

ΕΙΣΑΓΩΓΗ
ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ
Έρευνα πεδίου και ανθρωπολογική γνώση

Αθηνά Πεγκλίδου

Ο μόνος τρόπος για να γράψεις την αλήθεια είναι να υποθέσεις πως αυτό που γράφεις δεν θα διαβαστεί ποτέ. Ούτε από κανέναν άλλο, αλλά ούτε καν από σένα τον ίδιο αργότερα. Αλλιώς, αρχίζεις να δικαιολογείσαι.

Margaret Atwood, *Ο τυφλός δολοφόνος* (2011: 363)

ΠΡΟΟΙΜΙΟ

Τα κείμενα που δημιούργησαν αυτό το βιβλίο επιδιώκουν να αναδείξουν μια σειρά από ζητήματα σχετικά με τις πολιτισμικές διαδικασίες και τις διαπροσωπικές δυναμικές που αναπτύσσονται με τη χρήση οπτικοακουστικών μέσων¹,

1. Στο κείμενο που ακολουθεί θα χρησιμοποιήσω τον όρο «κινηματογράφηση» και τα παράγωγά του με την κυριολεκτική σημασία, δηλ. την οπτικοακουστική εγγραφή κίνησης, κι όχι με την ιστορική του διασύνδεση με τον κινηματογράφο, τη μηχανή εγγραφής και προβολής. Σχετικά με τον όρο «οπτικά μέσα», ως διασταλτική και συγκεχυμένη εννοιολόγηση ενός φάσματος πολυμεσικών τρόπων αναπαράστασης η οποία περιλαμβάνει, όπως υποστηρίζει ο William J. Mitchell (2005: 257) στο «There are no visual media», την τηλεόραση, τις ταινίες, τις φωτογραφίες και τη ζωγραφική, θα προσπαθήσω να τα εντάξω κάθε φορά στις διαφορετικές υλικοτεχνολογικές και ιστορικές συνιστώσες τους. Τα οπτικά μέσα δεν εμπεριέχουν ποτέ μόνο την αίσθηση της όρασης αλλά και άλλες, συνήθως την ακοή και την αφή. Συνεπώς, σύμφωνα με τον Mitchell, τα οπτικά μέσα αποτελούν, με βάση την αισθητηριακή τους διάσταση, «μεικτά μέσα». Και το έντυπο είναι αναμφίβολα ένα αμιγές οπτικό μέσο. Ωστόσο, τα μέσα δεν είναι προεκτάσεις των αισθήσεων, προσαρμογές μιας αισθητηριακής αναλογίας, αλλά έχουν συμβολικές και σημασιολογικές διαστάσεις. Τα μέσα δεν είναι μόνο υλικότητες, τεχνολογίες ή τεχνικές, αλλά ενσωματώνουν κοινωνικές πρακτικές, έξεις και δεξιότητες, κοινωνικούς χώρους, θεσμούς και εμπορευματική αξία (Mitchell 2005: 261).