

Digitaalsed käsitöökogukonnad

Helen Kästik



Foto 1. Eesti tööühma ettekanne projekti lõpuseminaril Rootsis. Sandra Urvaku foto.

Ehkki tehnoloogiline areng pakub uusi vabadusi ja võimalusi, kammitseb see paljusid inimesi, põhjustades ebakindlust või rongilt maha jäämise tunnet. Selline vastuolu oli põhjuseks, miks Rootsi, Eesti ja Itaalia käsitööorganisatsioonid otsustasid töötada välja koolituse käsitöölise digitaalse enesekindluse tõstmiseks. Haridusprogramm koostati ja viidi ellu projekti „Digitaalne käsitöö kogukonna teenistuses“ („Digitally Crafting New Communities of Practice“, lühidalt EUdigiTAC) raames. Euroopa Liidu poolt rahastatav Creative Europe'i programm toetas projekti kahe aasta vältel (01.05.2016–30.04.2018).

Idee autor ja juhtpartner Studieförbundet Vuxenskolan Västra Götaland on Rootsi täiskasvanuhariduse keskus, mille kohalikud harud pakuvad kunsti ja loomingu alaseid koolitusi. Lisaks TÜ VKA rahvusliku käsitöö osakonnale (RKO) löid projektis kaasa Põhja-Itaalia Udine regiooni käsitööliit Confartigianato-Imprese ning erakapitalil põhinev tehnoloogiaettevõte Changemaker Rootsis.

Projekti eesmärk oli julgustada eri põlvkondade käsitöölisi kasutama digitaalseid vahendeid. Digitaalsed kanalid ja meetodid pakuvad suurepäraseid võimalusi nn vaikiva või käelise teadmuse dokumenteerimiseks ja levitamiseks ning käsitööloomingu turustamiseks ja reklaamimiseks. Kui käsitöölised oma loomingut ja oskusi jagavad, aitab see ühtlasi kasvatada ka laiemat avalikkust – seda nii käsitöötoodete tarbijatena kui ka uue käsitööliste põlvkonnana. Projekti jaoks välja töötatud spetsiaalset hariduslikku programmi iseloomustas kasutajakesksus. Töötubades kohtusid tekstiilikäsitöölised ning heade multimeedia oskustega spetsialistid. Väikeses rühmas ja vaba suhtluse käigus leidis iga käsitöömeister tõhusaima viisi ja kanali, kuidas enda loomingut meedia kaudu esitleda. Eriti oluline oli selline mõttemallide muutus keskealistele või eakamatele käsitööpärandi tundjatele: IT pakub käsitöö kirjeldamiseks tulemuslikumaid võimalusi kui aeglased alternatiivid, nagu raamatud või ajakirjad.

Kuna iga partner esindas eri praktikakogukonda, pidime Viljandis kohandama projekti „EEdigiTACiks“. RKO ümber koondunud käsitöölised kasutavad digitaalseid vahendeid nii hariduslikel kui professionaalsetel eesmärkidel ning kõik kasutasid sotsiaalmeedia võimalusi juba enne projekti. Seetõttu otsustasime keskenduda Eesti töötubades käsitöövideotele. Projektile kohalikku keset otsides korraldasime fookusgrupi arutelu ja seal väljendati muret selle üle, kas eesti käsitöölise digitaalne eneseväljendus on piisavalt tulemuslik. Et käsitöölised oleksid paremini kaasatud tekstiilipärandi loomise protsessi, on digitaalses maailmas tarvis luua laiemat tähelepanu köitvat sisu. Viljandi praktikakogukond kurtis vähese enesekindluse üle: paljutki on digitaalses maailmas ise õpitud ning alati ei ole oskust asjatundlikku abi leida.

Meie projektis osalesid peamiselt RKO tudengid ja töötajad, kuid töötoad olid avatud kõigile huvilistele ka väljastpoolt osakonda. Kuigi projekt keskendus tekstiilikäsitööle, ei jäetud ukse taha ka teiste õppekavade esindajaid. Töötubade juhendajate ja digitaalsete mentoritena löid kaasa multimeedia ja turundusspetsialistid, kogenud videograafid, etnoloogid, folkloristid ja käsitööõpetajad.

Miks käsitööd filmida?

(Pool)professionaalne käsitööline peab elatumiseks kombineerima mitmesuguseid tegevusi: ainult tehniline meisterlikkus ei taga kellelegi piisavat sissetulekut. Rootsisis praktiliselt pole elukutselisi käsitöölisi: käsitööd tehakse hobikorras või lisaraha teenimiseks. Ka RKO ainekavad on koostatud nii, et need valmistaksid käsitöölisi ette mitmekesiseks professionaalseks eluks ja koondaksid eri pädevusi. Õpetamisse on kaasatud tehniliste oskuste poolest silmapaistvad käsitöömeistrid, kuid ka traditsioonilise käsitöö uurijad ja

ettevõtlusspetsialistid. Osakonna tudengid ja vilistlased on traditsioonilise käsitööga seotud mitmel moel: näiteks kasutatakse oma unikaalseid oskusi ettevõtluses ja/või õpetamistöös. Seetõttu osutusid EUDigiTACi projekti eesmärgid Eesti praktikakogukonna jaoks asjakohaseks: esiteks soov populariseerida meie käsitöölise loomingu tekstiilipärandina ja teiseks soov jõuda uute sihtrühmade ja tarbijateni. Need aspektid mõjutavad kohaliku käsitöökogukonna digitaalseid vajadusi. Enda oskusi tuleb rakendada nutikas disainis, tootestamises, õpetamis- ja õppetöös. Väga oluline on oma loomingu esitlemine: kuidas jutustada lugu selle kohta, mida valmistatakse ja miks see on eriline ja oluline.

Mida on keeruline kirjeldada sõnadega, muutub palju lihtsamaks videote abil. Sotsiaalmeedia kasutamine aitab teadmist korraga jagada paljude inimestega. Ületamatu ei ole isegi keelebarjäär: käsitöövideo ei vaja tingimata suulisi juhendeid või kommentaare. Kuid käsitöö seab videote tegemisele omad piirid. Kuna käsitöölised vajasisid videoid eri põhjustel ja soovisid neid luua eri žanrides, muutus pilt väga kirjuks. Lisaks videograafidele tuli meil kaasata mitmetes alavaldkondades kompetentseid spetsialiste. Töötubade juhendajad külastasid üksteise loenguid, et eri pädevuste pealt sünteesida see teadmiste kogum, mis on videote tegemise puhul just käsitöölisele asjakohane.



Foto 2. Koostisel valminud videote analüüsimine. Sandra Urvaku foto.

Erilist tähelepanu otsustati pöörata kolme tüüpi videotele: välitöödel meistri tegevuse dokumenteerimine, õppevideod ning reklaamvideod. Enese arendamine traditsioonilise käsitöö valdkonnas tähendab sageli välitööde tegemist kogenud meistrite juures. Sellist laadi videote juures on väga olulised intervjuerimise ja vestluse juhtimise oskused, kuid pelgalt suulised intervjuud jäävad väheütlevaks, kui samal ajal ei dokumenteerita käelist tegevust ja nn vaikivat teadmust. Õppematerjalide valmistamine oli teine žanr, mille meie käsitöölised välja tõid, sest neil tuleb sageli töötubasid või koolitusi läbi viia. Ka RKO õppejõudude töö sisaldab suuremat individuaalse juhendamise koormust, kui paljudel teistel erialadel vaja on, ning õppevideote kasutamine aitaks tööaega paremini tasakaalustada. Audiovisuaalseid õppematerjale võib kasutada ka lihtsalt selleks, et oma loomingut või käsitöötehnikat laiemalt tutvustada: et publik oskaks eristada käsitööd masintoodangust ja õpiks meistri toodangut kõrgemalt hindama. Reklaamivideotega saavad käsitöötajad leida osalisi oma üritustele või õpitubadesse, samuti tutvustada oma loomingut või ettevõtet.

Lisaks videote ülesfilmimisele ning monteerimisele on oluline, mida selle kõigega lõpuks peale hakata: kus ja kellele filme näidata ning kuidas sotsiaalmeedias tähelepanu pälvida.

Kuidas käsitööd filmida?

Väikeettevõtjale võib videote tegemine esimesel pilgul hirmutav tunduda: ise tegemiseks näib see keeruline ning tellimiseks kallis. Kui video eesmärk on pälvida soovivat tähelepanu ja huvi äratada, võib kohmakas esmakatsetus huvilisi pigem eemale peletada. Kuid kui seada realistlikud eesmärgid, ei pruugigi palgata kallist turundusspetsialisti või taga nõuda kõrgeimat kvaliteeti. Paljudi saavutatakse odavamate kaamerate või keskklassi nutiseadmetega – tarvis on eksperimenteerimisjulgust.

Eesti töötubade teemad katsid kõiki faase ja põhilisi aspekte, mida videote tegemisel silmas pidada – alates loo ülesehitamisest, filmimise tehnilistest aspektidest ja järeltööstlusest kuni filmide näitamiseni. Paratamatult tähendas see hulga uute teadmiste omandamist – mis peitub numbrite ja lühendite taga ning kuidas tehnilised parameetrid koos töötavad. Kuid lisaks video tehnilisele poolele avastasid osalised kiiresti töö loomingulisuse: kuidas oma argitegevust mõtestada ja millist lugu oma loomingut kaudu jutustada.

Käsitöö dokumenteerimiseks on palju viise: videod võivad keskenduda pigem narratiivile või vahendada emotsioone, järgida ranget filmimisplaani või minna spontaanselt oludega kaasa. Kui video pikkus ületab 7 minutit, hakkab keskmine vaataja igatsema struktureeritud lugu; lühemate puhul piisab emotsiooni edastamisest. Oluline on valida õige tempo ning taustamuusika:

kujundlikud vahendid aitavad vaatajat juhtida soovitud tootetõlgenduseni. Lisaks käsitööle annavad videod ka tunnetuse sellest sotsiaalsest keskkonnast, kus tegevus aset leiab. Leia ümbrus, mis sind ja sinu loomingut hästi representeerib. Kontrolli, et poleks taustamüra. Videoprojekti planeerides saab ideid koguda käsitööd tehes: pane töötades tähele, milliseid huvitavaid nurki annab kaameraga võtta ja kuidas nende abil esitleda nii üldplaani kui töö detaile. Kaval on filmida mitmesugust materjali: ka sellist, mis lugu edasi ei vii, kuid püüab hetke ja emotsiooni. Võtteid planeerides vali meeskond ja mõtle läbi, kui palju funktsioone saab üks inimene kanda. Algaja peab enne välitöid võttepaika külastama, kuid ka hea ettevalmistuse korral peab olema üllatusteks valmis ning leidma tasakaalu eesmärkide ja olude vahel. Enne välitöid proovi oma tehnika läbi erisugustes tingimustes.

Lugu tuleb jutustada sõltuvalt video žanrist ja eesmärkidest. **Reklaamvideo** puhul mõistagi on esmaoluline tutvustada oma toodet, loomingut, ettevõtet, üritust vmt. Lisaks info jagamisele tuleb tekitada vaatajas emotsiooni. Hea reklaamvideo koostaja suudab mõelda läbi sihtrühma silmade: mida nad teavad; mis äratavad nende tähelepanu ja tekitab elevust; mida uut tahetakse neile teada anda? Publikule tuleb pakkuda midagi, millega tal on võimalik samastuda, ja midagi, mis teda üllataks. Siiski ei tohi ära unustada, et reklaamvideo peab esindama tegijat, mitte vaatajat. Emotsionaalne efekt on suurim, kui visuaal, muusika ja sõnum üksteist võimendavad. Reklaamvideo puhul tuleb asja tuumani minna kiiresti: tähelepanu tuleb saavutada esimeste sekundite jooksul.

Õppevideo puhul tuleb läbi mõelda sihtrühm. Selliste videote spetsiifika eeldab rahulikku tempot, kuid vältida tasub liigseid kordusi ning pikki monotoonseid tööloike. Mõtle läbi, kuidas sõnalised selgitused ja videol nähtav teineteist toetavad. Lisaks töö käigule tutvusta ka tööriistu ja materjale. Vali rahulik taust, mis ei koorma tähelepanu, aga on piisavalt kontrastne. Väga oluline on hea valgustus ja fookus, väldi intensiivset taustamuusikat. Katsu leida võttenurk, mis annab edasi tegija vaadet: õppevideo puhul on detailid eriti olulised. Sage võttenurkade vahetamine teeb video raskemini jälgitavaks ja koormab õppijat.

Kuigi **käsitöömeistri dokumenteerimise** puhul näib esmatähtis ajaloo ja pärandoskuste säilitamine, on töö käigus esikohal inimsuhted ning nendega seostuvad eetilised aspektid. Kedagi filmides portreteerid sa ka tema isiksust ja elu. Kaamera ees olemine ei ole vanemale põlvkonnale loomulik olukord: kaamera on justkui vaikiv jälgija ruumis, kes teeb närviliseks, sest ta ei anna filmitavale mingit tagasisidet. Seetõttu on oluline läbi rääkida osaliste rollid ning kaasata informant viisil, et videoprojekt oleks ka talle tähenduslik. Videotegija võib oma informantide käitumist juhtida või neid pigem

vaadelda. Vahel tuleb filmimise huvides mõnda tegevust üles võtta mitu korda. Ehkki selline sekkumine häirib käsitöömeistrit ja võib tema enesekindlust kõigutada, tuleb meeles pidada, et pildilist materjali on hilisemas töötluses raske kompenseerida.

Tulemused

Lisaks kohalikele koolitustele vahetasid projektipartnerid kogemusi üksteise juures: Eesti meeskond külastas Rootsit ja Itaaliat, novembris 2017 käisid partnerid tutvumas rahvusliku käsitöö osakonnaga Viljandis. Üksteiselt õppimine ja vastastikuste kogemuste reflekteerimine oli oluline selle jaoks, et luua interaktiivne veebiplatvorm, mida käsitöölised saavad kasutada ka peale projekti lõppu. Eestis valmis projekti käigus kümme videot, kõik materjalid on leitavad projekti kodulehel aadressil <http://eudigitac.eu/>. Projektikogemuse põhjal koostati juhendmaterjal sellistele asutustele, kes samuti soovivad läbi viia niisuguseid koolitusi või käsitöö- ja digitaalsete oskuste arendamisega seotud projekte. Projekti kõige olulisem tulemus oli siiski üldine teadlikkuse ning digitaalse enesekindluse kasv käsitöölise hulgas: liikumine arvamusele „see käib mul üle jõu“ arusaamiseni „see võib õnnestuda, igal juhul tasub proovimist“.



Helen Kästik. Foto autori erakogust.

Helen Kästik (s 1981) on TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia välissuhete projektijuht, Studia Vernacula toimetaja. Magistrikraad folkloristika erialal Tartu Ülikoolist (2010), jätkab samas doktorandina, uurimisteemaks kaasaegse rahvamuusika antropoloogiline analüüs. Õpetanud Tartu Ülikoolis mitmeid kursusi kultuuriuuringute metodoloogiast.

Digital craft communities

Abstract

While technological advances provide new freedoms and opportunities, they can also lead to insecurity or to a feeling of being left behind. This paradox motivated Swedish, Estonian and Italian crafts organisations to jointly develop a training course to increase the digital confidence of crafters. The educational programme was put together and carried out in the framework of the project EUdigiTAC – Digitally Crafting New Communities of Practice. The project was funded over two years (1st May 2016 – 30th April 2018) by the EU Creative Europe programme.

The goal of the project was to encourage crafters from different generations to use digital tools. This change was especially vital to middle-aged or elderly experts of crafts heritage: IT offers a much more efficient means for the description of handicraft than slower alternatives, such as books or magazines.

The project involved the development of an educational programme uniting textile crafters with skilled multimedia specialists. Unconstrained discussions in small groups allowed each master of crafts to find the best means and channel for presenting their work through media. In Estonia, the focus was on audiovisual methods. Things that are difficult to describe in words are much easier to present in videos. The use of social media allows simultaneously you to share your knowledge with a large number of people. Even language barriers can be broken: a crafts video does not necessarily require verbal instructions or comments.

Special attention was paid to three types of videos: those documenting the work of a master in the course of field work, training videos, and promotional videos. In the field of traditional crafts, personal development often means doing fieldwork in the workshops of experienced artisans. Good videos require a skilful interviewing technique which directs the conversation, but a purely verbal interview will be less than informative without a simultaneous demonstration of hands-on work and tacit knowledge. The second genre emphasised by our crafters was that of preparing training materials, as these are often required when presenting workshops or training courses. Audiovisual training materials can also be used in the general promotion of your work or crafting technique, enabling the audience to distinguish genuine handicraft from mass production and teaching them to value the work of a master more highly. Promotional videos allow craft entrepreneurs to draw new participants to their events or workshops, as well as to introduce their work or company. In addition to shooting and editing videos, it is also important to focus on what should be done with the end result: where and to whom the video should be shown, and how followers might be gained on social media.

All this international experience-sharing was important in creating an interactive web platform which crafters could continue to use after the end of the project. All the relevant materials can be found at the project website at <http://eudigitac.eu/>. Experience gained through the project was used in preparing guidance materials for other organisations seeking to carry out similar training courses or projects related to the development of crafts and digital skills. The most important result of the project, however, was the general increase in awareness and digital confidence among the crafters involved – moving them from ‘This is way over my head’ to ‘This could work; it is well worth a try’.