težko posredujemo drugim.

Opisani primer ilustrira dramaturško kompozicijo v ciljni skupini mladih prosilcev za azil brez spremstva in pri tem upošteva njihovo čustveno stanje in odnos do življenjske situacije. Upamo, da podana razlaga jasno pokaže razliko med aktivno in pasivno rabo medijev, pri čemer je pasivna raba pretežno informativne narave. Prenos shranjenih informacij brez kompozitnega zlitja sam po sebi ne omogoča novih vpogledov.

METODA

Prijem zahteva sodelovanje med socialnimi delavci, ki so odprti za nove metode dela, in kreativnimi filmskimi ustvarjalci, ki nimajo predsodkov pri vzpostavljanju stikov s ciljno skupino. Menimo, da metoda ni namenjena kakšni posebni ciljni ali starostni skupini, vendar pri vsaki aplikaciji zahteva individualen in rahločuten dramaturški in kompozicijski koncept, osredotočen na ciljno skupino.

1. stopnja: ustvarjanje poetične teme. Na začetku procesa je treba dobro razbrati »uporabnike« v njihovem vsakdanjem življenju. Ustvarjanje dramaturške kompozicije mora biti tesno povezano s potrebami in interesi ciljne skupine.

2. stopnja: proces aktivne soudeležbe. V procesu igranja sebe člani ciljne skupine pridobijo samozavest in se naučijo, kako se lahko oprejo na biografske potenciale, ki so včasih skriti, in poiščejo alternativne rešitve. Proces temelji na izkustvenem učenju in ima tako individualno kot socialno vrednost. Udeleženci črpajo znanje iz svojih zgodb in drug od drugega v skupinski interakciji.

3. stopnja: produkcija in razmislek. Ciljne skupine niso v celoti vključene v proces medijske ali filmske produkcije. V nasprotju z običajnimi medijskimi pedagoškimi pristopi, kjer udeleženci sodelujejo v vseh fazah produkcije, se ta metoda osredotoči na vključitev ciljne skupine v dramaturgijo. Produkcija je le sredstvo za doseg cilja – zrcali občutja, doživetja, potenciale itn. Na koncu predstavimo rezultate, ciljno skupino pa spodbudimo k razmisleku o končnem izdelku in jo vključimo v diskusijo o različnih možnostih prenosa spoznanj v vsakdanje življenje.

Za konec želiva podariti, da ta metoda nima čudežnih učinkov. Je le ena izmed metod in kot pri vsaki je njen uspeh odvisen od zavzetosti klientov/akterjev in od odnosa socialnih delavcev in filmskih ustvarjalcev. Vseeno pa bi rada spodbudila k aplikaciji tega pristopa in nadaljnji razpravi o njegovih prednostih in slabostih.

**Maria Anastasiadis
Paul Weihs**

Prevedli Nina Stropnik in Lidija Kunič

VIRI**PROJEKTA**

- BÖHNISCH, L. (1999), *Sozialpädagogik der Lebensalter*. Weinheim und München: Juventa.
- NIESYTO, H. (ur.) (2001), *Selbstaussdruck mit Medien: Eigenproduktion mit Medien als Gegenstand der Kindheits- und Jugendforschung*. München: KOPÄD Verlag.
- WILLIAMS, S., SEED, J., MWAU, A. (1994), *Oxfam Gender Training Manual*. Oxford: Oxfam.
- Sindbad. Ein Jahr auf hoher See. Eine partizipative Videodokumentation erstellt von den TeilnehmerInnen des EQUAL - Projektes EPIMA. Gefördert aus den Mitteln des BMWA und ESF. Konzept und Produktion rewalk.net. Wien 2005.
- Reflect. Empowerment durch mediale Inszenierung. Konzept für das EQUAL - Projekt U-Turn. Erfahrung wertschätzen, Wertschätzung erfahren. Gefördert aus den Mitteln des BMWA und ESF. Unveröffentlichtes Dokument Wien 2005.