

Skripta za studente kursa

MEDIJSKE IKONE

Savremeni mediji, umetnost i mehanizmi moći

Autorka

dr um. Ljubinka Stojanović

Napomena o metodologiji rada:

Intelektualni koncept, teorijski okvir, izbor literature i konačna stručna redakcija ove skripte predstavljaju isključivo autorsko delo. Prilikom tehničkog uobličavanja teksta, strukturiranja poglavlja i jezičke optimizacije, autorka je koristila jezički model veštačke inteligencije (Google Gemini) kao asistivni alat. Sve generisane sekvence su kritički pregledane, korigovane i prilagođene od strane autorke.

SADRŽAJ

PRVI DEO: Slika i njena konstrukcija (str. 5)

Nedelja 1: Uvod i evolucija medija (str. 6)

1. Uvod (str. 6)
2. Teorijska osnova (str. 6)
3. Srce teme: kako medij guta medij (str. 7)
4. Proširenje: remedijacija u doba veštačke inteligencije (str. 8)
5. Ključni pojmovi (str. 8)
6. Stop & razmisli (str. 9)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 9)

Nedelja 2: Aura i estetika mase (str. 10)

1. Uvod (str. 10)
2. Teorijska osnova (str. 10)
3. Srce teme: aura, kopija i njihova politika (str. 11)
4. Proširenje: aura u doba beskonačne kopije (str. 12)
5. Ključni pojmovi (str. 12)
6. Stop & razmisli (str. 13)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 13)

Nedelja 3: Propaganda i proizvodnja pristanka (str. 14)

1. Uvod (str. 14)
2. Teorijska osnova (str. 14)
3. Srce teme: estetika, agenda i nevidljiva ruka (str. 15)
4. Proširenje: proizvodnja pristanka u doba algoritma (str. 15)
5. Ključni pojmovi (str. 16)
6. Stop & razmisli (str. 16)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 17)

Nedelja 4: Vizuelna retorika i mitologije (str. 18)

1. Uvod (str. 18)
2. Teorijska osnova (str. 18)
3. Srce teme: kako slika ubeđuje bez reči (str. 19)
4. Proširenje: mit u doba interfejsa i algoritma (str. 20)
5. Ključni pojmovi (str. 20)
6. Stop & razmisli (str. 21)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 21)

Nedelja 5: Konstrukcija Drugog (str. 23)

1. Uvod (str. 23)
2. Teorijska osnova (str. 23)
3. Srce teme: ko drži kameru i nad kim (str. 25)
4. Proširenje: Drugi u doba algoritma i generativne slike (str. 25)
5. Ključni pojmovi (str. 26)
6. Stop & razmisli (str. 26)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 27)

DRUGI DEO: Od spektakla do kibernetike (str. 28)

Nedelja 6: Društvo spektakla i hiperrealnost (str. 29)

1. Uvod (str. 29)
2. Teorijska osnova (str. 29)
3. Srce teme: kada slika proguta stvarnost (str. 30)
4. Proširenje: spektakl koji uzvraća pogled (str. 30)
5. Ključni pojmovi (str. 31)
6. Stop & razmisli (str. 31)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 32)

Nedelja 7: Telo, rod i ženski pogled (str. 33)

1. Uvod (str. 33)
2. Teorijska osnova (str. 33)
3. Srce teme: kako kamera rodno deli svet (str. 34)
4. Proširenje: pogled i telo u doba algoritma i veštačke inteligencije (str. 34)
5. Ključni pojmovi (str. 35)
6. Stop & razmisli (str. 35)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 36)

Nedelja 8: Jezik novih medija (str. 37)

1. Uvod (str. 37)
2. Teorijska osnova (str. 37)
3. Srce teme: kada film postane baza podataka (str. 38)
4. Proširenje: baza podataka, algoritam i generativni medij (str. 38)
5. Ključni pojmovi (str. 39)
6. Stop & razmisli (str. 39)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 40)

Nedelja 9: Kibernetika i ekonomija pažnje (str. 41)

1. Uvod (str. 41)
2. Teorijska osnova (str. 41)
3. Srce teme: pažnja kao sirovina (str. 42)
4. Proširenje: kome pripada tvoja pažnja (str. 42)
5. Ključni pojmovi (str. 43)
6. Stop & razmisli (str. 43)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 44)

TREĆI DEO: Algoritmi, mreže i autorske forme (str. 45)

Nedelja 10: Algoritamska tiranija i digitalni panoptikon (str. 46)

1. Uvod (str. 46)
2. Teorijska osnova (str. 46)
3. Srce teme: nadzor koji se ne oseća (str. 47)
4. Proširenje: od posmatranja ka predviđanju (str. 47)
5. Ključni pojmovi (str. 48)
6. Stop & razmisli (str. 48)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 48)

Nedelja 11: Dramaturgija straha i radikalizacija (str. 50)

1. Uvod (str. 50)
2. Teorijska osnova (str. 50)
3. Srce teme: strah kao gorivo i kao protivotrov (str. 51)
4. Proširenje: moralna panika u realnom vremenu (str. 51)
5. Ključni pojmovi (str. 52)
6. Stop & razmisli (str. 52)

7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 53)

Nedelja 12: Participativna kultura, memovi i taktički mediji (str. 54)

1. Uvod (str. 54)
2. Teorijska osnova (str. 54)
3. Srce teme: ikona bez autora (str. 55)
4. Proširenje: mem-rat i generativna ikona (str. 55)
5. Ključni pojmovi (str. 56)
6. Stop & razmisli (str. 56)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 57)

Nedelja 13: Imersivnost, XR i proceduralna retorika (str. 58)

1. Uvod (str. 58)
2. Teorijska osnova (str. 58)
3. Srce teme: pravila kao tvrdnja (str. 59)
4. Proširenje: kada se sistem sam piše (str. 59)
5. Ključni pojmovi (str. 60)
6. Stop & razmisli (str. 60)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 61)

Nedelja 14: AI, Deepfake i etika post-istine (str. 62)

1. Uvod (str. 62)
2. Teorijska osnova (str. 62)
3. Srce teme: kada slika prestane da svedoči (str. 63)
4. Proširenje: poreklo kao nova istina (str. 64)
5. Ključni pojmovi (str. 64)
6. Stop & razmisli (str. 65)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 65)

Nedelja 15: Sinteza — Autorska strategija u post-digitalnom dobu (str. 67)

1. Uvod (str. 67)
2. Teorijska osnova (str. 67)
3. Srce teme: tri dela kursa kao tri pitanja (str. 68)
4. Proširenje: tvoj projekat kao odgovor (str. 68)
5. Ključni pojmovi (str. 69)
6. Stop & razmisli (str. 69)
7. Sažetak i zašto je ovo važno (str. 69)

Dodaci (Literatura i filmografija)

- Preporučena literatura (Osnova kursa) (str. 71)
- Šira literatura (Za istraživanje i predispitne/završne projekte) (str. 71)
- Spisak filmova pomenutih u skriptama (vizuelna lektira i primeri) (str. 72)
- Preporuka za gledanje i analizu: igrani filmovi i dramatizacija medijske moći (str. 74)

PRVI DEO

Slika i njena konstrukcija

Nedelja 1

Uvod i evolucija medija

1. Uvod

Otključajte mobilni telefon i pogledajte prvu aplikaciju koju vidite na ekranu. Sasvim je svejedno koja je, Instagram, TikTok, čitač vesti, banka, mapa. Pogledajte sada njenu ikonicu, taj sićušni kvadrat sa zaobljenim ivicama. Skoro svaka od njih oponaša nešto što je nekada bilo fizički predmet: ikonica za beleške izgleda kao žuti notes sa linijama, ikonica za telefon je crna slušalica koju većina vas, studenata, nikada nije držala u ruci i zapravo razgovarala, ikonica za poštu je koverat, dugme za snimanje je crveni krug pozajmljen sa magnetofona. Vaš telefon, najnaprednija mašina koju nosite sa sobom, troši ogromnu količinu energije različitih specijalista (dizajnera) da bi izgledao kao gomila zastarelih predmeta. To nije nostalgija i nije slučajnost.

To je prvi i najvažniji zakon ovog predmeta:

Nijedan medij ne nastaje ni iz čega. Svaki novi medij se rađa tako što “proguta”, prepakuje i imitira onaj stari.

Pre nego što počnete da saznajete o mehanizmima moći, propagandi ili algoritmima, poterbno je da razumete na koji način mediji uopšte evoluiraju, jer kao budući autori višemedijskih formi, vi ne radite sa „čistom stvarnošću“, nego sa medijem koji već ima svoju istoriju, metodologiju kao i svoju ideologiju ugrađenu u sam oblik.

2. Teorijska osnova

Pre nego što stignemo do ikonice na ekranu, moramo da se vratimo jednom čoveku koji je još šezdesetih godina prošlog veka tvrdio nešto što je tada zvučalo apsurdno: da nije važno šta nam medij govori, nego šta nam medij radi. Maršal Makluan, kanadski teoretičar, izrekao je čuvenu tezu „**medij je poruka**“ sama tehnologija prenosa (štampa, radio, televizija) oblikuje naše mišljenje i percepciju snažnije nego bilo koji konkretan sadržaj. Ali za našu temu, evoluciju medija, presudan je jedan drugi, manje citiran Makluanov uvid iz knjige *Poznavanje medija* (1964):

„Sadržaj svakog medija uvek je jedan drugi medij. Sadržaj pisma je govor, kao što je pisana reč sadržaj štampe, a štampa sadržaj telegrafa.“

— Maršal Makluan, *Poznavanje medija: čovekovi proizvođači* (1964), str. 8

Makluan je, dakle, već nazreo da su mediji ugnežđeni jedan u drugi kao ruske babuške. Ali on je tu ideju ostavio kao usputnu opasku. Tek tri i po decenije kasnije, 1999. godine, dvojica teoretičara Džej Dejvid Bolter i Ričard Grusin iskoristili su Mekluanovu tezu i razvili je u celovitu teoriju. Njihova knjiga se zove **Remedijacija: razumevanje novih medija**, i sam taj naslov je namerno eho Makluanove knjige.

Remedijacija je proces kojim novi mediji definišu sebe tako što pozajmljuju, oponašaju i preoblikuju starije medije. Računarska grafika oponaša fotografiju, veb-stranica oponaša novinsku stranu, striming-platforma oponaša televizijski program.

Bolter i Grusin razlikuju dve suprotstavljene logike kroz koje remedijacija radi:

Prva je **neposrednost (immediacy)**: težnja medija da izbriše sopstveni trag, da te natera da zaboraviš da gledaš kroz ekran ili objektiv i poveruješ da si u prisustvu same stvarnosti.

Druga je **hipermedijalnost (hypermediacy)**: suprotna težnja, da te medij podseti na samog sebe, da ti pokaže svoj interfejs, svoje prozore, svoje šavove. Svaki medij neprekidno oscilira između ove dve logike: čas hoće da nestane, čas hoće da se razmeće sobom.

3. Srce teme: kako medij guta medij

Da remedijacija nije apstrakcija nego konkretan radni alat, možemo zaključiti na osnovu tri primera iz filmske i višemedijske prakse.

Primer prvi: Čovek s filmskom kamerom (Dziga Vertov, 1929). Vertovljev film je naša obavezna vizuelna lektira za ovu nedelju, i nije izabran slučajno. To je film naizgled glumaca, bez scenarija i bez klasične radnje, možemo reći da je struktura filma zapravo montirana baza podataka gradskog života. Vertov snima grad, a zatim nas neprekidno podseća da gledamo film: vidimo kameru, vidimo montažerku za montažnim stolom, vidimo filmsku traku kako prolazi. To je čista hipermedijalnost skoro vek pre tog termina. Istovremeno, Vertov remedijuje stariji medij, fotografiju i samu mehaniku ljudskog oka i tvrdi da je filmska kamera savršeniji organ vida od oka. Film koji slavi novi medij tako što neprekidno pokazuje kako taj medij radi.

Primer drugi: found-footage horor, od Veštice iz Blera (Mirik Danijel i Eduardo Sančez, 1999.) do savremenih nastavaka. Ovde je remedijacija postala čitav žanr. Igrani film oponaša estetiku amaterskog video-snimka, drhtava kamera iz ruke, loš zvuk, vremenski kod u uglu kadra, upravo zato da bi postigao logiku neposrednosti. Gledalac treba da zaboravi da gleda režirani film i poveruje da gleda autentičan, „pronađen“ dokument. Paradoks je savršen: ulaže se ogroman produkcijski trud da bi se proizveo izgled odsustva svakog truda. To je remedijacija kao strategija ubeđivanja.

Primer treći: interfejs-film, žanr koji se odvija u potpunosti na ekranu računara, poput Searching (Aneesh Chaganty, 2018) ili dokumentarnog Transformers: The Premake (Kevin B. Lee, 2014). Ceo narativ se odvija unutar pretraživača, video-poziva i prozora aplikacija. Ovde film ne oponaša jedan stari medij, nego gomilu njih odjednom — i u tome je čista hipermedijalnost: kadar je pretrpan prozorima, kursorima i obaveštenjima. Film priznaje da danas stvarnost i ne doživljavamo drugačije nego kroz naslagane medijske okvire.

Tri filma, tri tačke u vremenu 1929, 1999, 2018, a isti mehanizam: novi medij se legitimiše tako što preuzima i preoblikuje stari. Vertov remedijuje oko, found-footage remedijuje kućni video, interfejs-film remedijuje sam desktop. To je obrazac, ne izuzetak.

4. Proširenje: remedijacija u doba veštačke inteligencije

Bolter i Grusin pisali su 1999. godine pre pametnih telefona, pre striminga, pre generativne veštačke inteligencije. Pa ipak, njihova teorija se tek u savremeno doba dobija na aktuelnosti. Uzmimo na primer generativne modele za sliku i video. Kada od takvog modela zatražite „dokumentarni snimak iz šezdesetih“, on ti vraća zrnastu sliku, izbledele boje, format 4:3, blago podrhtavanje kamere. Model “ne zna” kako su šezdesete izgledale, ali on “zna” kako je izgledao medij šezdesetih. Veštačka inteligencija je, ispostavlja se, mašina za remedijaciju u najčistijem obliku: ona ne reprodukuje stvarnost, ona reprodukuje ranije medije.

Isto važi i za VR i AR okruženja, o kojima ćemo detaljnije govoriti kasnije u kursu. Virtuelna realnost se prodaje kao vrhunac neposrednosti, medij koji konačno nestaje, koji te uranja u svet bez ijednog vidljivog okvira. A ipak, kada uđemo u VR, dočekuju nas lebdeći meniji, plutajući paneli i pokazivači. Hipermedijalnost se vraća na mala vrata. Bolter i Grusin bi rekli da je to neizbežno: čim medij obeća da će potpuno nestati, on iznova otkrije sopstveni interfejs. Za nas kao autore ali i korisnike medijskog sadržaja to znači da ne postoji „neutralna“ tehnologija, svaki novi alat koji koristimo, u sebi već nosi nasleđe medija koje oponaša.

5. Ključni pojmovi

Remedijacija (remediation)

Proces kojim novi medij definiše sebe pozajmljujući, oponašajući i preoblikujući starije medije; novi medij ne ukida stari, nego ga preuzima i preuređuje (Bolter i Grusin).

Neposrednost (immediacy)

Logika remedijacije u kojoj medij teži da izbriše trag o sebi i navede gledaoca da poveruje kako je u prisustvu same stvarnosti, a ne posredovane slike.

Hipermedijalnost (hypermediacy)

Suprotna logika remedijacije u kojoj medij namerno ističe sopstveno prisustvo, interfejs, okvire, šavove i podseća gledaoca da gleda posredovanu sliku.

Medij je poruka.

Sam tehnološki oblik prenosa (a ne sadržaj) presudno oblikuje mišljenje, percepciju i društvene odnose. (Makluan)

6. Stop & razmisli

Zamislite da snimate dokumentarni film o svojoj porodici. Odlučujete da deo materijala koji nedostaje rekonstruirate pomoću generativne veštačke inteligencije, koja vraća sliku „autentičnog“ porodičnog snimka iz osamdesetih.

Q&A Koji stariji medij taj prizor zapravo remedijuje i da li gledalac koji to gleda doživljava neposrednost ili hipermedijalnost? Kada biste morali da izaberete, da li je etički korektnije pokazati gledaocu šav rekonstrukcije, ili ga sakriti?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Nijedan medij ne nastaje ni iz čega, svaki novi medij se rađa preuzimanjem i preoblikovanjem starog.

Makluan je tu ideju nazreo tezom da je sadržaj svakog medija uvek jedan drugi medij; Bolter i Grusin su je razvili u teoriju remedijacije.

Remedijacija radi kroz dve suprotstavljene logike: neposrednost (medij hoće da nestane) i hipermedijalnost (medij hoće da se razmeće sobom).

Ista logika vidljiva je kroz ceo vek filma, od Vertova (1929), preko found-footage horora, do interfejs-filma, i obrazac je, ne izuzetak.

Generativna veštačka inteligencija i VR ne ukidaju remedijaciju; oni je dovode do vrhunca, jer reprodukuju ranije medije, a ne samu stvarnost.

Zašto je ovo važno

Kao budući Autori višemedijskih formi, zapravo nikada nećete raditi sa neutralnim alatom. Kamera, montažni softver, generativni model, VR-platforma (...) svaki od njih u sebi već nosi nasleđe ranijih medija i njihovih ideologija. Ako to ne prepoznate, medij će „misliti“ umesto vas: snimaće found-footage estetiku jer vam se čini „autentičnom“, i postavlja se pitanje da li ćete primetiti da ste samo pozajmili i svesno i nesvesno koristite tuđu strategiju ubeđivanja. Remedijacija je vaš prvi alat upravo zato što vam omogućava da svesno birate, da li ste upoznati koji stariji medij citirate, da li želite da sakrijete ili da pokažete “šav”, i čiji pogled time nasleđujete. Razumeti kako mediji evoluiraju znači prestati da budete njihov korisnik i početi da budete njihov autor.

Nedelja 2

Aura i estetika mase

1. Uvod

Stojite u muzeju, u prepunoj sali, i pokušavate da vidite Mona Lizu. Između vas i čuvene slike su pancir-staklo, ograda i tri reda ljudi koji ne gledaju sliku, već u ekrane svojih mobilnih telefona, oni je fotografišu. Sutradan ćete tu istu sliku videti u savršenoj rezoluciji na ekranu telefona: bez gužve, bez stakla, bez čekanja. Kvalitetnija reprodukcija, bolji ugao, više detalja. A ipak, svi su platili kartu, putovali, gurali se, da bi tih nekoliko sekundi stajali pred „pravom“. Pitanje koje ćemo otvoriti ove nedelje glasi: ako je reprodukcija bolja od originala, zašto original i dalje nešto znači? Šta to tačno poseduje predmet u Luvru što fajl na vašem telefonu nema?

To „nešto“ ima ime, i dao mu ga je nemački mislilac Valter Benjamin još tridesetih godina prošlog veka. On ga je nazvao **aurom**. A trenutak kada se to „nešto“ gubi kada slika postane fajl koji se umnožava bez kraja, Benjamin je prepoznao kao prelomnu tačku u istoriji ne samo umetnosti, nego i politike.

2. Teorijska osnova

Valter Benjamin je 1935. godine napisao esej **Umetničko delo u veku svoje tehničke reproductivnosti**, tekst koji je nastao u senci nacističkog uspona i koji je do danas ostao jedan od najvažnijih kratkih tekstova o medijima ikada napisanih. Benjaminova polazna teza je naizgled jednostavna. **Svako umetničko delo, kaže on, ima svoju jedinstvenu prisutnost, postoji ovde i sada, na jednom mestu, sa svojom istorijom, svojim ožiljcima, svojim trajanjem. Tu jedinstvenost, taj dah originala koji se ne da kopirati**, Benjamin naziva **aurom**. A onda postavlja dijagnozu:

„Ono što u veku tehničke reproductivnosti propada jeste aura umetničkog dela.“

Valter Benjamin, Umetničko delo u veku svoje tehničke reproductivnosti (1935)

Zašto aura propada? Zato što tehnička reprodukcija, fotografija, gramofonska ploča, a iznad svega film, zamenjuje jedinstveno postojanje dela mnoštvom kopija. Kod fotografije nema smisla pitati „gde je original“; negativ postoji da bi proizveo niz identičnih otisaka. Film je u tome najradikalniji: on uopšte i nema original koji bi mogao da poseduje auru. Postoji samo kopija, beskonačno umnoživa.

Ali Benjamin nije nostalgičar koji oplakuje izgublenu auru. Njegova analiza je dvostruka. Gubitak aure on vidi i kao oslobođenje: kada se delo otrgne od svog kulturnog, ritualnog porekla, od oltara, hrama, dvorca, ono postaje dostupno masama. Benjamin tu uvodi presudnu razliku između dve vrednosti umetnosti.

Kulturna vrednost je vrednost dela koje postoji da bi bilo prisutno, čak i ako ga niko ne gleda, ikona u mračnoj crkvi, kip skriven u celi.

Izlagačka vrednost je vrednost dela koje postoji da bi bilo izloženo, viđeno, umnoženo, distribuirano. Tehnička reprodukcija prebacuje težište sa prve na drugu. Umetnost izlazi iz hrama i ulazi u optičaj.

3. Srce teme: aura, kopija i njihova politika

Da bismo videli kako Benjaminova teza funkcionše kao analitički alat, razmotrićemo tri konkretna slučaja iz filmske i medijske prakse.

Primer prvi: *F for Fake* (Orson Vels, 1973). Velsov poslednji završeni film, koji je sam nazvao „esejističkim filmom“, bavi se falsifikatorom slika Elmirom de Horijem, čije kopije Matisa i Modiljanija vise po svetskim galerijama, nerazpoznatljive od originala. Vels postavlja Benjaminovo pitanje u najoštrijem obliku: ako stručnjaci ne mogu da razlikuju falsifikat od originala, šta tačno original poseduje? Film je sam po sebi dokaz teze: Vels ga gradi montažom, trikom, manipulacijom, medijem koji nema original i ne može imati auru. Esejistički film je forma rođena upravo iz gubitka aure: autor više ne čuva svetinju klasičnog literarnog dela, on priznaje da je sve montaža.

Primer drugi: *Dawson City: Frozen Time* (Bil Morison, 2016). Morisonov dokumentarac sastavljen je od 533 koluta nemog filma, decenijama zakopanih u permafrostu kanadskog gradića i slučajno iskopanih 1978. godine. Filmska traka je izgorela, izgrebana, raspadnuta i upravo ta oštećenost vraća filmu nešto nalik auri. Morison nam pokazuje paradoks: medij koji je, po Benjaminu, ubio auru jer nema original, ovde sam postaje jedinstveni, neponovljivi predmet, jer je svaki kadar oštećen na način koji se ne može reprodukovati. Materijalnost trake, njena istorija i propadanje, vraćaju onaj „ovde i sada“ koji je tehnička reprodukcija trebalo da izbriše.

Primer treći: holivudski Star sistem. Benjamin je primetio da film, oduzimajući auru umetničkom delu, tu istu auru veštački rekonstruiše, ali je premešta sa dela na ličnost glumca. Holivudski studijski sistem tridesetih i četrdesetih godina je industrija za proizvodnju aure: filmska zvezda se gradi medijskim reflektorima, lažnim biografijama, kontrolisanim pojavljivanjima, mistifikacijom privatnog života. Benjamin to naziva „kultom filmske zvezde“ i jasno kaže da je to lažna aura, čar koji nije izrastao iz jedinstvenosti dela, nego je fabrički sklopljen da bi se masi prodala iluzija jedinstvene ličnosti. Auru o kojoj je on govorio kao o nečemu što propada, kapital odmah ponovo proizvodi kao robu.

I tu Benjamin postaje politički oštar. Esej se ne završava estetikom nego upozorenjem. Ista mašinerija koja masi proizvodi auru zvezde može masi da proizvede i auru vođe. Benjamin uvodi pojam estetizacije politike: fašizam, kaže on, daje masama priliku da se izraze kroz spektakl i kult ličnosti, ali im uskraćuje stvarna prava. Estetizovana politika je politika pretvorena u predstavu sa aurom, u kojoj masa gleda sopstvenu veličinu na ekranu umesto da je poseduje u stvarnosti.

4. Proširenje: aura u doba beskonačne kopije

Benjamin je pisao pre televizije, pre interneta, pre generativne veštačke inteligencije, a njegov pojam aure danas se vraća na najneočekivanije načine. Analizirajmo na trenutak fenomen NFT-a¹. Slika u digitalnom obliku može se kopirati savršeno i besplatno, milion puta; ipak, tržište je izmislilo način da jednoj kopiji veštački pripiše status „originala“ i proda je za milione. To je Benjaminova teza izvrnuta naglavačke: kada tehnička reprodukcija učini sve kopije jednakim, kapital odmah konstruiše veštačku auru jedinstvenosti, jer bez jedinstvenosti “originala” nema ni vrednosti.

Slična situacija je i kod generativne veštačke inteligencije. Kada model proizvede sliku, ona po definiciji nema auru, nema ni autora u tradicionalnom smislu, ni jedinstveno „ovde i sada“, ni original. Reč je o čistoj izlagačkoj vrednosti bez ostatka kultne. Po istom principu, digitalni influencer danas je samo nastavak holivudskog Star sistema: aura ličnosti proizvodi se filterima, montažom i pažljivo doziranom „autentičnošću“ umesto reflektorima. Vredi se setiti i Nedelje 1: rekli smo da film remedijuje slikarstvo. Benjamin nam sada govori šta se u tom procesu remedijacije gubi, film preuzima formu slike, ali ne može da preuzme njenu auru. Remedijacija opisuje mehaniku prelaska; Benjamin opisuje njegovu cenu.

5. Ključni pojmovi

Aura

Jedinstvena prisutnost umetničkog dela, njegovo postojanje „ovde i sada“, sa sopstvenom istorijom i trajanjem, koje se ne može reprodukovati (Benjamin).

Tehnička reproduktivnost

Sposobnost modernih medija (fotografija, gramofon², film) da delo umnože u mnoštvu identičnih kopija, čime se ukida jedinstvenost originala.

Kulturna i izlagačka vrednost

Dva pola vrednosti umetnosti: kulturna, delo postoji da bi bilo prisutno (ritual, ikona); izlagačka, delo postoji da bi bilo izloženo i distribuirano.

¹ **NFT** (engl. *Non-Fungible Token*) označava nezamenljivi digitalni token kreiran na blokčejn mreži. Za razliku od kriptovaluta koje su zamenjive (fungibilne) i međusobno identične, svaki NFT je jedinstven i deluje kao pametni ugovor (*smart contract*) koji garantuje neosporno vlasništvo nad specifičnim digitalnim objektom (slikom, videom, tekstom ili audio zapisom).

² S obzirom na to da je Valter Benjamin ovu tezu postavio sredinom tridesetih godina 20. veka, gramofon u njegovom eseju predstavlja ključni primer mehaničke reprodukcije zvuka tog doba. Savremeni ekvivalent gramofonu danas su digitalni audio-formati (MP3, WAV) i, pre svega, striming platforme (kao što su *Spotify*, *Apple Music* ili *YouTube*). Kao što je gramofonska ploča omogućila da se jedno neponovljivo živo izvođenje otrgne od svog originalnog prostora (koncertne dvorane) i sluša u nečijoj dnevnoj sobi, tako današnji digitalni servisi omogućavaju beskonačno, bežično umnožavanje i trenutnu dostupnost zvuka bilo gde u svetu, čime se dodatno radikalizuje Benjaminova teza o gubitku vremenske i prostorne jedinstvenosti („aure“) umetničkog dela.

Estetizacija politike

Mehanizam u kom se politika pretvara u spektakl i kult ličnosti: masi se daje iluzija izražavanja i moći, a uskraćuju stvarna prava (Benjamin).

6. Stop & razmisli

Snimate dokumentarni portret jedne osobe. Tokom montaže shvatate da možete da je prikazete na dva načina: kao jedinstveno, neponovljivo ljudsko biće sa svojom istorijom, ili da od nje, reflektorima i muzikom i pažljivim kadriranjem, napravite „ikonu“, lik sa austom. Da li je drugo nužno manipulacija? Postoji li dokumentarni portret bez ikakve konstrukcije aure, i ako ne postoji, gde je granica između davanja dostojanstva i proizvodnje kulta?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Aura je jedinstvena prisutnost dela, njegovo „ovde i sada“; tehnička reprodukcija je razara jer kopija nema original.

Benjamin gubitak aure ne oplakuje: delo izlazi iz hrama, kulturna vrednost ustupa mesto izlagačkoj, umetnost postaje dostupna masama.

Film je najradikalniji slučaj: on uopšte nema original koji bi posedovao auru.

Holivudski Star sistem veštački rekonstruiše izgublenu auru i premešta je sa dela na ličnost zvezde, to je lažna, fabrički proizvedena aura.

Esej se završava političkim upozorenjem: ista mašinerija proizvodi i kult vođe, fašizam estetizuje politiku, daje masi spektakl umesto prava.

Zašto je ovo važno

Kao Autori višemedijskih formi, vi svakodnevno odlučujete o auri, samo to obično ne nazivate tim imenom. Svaki put kada osvetlite lice, izaberete muziku ispod kadra, usporite snimak ili ga uokvirite krupnim planom, vi ili gradite auru ili je rastačete. Benjamin nam uvodi termin, verbalizuje pojam, kako biste umeli da prepoznate ovaj pojam i prepoznate taj postupak kao postupak, a ne kao „ prirodan“ izbor. Ujedno Benjamin nam daje i etičku osu: razlika između davanja dostojanstva nekome i proizvodnje kulta oko nekoga je razlika između dokumentariste i propagandiste. Ako ne razumete kako se aura konstruiše, proizvodićete nesvesno, a nesvesno proizvedena aura je upravo ono čime se služi estetizovana politika i medijska manipulacija. Benjaminova teorija nam daje uvid i poziva na odgovornost pred medijskim sadržajem koji kreiramo ali i koji konzumiramo, kako sadržaj ne bi konzumirao nas.

Nedelja 3

Propaganda i proizvodnja pristanka

1. Uvod

Prisetite se kada ste poslednji put kada si jeli slaninu i jaja za doručak. Verovatno vam se činilo da je to oduvek tako „tradicionalan, izdašan (američki) doručak“. Nije. Sve do dvadesetih godina prošlog veka, prosečan doručak na Zapadu bio je lagan: kafa, pecivo, voće. A onda je jedan proizvođač slanine unajmio čoveka po imenu Edvard Bernajs da poveća prodaju. Bernajs nije napravio reklamu za slaninu. On je uradio nešto mnogo lukavije: anketirao je lekare i postavio im pitanje da li je izdašan doručak zdraviji od laganog. Lekari su, predvidljivo, potvrdili. Bernajs je tu vest poslao novinama, uz preporuku, naravno, slanine i jaja. Ljudi nisu poslušali reklamu. Poslušali su „nauku“. Doručak cele jedne generacije promenjen je tako da se ni u jednom trenutku nije činilo da te neko ubeđuje.

To je propaganda u svom najopasnijem obliku, onom koji ne izgleda kao propaganda. Ove nedelje bavimo se mehanizmom kojim se pristanak ne otima silom, nego proizvodi: tako da građanin sam, dobrovoljno i ponosno, poželi upravo ono što je trebalo da poželi.

2. Teorijska osnova

Edvard Bernajs bio je sestrić Sigmunda Frojda, i tu rodbinsku vezu pretvorio je u profesiju. Ako je Frojd otkrio da ljudskim ponašanjem upravljaju nesvesne želje i potisnuti nagoni, Bernajs je izveo praktičan zaključak: **ako možeš da dosegneš te nesvesne želje, možeš da oblikuješ samu njegovu želju**. Godine 1928. objavio je knjigu sa namerno provokativnim naslovom: **Propaganda**. Knjiga počinje rečenicom koja i danas izaziva nelagodu:

„Svesna i inteligentna manipulacija organizovanim navikama i mišljenjima masa važan je element demokratskog društva. Oni koji upravljaju tim nevidljivim mehanizmom društva čine nevidljivu vladu koja je istinska vladajuća sila naše zemlje.“

Edvard Bernajs, Propaganda (1928), prvo poglavlje

Obratite pažnju na to da Bernajs ovo ne piše kao kritiku. On to piše kao priručnik. Za njega je „proizvodnja pristanka“ nužan, čak poželjan deo demokratije, jer mase su, smatra on, suviše iracionalne da bi im se prepustilo da samostalno odlučuju. Termin „proizvodnja pristanka“ (manufacturing consent) zapravo je starije porekla, skovao ga je novinar Volter Lipman, ali ga je Bernajs pretvorio u zanat i industriju.

Tu je presudno razlikovati dve vrste propagande. Postoji gruba, **vidljiva propaganda**, ona koja viče, preti, naređuje. I postoji **suptilna propaganda**, ona koja se prerušava u vest, nauku, zabavu, „zdrav razum“. Prva traži vašu poslušnost. Druga traži tvoj pristanak. Samim tim, drugi oblik propagande mnogo je opasniji, jer **pristanak se doživljava kao sopstvena, slobodna odluka**.

3. Srce teme: estetika, agenda i nevidljiva ruka

Razmotrićemo tri slučaja koji pokazuju tri različite tehnologije proizvodnje pristanka.

Primer prvi: **Trijumf volje** (Leni Rifenštal, 1935). Rifenštalin film o nacističkom kongresu u Nirnbergu i danas je najuticajnije propagandni film ikada snimljen, i upravo zato najopasniji za proučavanje. Rifenštal je snimala Hitlerove govore; na način kao da snima dramsku kompoziciju. Pokretne kamere, snimci iz vazduha, niski rakursi koji niskog Hitlera pretvaraju u monumentalnu figuru, mase ljudi raspoređene kao ornament. Ovde se vraćamo Benjaminu iz prošle nedelje: ovo je estetizacija politike u čistom obliku. Rifenštal ne nudi argument zašto bi neko trebalo da podrži režim, ona nudi lepotu, ritam i osećaj pripadanja monumentalnoj celini. Pristanak se ne traži od razuma, nego od čula.

Primer drugi: **The Century of the Self** (Adam Kertis, 2002). Kertisov četvorodelni dokumentarac za BBC je upravo priča o Bernajsu, o tome kako su Frojdove ideje o nesvesnom prenesene iz psihoanalize u marketing i politiku. Kertis pokazuje kako se kroz dvadeseti vek građanin postepeno pretvara u potrošača: kako se demokratija od sistema u kom se zadovoljavaju potrebe pretvara u sistem u kom se proizvode i zadovoljavaju želje. Za nas je Kertisov film dvostruko poučan, i kao analiza propagande, i kao primer autorske dokumentarne metode: arhivska građa, ironična montaža, pripovedački glas koji povezuje naizgled nepovezano.

Primer treći: **pet filtera Hermana i Čomskog**. Edvard Herman i Noam Čomski su 1988. godine, u knjizi **Manufacturing Consent**, ponudili model koji objašnjava kako proizvodnja pristanka radi i bez ijednog propagandiste, strukturno, automatski. Vest, pre nego što dođe do nas, prolazi kroz pet filtera: vlasništvo nad medijem, zavisnost od oglašivača, oslanjanje na zvanične izvore, „pljuska“ kazni i pritisaka, i zajedničkog neprijatelja kao ideološkog okvira. Niko ne mora da naredi cenzuru, sistem sam propušta ono što mu odgovara. To je proizvodnja pristanka bez vidljive ruke koja je proizvodi.

Tri slučaja, tri mehanizma: Rifenštal proizvodi **pristanak lepotom**, Bernajs ga proizvodi **prerušenom željom**, Herman i Čomski pokazuju da ga sama **struktura medija proizvodi** i bez autora. Zajednički imenitelj je **odsustvo prinude** i upravo to odsustvo je ono što ovaj oblik moći čini tako teškim za prepoznavanje.

4. Proširenje: proizvodnja pristanka u doba algoritma

Herman i Čomski pisali su o televiziji i štampi, o nekolicini velikih medijskih kuća. Danas se njihov peti filter, ideološki okvir, proizvodi drugačije. **Algoritam** društvene mreže, za razliku od predhodnih modela, ne odlučuje šta je istina; on **odlučuje šta će ti biti vidljivo**. A kako bira? Po tome šta nas najduže zadržava na određenom medijskom sadržaju, on sistematski potiskuje dosadno, složeno i pomirljivo, a propušta uznemirujuće, jednostavno i polarizujuće. To je **peti filter automatizovan i personalizovan**, svako dobija sopstvenu, krojenu verziju „zajedničkog neprijatelja“.

Bernajsova **tehnika prerusavanja** takođe je preživela i umnožila se. Plaćeni influencer koji „slučajno“ pomene proizvod, lažni grassroots pokret³ koji u stvari finansira korporacija (takozvani astroturfing), generativni model koji proizvodi hiljade naizgled nezavisnih komentara, sve su to potomci “jakog doručka”. Niko nam direktno ne sugeriše šta da mislimo; samo se proizvede medijsko okruženje u kom ćemo sami doći do „svoje“ odluke. I tu se vredi vratiti Nedelji 1: rekli smo da svaki novi medij remedijuje stari. Propaganda je verno pratila tu evoluciju, od plakata, preko Rifenštaline filmske trake, do algoritamskog feed-a. Forma se menja; mehanizam proizvodnje pristanka ostaje.

5. Ključni pojmovi

Proizvodnja pristanka

Postupak kojim se javno mnjenje oblikuje tako da građani sami, kao slobodnu odluku, prihvate ono što je unapred poželjno (Lipman; Bernajs; Herman i Čomski).

Suptilna propaganda

Ubeđivanje preruseno u vest, nauku, zabavu ili „zdrav razum“; ne traži poslušnost nego pristanak, pa se doživljava kao sopstveni izbor.

Estetizacija politike

Mehanizam u kom se pristanak traži od čula, a ne od razuma, politika postaje spektakl lepote, ritma i pripadanja (Benjamin; Rifenštal).

Pet filtera

Model Hermana i Čomskog: vlasništvo, oglašivači, zvanični izvori, pritisci i zajednički neprijatelj, struktura koja proizvodi pristanak i bez naredbe.

6. Stop & razmisli

Snimate dokumentarni film o temi u koju duboko verujete i poznajete, recimo, o zaštiti reke od zagađenja. Da bi gledaoca pridobili, koristite dramatičnu muziku, usporene kadrove, emotivne krupne planove i pažljivo biranu montažu koja izostavlja sve što bi moglo da oslabi vašu tezu. Po čemu se tvoj postupak razlikuje od propagande? Postoji li uopšte dokumentarni film koji ubeđuje, a nije propaganda, i ako postoji, šta je tačno granica?

³ **Grassroots pokret** (engl. *grassroots* – koren trave) označava društveni ili politički pokret koji nastaje „odozdo“, odnosno iz same baze društva. Za razliku od inicijativa koje organizuju političke elite, institucije ili korporacije (pristup „odozgo nadole“), *grassroots* pokreti se oslanjaju na samoorganizovanje običnih građana i lokalnih zajednica koji se udružuju kako bi rešili određeni problem ili podstakli društvene promene.

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Najopasnija propaganda ne izgleda kao propaganda, ona ne traži poslušnost, nego proizvodi pristanak koji se doživljava kao slobodna odluka.

Bernajs je Frojđovu teoriju nesvesnog pretvorio u zanat: ne ubeđuj čoveka argumentom, oblikuj samu njegovu želju.

Rifenštal pokazuje estetizaciju politike: pristanak se traži od čula, lepotom, ritmom, osećajem pripadanja, a ne razlogom.

Herman i Čomski (pet filtera) dokazuju da sistem proizvodi pristanak strukturno, automatski, i bez ijednog vidljivog propagandiste.

Algoritamski feed je peti filter automatizovan i personalizovan, proizvodnja pristanka preživljava svaku promenu medija.

Zašto je ovo važno

Ovo poglavlje nas dovodi do najnelagodnijeg pitanja u celom kursu, pitanja koje se ne sme zaobići: dokumentarista i propagandista koriste isti pribor. Istu montažu, istu muziku, isti krupni plan, istu sposobnost da izostave ono što im ne odgovara. Razlika nije u alatu, nego u odnosu prema gledaocu. Propagandista gledaoca tretira kao masu kojom treba upravljati; dokumentarista ga, u najboljem slučaju, tretira kao osobu kojoj duguje objektivni pristup građi iz koje ona može sama da izvede zaključak. Ako ne razumete mehaniku proizvodnje pristanka, ne možete da odlučite na kojoj ste strani obale.

Nedelja 4

Vizuelna retorika i mitologije

1. Uvod

Otvorite bilo koju reklamu za kafu. Verovatno vidite sledeće: drvenu kuhinju obasjanu jutarnjim svetlom, paru koja se diže iz šolje, ruke koje grle toplu keramiku, možda nekoga ko gleda kroz prozor sa blagim osmehom. Nijedan od tih elemenata ne govori o kafi. Para ne govori ništa o ukusu, kuhinja ništa o ceni, jutarnje svetlo ništa o poreklu zrna. A ipak, vi tačno razumeš poruku: ova kafa znači toplinu, dom, mir, povratak sebi. Niko nam to nije rekao rečima. Reklama nije izgovorila nijednu od tih reči. I upravo zato je delovala.

Ove nedelje učimo da čitamo ono što slika kaže a da ne izgovori. Bavimo se **vizuelnom retorikom**, veštinom ubeđivanja koja se ne služi argumentom nego znakom; i mitologijom svakodnevice, načinom na koji nas najobičnije slike, plakati, kadrovi i predmeti neprekidno uveravaju u nešto, predstavljajući to kao prirodno, samorazumljivo, „normalno“.

2. Teorijska osnova

Francuski teoretičar **Rolan Bart** objavio je 1957. godine knjigu **Mitologije**, niz kratkih eseja u kojima čita najobičnije pojave francuskog života: rvanje, prašak za pranje, biftek sa pomfritom, novu marku automobila, lice Grete Garbo. Bartova polazna ideja je da znak nikada ne radi sam i nikada ne staje na svom prvom, doslovnom značenju. Da bismo to razumeli, moramo razlikovati dva nivoa značenja.

Prvi nivo je **denotacija**, ono što slika doslovno prikazuje. Fotografija šolje kafe denotira: šolja, tečnost, para. Drugi nivo je **konotacija**, sloj asocijacija, vrednosti i osećanja koje ta ista slika budi: toplina, dom, intimnost. Denotacija je ono što vidiš; konotacija je ono što osećaš da slika „znači“. A kada se konotacija toliko ustalila da je više i ne primećujemo kao konstrukciju, kada nam izgleda kao prirodna istina o svetu, ona postaje ono što Bart naziva mitom. U eseju „Mit danas“ Bart to formuliše precizno:

„Mit⁴ je vrsta govora... Pošto je mit vrsta govora, sve može biti mit ako je preneto nekim diskursom⁵.“

Rolan Bart, Mitologije, esej „Mit danas“ (1957)

⁴ Rolan Bart pod rečju **mit** ne podrazumeva antičke priče o bogovima ili herojima. Za Barta, mit u modernom svetu je **skrivena poruka**. To je onaj trenutak kada nam mediji, kultura ili reklame neku društvenu, veštačku ideju „podvale“ kao da je to nešto potpuno prirodno, normalno i oduvek dato. Mit je iluzija koja se pretvara da je činjenica.

⁵ **Diskurs je način na koji se o nečemu komunicira**. To je „ambalaža“ poruke. Diskurs nije samo tekst ili izgovorena reč. Fotografija je diskurs. Reklama je diskurs. Filmski kadar je diskurs. Instagram stori je diskurs. Dakle, kada Bart kaže da je nešto „preneto nekim diskursom“, on misli: to nam je plasirano preko nekog medija (kroz sliku, tekst, dizajn, film).

Mit u modernom svetu je **skrivena poruka**. To je onaj trenutak kada nam mediji, kultura ili reklame neku društvenu, veštačku ideju „podvale“ kao da je to nešto potpuno prirodno, normalno i oduvek dato. Mit je iluzija koja se pretvara da je činjenica.

Bilo koji običan predmet na svetu je samo predmet. Ali onog trenutka kada ga mediji, umetnost ili reklame uzmu i prikažu na određeni način (kroz diskurs), taj predmet dobija skriveno značenje i postaje mit.

Zamislimo crnu, gaziranu, slatku tečnost u staklenoj flaši. To je puka činjenica. Predmet. Nema nikakvo značenje. Međutim, kada tu tečnost ubacimo u **diskurs** — kada snimimo reklamu (govor slike i tona) u kojoj mladi ljudi na plaži igraju uz zalazak sunca, ili kada stavimo Deda Mraza da je pije u snegu, ta crna tečnost postaje **mit**. Ona više nije voda sa šećerom i bojom; ona postaje *mit o mladosti, sreći, Božiću i zajedništvu*. Tako je Bart dokazao svoju tezu: *sve* (pa i gazirani sok) može postati mit, ako ga provučemo kroz pravu vrstu komunikacije (diskursa).

Nijedna stvar nije sama po sebi mitološka. Drvo je samo drvo. Ali ako to drvo stavimo u reklamu za banku i oko njega trče nasmejana deca, to drvo prestaje da bude biljka i postaje **mit o sigurnosti, rastu i porodičnim vrednostima**.

Ključ je u poslednjoj reči Bartove analize: naturalizacija. Mit ne laže otvoreno. On uzima nešto što je istorijsko, izabrano i ideološko, i predstavlja to kao večno, samorazumljivo i prirodno. Mit pretvara kulturu u prirodu. Reklama za kafu ne tvrdi „treba da težiš ovakvom domu“; ona taj dom prikazuje kao da je on prosto ono što kafa jeste. Mir, spokoj, toplina i sigurnost doma. I dok god to ne primetite, mit funkcioniše.

3. Srce teme: kako slika ubeđuje bez reči

Razmotrićemo tri slučaja u kojima slika nosi poruku koju nikada ne izgovara.

Primer prvi: **Bartov vojnik** koji salutira. Bartov najpoznatiji primer je naslovna strana magazina **Paris Match** na kojoj mladi crnac u francuskoj uniformi salutira, podignutog pogleda. Denotacija je jednostavna: vojnik pozdravlja zastavu. Ali konotacija mit glasi: Francuska je velika imperija, svi njeni sinovi bez razlike u boji kože verno joj služe, i optužbe za kolonijalizam su, eto, neosnovane. Slika ne izgovara nijedan od tih stavova. Ona ih čini vidljivim kao prostu činjenicu. To je vizuelna retorika u najčistijem obliku: ideologija prerusena u snimak.

Primer drugi: **Manufacturing Consent** (Mark Ahbar i Piter Vintonik, 1992). Film o Noamu Čomskom za nas je dvostruko poučan. Sadržinski, on pokazuje kako mediji filtriraju stvarnost, temu koju smo otvorile prošle nedelje. Ali za ovu nedelju važnija je njegova forma. Ahbar i Vintonik ne iznose tezu samo govorom; oni je iznose montažom, grafikom, ironičnim spajanjem slike i zvuka. Kada uz zvaničnu izjavu postave arhivski snimak koji joj protivreči, oni ne kažu ništa, konotacija sama proizvodi sud. Film je tako i analiza vizuelne retorike i njena svesna, autorska upotreba.

Primer treći: **kadar, kostim i boja** kao **nemi argument**. Bartova analiza ne važi samo za reklamu i naslovnu stranu, ona je svakodnevni alat režije. Niski rakurs denotira „lik snimljen odozdo“, a konotira moć i pretnju. Hladna plavo-siva paleta denotira određene boje, a konotira otuđenost, klinički svet bez topline. Iznošen, predimenzioniran kaput denotira odevni predmet, a konotira siromaštvo ili izgubljenost lika. **Svaki put kada režirate, vi birate denotaciju, ali gledalac prima konotaciju.**

Tri slučaja, isti mehanizam: u sva tri slika kaže nešto čvrsto i ideološko a da to nikada ne stavi u rečenicu. I baš zato što nije izrečena, takva poruka se teško osporava, ne možete da osporavate tvrdnju koju naizgled niko nije ni izgovorio.

4. Proširenje: mit u doba interfejsa i algoritma

Bart je čitao plakate i naslovne strane. Danas se mitologija svakodnevice proizvodi na mestima koja Bart nije mogao da vidi, ipak novi mitovi rade po istom obrascu. Pomislite na ikonice aplikacija o kojima smo govorili u Nedelji 1. Žuti notes, koverat, slušalica, to su čiste Bartove naturalizacije: **interfejs koji svoju potpunu novinu prikazuje kao nešto poznato i prirodno, da ga ne bismo doživeli kao stranog i samim tim odbacili.** Dok „estetika autentičnosti“ na društvenim mrežama, prezentovana kroz namerno neuredan kadar, blago zrnastu sliku, „slučajno“ uhvaćen trenutak, savršen je savremeni mit: ogroman trud uložen da bi se proizveo utisak odsustva svakog truda, konstrukcija prerusena u spontanost.

Generativna slika je možda najčistiji primer. Kada od modela zatražite „srećnu porodicu“, dobićete tačno određenu konotaciju, najčešće belu, nuklearnu, srednjeklasnu porodicu u sunčanom domu, jer je model naučio dominantni mit iz miliona slika. Model ne reprodukuje porodicu; reprodukuje mit o porodici. I tu se sklapa luk našeg dela kursa: Bernajs iz prošle nedelje proizvodi pristanak tako što oblikuje želju; Bart pokazuje gde ta želja živi pre nego što postane svesna, u tihom, naturalizovanom sloju slike koji primamo a da ga ne čitamo.

5. Ključni pojmovi

Denotacija

Prvi nivo značenja, ono što slika doslovno prikazuje, njen neposredni, opisni sadržaj.

Konotacija

Drugi nivo značenja, sloj asocijacija, vrednosti i osećanja koje slika budi povrhu svog doslovnog sadržaja.

Mit

Ustaljena konotacija koja se više ne primećuje kao konstrukcija, nego deluje kao prirodna, samorazumljiva istina o svetu (Bart).

Naturalizacija

Mehanizam mita: ono što je istorijsko, izabrano i ideološko predstavlja se kao večno i prirodno, kultura prerusena u prirodu.

6. Stop & razmisli

Snimate dokumentarni kadar jedne osobe u njenom domu. Birate rakurs, objektiv, doba dana, šta će biti u pozadini. Šta god da izaberete, gledalac neće primiti samo denotaciju („osoba u sobi“), primiće konotaciju, neki sud o toj osobi. Da li je moguće snimiti kadar bez konotacije, „čistu“ denotaciju? Ako nije, a verovatno nije, gde je onda granica između neizbežnog značenja i mita koji svesno gradite?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Znak nikada ne staje na svom doslovnom značenju, **svaka slika funkcioniše na dva nivoa: denotaciji i konotaciji.**

Denotacija je ono što slika prikazuje; konotacija je sloj asocijacija i vrednosti koje ona budi.

Kada se konotacija ustali i počne da deluje kao prirodna istina, ona postaje mit (Bart).

Mehanizam mita je naturalizacija, ideološko i izabrano prerusavanje u večno i samorazumljivo; mit pretvara kulturu u prirodu.

Kadar, kostim i boja su **nemi argument**: režija je svakodnevna upotreba vizuelne retorike, a ne nešto što se dešava drugde.

I zato nam Bart nudi neophodan alat za čitanje sveta oko sebe:

Dekonstrukcija: Mi danas živimo u svetu koji je pretrpan Bartovim „mitovima“. Od savršenih života influensera na Instagramu, do političkih kampanja. Vaš zadatak kao potencijalnih umetnika je da umete da „pročitajte“ te skrivene poruke, da shvatite kako se one prave, i da ne budete naivni konzumenti.

Konstrukcija: S druge strane, kada budete osmišljavali multimedijalne projekte, vi ćete zapravo koristiti *diskurs* (sliku, reč, prostor) da biste stvarali sopstvene nove „mitove“ ili razbijali postojeće.

Zašto je ovo važno

Bart nam daje uvid da "čitajte" sopstveni kadar onako kako ga čita gledalac. Dok mislite da snimate denotaciju „osobu u sobi“, „grad u sumrak“, „ruke na stolu“. Gledalac prima konotaciju, i ako niste pažljivi, i mit. Postoje dva načina da kreirate nove mitove. Prvi je da nesvesno reprodukujete tuđe mitove (npr. da snimate Balkan kao egzotičnu, divlju senku Evrope). Drugi je da svesno gradite mitove i to nazivate dokumentarizmom. Bartov alat treba da vam omogući izbor: koju konotaciju uzimate u kadar, koji mit odbijate da ponovite, i kada hipermedijalno pokazujete gledaocu sopstveni postupak umesto da ga sakrijete. Ko ne ume da čita znak, taj njime biva pročitani.

Nedelja 5

Konstrukcija Drugog

1. Uvod

Razumevanje fenomena „Drugog“ od suštinske je važnosti za buduće stvaraoce sa ovih prostora, jer predstavlja prvu liniju odbrane od nesvesnog usvajanja tuđih stereotipa i gubitka sopstvenog autorskog identiteta.

Naime, kada danas pokušamo da definišemo ono što bi se nazivalo „balkanskim filmom“, gotovo uvek se nailazi na prilično predvidljivu, unapred zadatu sliku. To je onaj dobro poznati vizuelni i narativni šablon u kojem dominiraju blato, rakija, svadba ili sahrana na ivici incidenta, muzika sa trubama i neizostavno pucanje u vazduh. Balkan se u tom okviru prikazuje kao mesto gde zakoni ne važe, a celokupna atmosfera je preglasna, prljava i pomalo divlja.

Međutim, pravi problem ne leži u samom postojanju ovakvih stereotipa, već u načinu na koji oni nastaju. Najveći paradoks se dešava kada tu sliku Balkana ne osmisli posmatrač sa strane, vođen sopstvenim predrasudama, već kada ona postane svestan izbor lokalnih autora. Tada stvaralac dobrovoljno ugrađuje te elemente u svoje delo, pravdajući se time da „Balkan zaista tako izgleda“. Ipak, iza toga se često krije svesna kalkulacija da takva, egzotična estetika lakše komunicira sa očekivanjima zapadnog tržišta i brže donosi priznanja na festivalima poput Kana ili Berlina.

Upravo to je tačka u kojoj se prelama ključni problem fenomena Drugog, proces *samobalkanizacije*. To je onaj prelomni trenutak kada autor usvoji tuđi pogled i počne, sopstvenom rukom, da kreira i reprodukuje sliku koju je o njemu prethodno izmislio neko drugi, a taj „drugi“ je dominantni narativ.

Ovim poglavljem teorijski se zatvara prvi deo kursa. Pitanja koja su do sada povezivala koncepte remedijacije, aure, propagande i mita, u kontekstu fenomena Drugog postaju suštinska pitanja identiteta i autorske etike. Centralna dilema se stoga svodi na problem prava na reprezentaciju: ko ima pravo da predstavlja jedan kulturni prostor? I šta se dešava sa umetničkim integritetom kada autor počne samostalno da proizvodi i održava u životu onu predstavu o sebi, koja je od početka bila izmišljena samo da bi ga neko posmatrao odozgo?

2. Teorijska osnova

Palestinsko-američki teoretičar Edvard Said objavio je 1978. godine knjigu *Orijentalizam*, verovatno najuticajnijiu knjigu o reprezentaciji ikada napisanu. Saidova teza je da Zapad, kroz vekove nauke, književnosti i umetnosti, nije jednostavno opisivao Istok, već ga je on izmislio. „Orijent“ kao mistična, iracionalna, senzualna, despotska i pasivna celina nije zatečena stvarnost; to je konstrukcija koja Zapadu služi kao ogledalo: da bi Zapad sebe video kao racionalnog,

slobodnog i naprednog, mora najpre da izmisli svoju suprotnost. A ta izmišljena suprotnost, kaže Said, nije nevinna. Ona je oruđe vlasti.

Said se oslanja na tezu Mišela Fukoa⁶⁶: *znati nešto znači imati moć nad tim*. U kontekstu kulture, onaj ko drži olovku (ili kameru) i ko ima pravo da napiše definiciju o nekome, taj vlada njime. Zapad nije samo fizički osvajao Istok (Orijent); on ga je prvo „izučavao“. Zapadni putopisci, naučnici i slikari odlazili su na Istok i vekovima stvarali arhivu slika i tekstova o tome „kakvi su tamo ljudi“. Opisivali su ih kao egzotične, iracionalne, strastvene, lenje ili opasne, uvek kao suprotnost „racionalnom i civilizovanom“ Zapadu.

Kada nekoga klasifikujete, imenujete i opišete, vi mu oduzimate pravo da on sam kaže ko je. Vi postajete vlasnik njegove slike u svetu. Onaj ko opisuje, taj poseduje. To je suština moći o kojoj govore Fuko i Said.

Said ističe da je Istok pretvoren u "pozornicu". U tom odnosu moći, Istok (baš kao ni Balkan u savremenom kontekstu) nije stvarni, živi prostor u kojem ljudi imaju sopstveni glas. On postaje puka scenografija za zapadnjačke fantazije i strahove.

Na toj pozornici, Orijent ne govori u svoje ime. On biva *govoren*. On je objekat koji se posmatra pod mikroskopom, analizira i režira. Zapadni autor je taj koji piše scenario, dok je stanovniku Orijenta dodeljena uloga zanimljivog, ponekad zastrašujućeg eksponata koji služi isključivo tome da bi se Zapad osetio superiornije.

Ovaj mehanizam, gde snažniji centar moći ima privilegiju da vizuelno i narativno definiše slabiju periferiju, ključan je za razumevanje pozicije „Drugog“. Orijentalizam nije samo priča o Bliskom Istoku; to je univerzalni kalup po kojem centri moći posmatraju margine.

Bugarska istoričarka Marija Todorova je 1997. godine, u knjizi **Imaginarni Balkan**, taj okvir primenila i izoštrila za naš deo sveta. Ona uvodi pojam **balkanizma** i precizno ga razlikuje od orijentalizma.

Orijent je za Zapad potpuno Drugo: egzotično, daleko, suštinski strano. Balkan nije to. Balkan je, kako kaže Todorova, poluostrvo na ivici Evrope, ni potpuno Istok, ni potpuno Zapad. Zato Balkan nije egzotična suprotnost Evrope, nego njeno „nedovršeno“, prelazno, prljavo, necivilizovano Sopstvo, senka koju Evropa baca na samu svoju granicu. To je razlika sa posledicama: Orijent je neko drugi; Balkan je Evropa koja gleda u sopstvenu mračnu mrlju i sa olakšanjem zaključuje da to „nije ona“.

⁶⁶ **Mišel Fuko (Michel Foucault, 1926–1984)** – francuski filozof i istoričar ideja, najpoznatiji po analizi neraskidive veze između *znanja* i *moći*. Fuko tvrdi da moć nije samo sila koja nešto zabranjuje ili kažnjava, već da ona kreira i uspostavlja „istine“ o svetu kroz jezik, nauku i kulturu (tzv. *diskurs*). U kontekstu fenomena Drugog, Fukoov uvid znači da institucije i kulture koje imaju moć da nekoga proučavaju, opisuju i kategorišu (na primer, Zapad o Balkanu), nad njim suštinski vladaju, jer kreiraju zvaničnu "istinu" o njemu i oduzimaju mu pravo da sam definiše svoj identitet.

Za svakog studenta i budućeg autora sa Balkana, razumevanje Saidove i Todorovine teorije predstavlja onaj neophodni „filter“ kroz koji treba da posmatraju sopstveni rad. To je prvi korak u prepoznavanju kada je njihov kulturni prostor sveden na tuđu pozornicu, i još važnije, mehanizam samoodbrane koji sprečava da i sami, svojim filmovima ili tekstovima, počnu da „glume“ po scenariju koji je za njih napisao neko drugi.

3. Srce teme: ko drži kameru i nad kim

Razmotrićemo tri slučaja koji pokazuju kako konstrukcija Drugog radi i kako se može izokrenuti.

Primer prvi: **Reel Injun** (Nil Dajmond, 2009). Dokumentarac reditelja Nila Dajmonda prati vek prikazivanja severnoameričkih Indijanaca u holivudskom filmu, od „plemenitog divljaka“ do krvožednog napadača. Dajmond pokazuje savršen Saidov mehanizam: stotine različitih naroda, jezika i kultura saliveni su u jednu izmišljenu ikonu, „Indijanca“ sa perjem, koji jaše šarenog konja i napada. Ali presudno je ko snima ovaj film. Kamera je sada u rukama pripadnika onih koji su vekovima bili samo pred kamerom. Reel Injun je čin preuzimanja pogleda: predmet reprezentacije postaje njen autor.

Primer drugi: **Cameraperson** (Kirsten Džonson, 2016). Kolažni dokumentarac snimateljke Kirsten Džonson sastavljen je od kadrova prikupljenih tokom dvadeset pet godina rada širom sveta, Bosna, Darfur, Nigerija, Avganistan. Džonson namerno ostavlja u kadru sopstveno prisustvo: čuje se njen dah, njen glas, trenutak kada se kamera pomeri ili zadrhti. Film time postavlja Saidovo pitanje u obliku zanata: snimateljka iz jedne zemlje snima ljude druge zemlje i pita se, otvoreno, šta time čini. Ovo je hipermedijalnost iz Nedelje 1 pretvorena u etički postupak: pokazati šav, pokazati ruku na kameri, znači priznati da pogled nije neutralan.

Primer treći: **samoegzotizacija i sindrom „belog spasioca“**. Treći slučaj nije film nego obrazac koji je poželjno da se uoči u sopstvenom radu. Samoegzotizacija je fenomen i svesna odluka u kojoj autor i/ili autorsko producencki tim sa Balkana svesno snima blato, divljaštvo i kaos jer zna da zapadni festival to očekuje i nagrađuje, autor postaje sopstveni orijentalista. Naličje je sindrom „belog spasioca“: dokumentarni film u kom autor sa Zapada dolazi u „siromašnu“ sredinu, a stvarni junak priče postaje on sam i njegovo sažaljenje, dok ljudi koje snima ostaju nemi statisti sopstvene patnje. Oba obrasca svako na svoj način koriste i eksploatišu fenomen drugog.

Tri slučaja, jedna osa: od Drugog koji preuzima kameru (Dajmond), preko autora koji priznaje sopstveni pogled (Džonson), do autora koji nesvesno ponavlja tuđi pogled o samom sebi (samoegzotizacija). Pitanje nikada nije samo šta je u kadru, nego ko kadrira, i čiju izmišljenu sliku time oživljava.

4. Proširenje: Drugi u doba algoritma i generativne slike

Saidov i Todorovin uvid danas uspostavlja se na novim mestima. Ako se prisetimo generativnog modela slike o kojem smo govorili u Nedelji 4. Zatražite od njega „balkansko selo“ ili „afričko

selo“ i dobićemo tačno onu sliku koju je orijentalizam vekovima gradio, jer je model učio iz miliona slika koje su već nosile taj pogled. Generativna slika je orijentalizam automatizovan: ona ne reprodukuje mesto, ona reprodukuje zapadnu maštu o tom mestu, i vraća je nazad kao da je činjenica.

Isto važi za algoritamsku vidljivost na platformama. Dokumentarni i kratki video sadržaj sa Balkana ili globalnog Juga najlakše probija do zapadne publike kada potvrđuje očekivani okvir, kada je dovoljno „egzotičan“, dovoljno „divlji“, dovoljno potvrđujući. Platforma tako nagrađuje samoegzotizaciju, baš kao što je nekada festival nagrađivao. I tu se zatvara luk celog prvog dela kursa: rekli smo da slika u 21. veku gubi nevinost. Said i Todorova ti pokazuju poslednji, najličniji oblik tog gubitka: pogled koji je o tebi izmišljen, a koji bi, ako ne paziš, mogao da postane tvoj sopstveni.

5. Ključni pojmovi

Orijentalizam

Zapadna konstrukcija Istoka kao iracionalnog, mističnog i pasivnog „Drugog“, koja služi dominaciji i opravdanju kulturne i kolonijalne hegemonije (Said).

Balkanizam

Diskurs koji Balkan konstruiše ne kao egzotično Drugo, nego kao necivilizovanu, prelaznu i „nedovršenu“ senku Evrope, njeno neželjeno Sopstvo (Todorova).

Samoegzotizacija

Postupak u kom autor sam, dobrovoljno, proizvodi izmišljenu, egzotizovanu sliku sopstvene sredine, najčešće zato što je takva slika spolja očekivana i nagrađivana.

Sindrom „belog spasioca“

Narativni obrazac u kom autor sa pozicije moći postaje junak priče o tuđoj patnji, dok su predstavljeni svedeni na neme statističke sopstvenog života.

6. Stop & razmisli

Zamislite da pripremate dokumentarni film o svom kraju i shvatate da bi ga, snimljen na određeni način, više „balkanske strasti“ lakše uvrstili na veliki zapadni festival. Snimljen „pošteno“, takav kakav jeste, rizikuje da ostane neviđen. Da li je odluka da ga „pojačate“ samoegzotizacija ili samo poznavanje publike? I postoji li uopšte način da autor sa Balkana snima Balkan a da pritom ne odgovara, ni pristajanjem ni prkosom, na sliku koju je o njemu već neko odavno generisao?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Zapad je izmislio Istok, nije se trudio da ga opiše i upozna. „Orijent“ je konstrukcija koja Zapadu služi kao ogledalo i kao oruđe vlasti (Said).

Znati, opisati i predstavljati znači imati moć, onaj ko kadrira, taj poseduje; predstavljeni postaje pozornica, ne govornik.

Balkanizam nije orijentalizam: Balkan nije egzotično Drugo, nego „nedovršena“, prelazna senka Evrope, njeno neželjeno Sopstvo (Todorova).

Pogled se može preuzeti: kada predmet reprezentacije postane njen autor (Dajmond) ili kada autor pošteno prizna sopstveni pogled (Džonson).

Najopasnija greška je samoegzotizacija, kada autor sam proizvodi izmišljenu sliku o sebi, jer je spolja očekivana i nagrađivana.

Zašto je ovo važno

Autori sa Balkana kada započinju svoj stvaralački rad, već ulaze u prostor koji je uveliko opterećen tuđim predrasudama i očekivanjima o tome kako Balkan treba da izgleda.

Suočeni sa tom činjenicom, stvaraoci najčešće biraju jedan od tri puta:

1. **Nesvesno prihvatanje:** Autor ne primećuje stereotipe. Zbog toga na kraju sam snima i reprodukuje ono što se od njega očekuje, praveći karikaturu sopstvene kulture.
2. **Prkošenje stereotipu:** Autor pokušava da dokaže da Balkan nije takav. Međutim, on se time i dalje bavi tuđom slikom i dozvoljava joj da upravlja njegovim radom, makar i kroz pobunu.
3. **Pronalazak autentičnog glasa:** Autor toliko dobro razume ove zamke da prestaje da se pravda i prilagođava. Tek tada on može da prikaže svoju sredinu onakvom kakva jeste, slobodno i iz sopstvenog ugla.

Upravo zato teorije Edvarda Saida i Marije Todorove treba da posluže kao praktičan alat budućim stvaraocima. One služe kao kontrolni mehanizam pomoću kojeg svaki autor, pre nego što započne rad, mora da postavi sebi najvažnije pitanje: *čijim očima zaista gledam kroz svoj objektiv?*

DRUGI DEO

Od spektakla do kibernetike

Nedelja 6

Društvo spektakla i hiperrealnost

1. Uvod

Zamislite da stojite ispred poznate znamenitosti, recimo, fontane di Trevi u Rimu. Oko vas je stotinu ljudi, i skoro niko od njih ne gleda fontanu. Svi gledaju fontanu kroz ekran svog telefona, nameštaju kadar, snimaju, okreću se leđima ka vodi da bi se uslikali ispred nje. Trenutak je snimljen, ali ne i proživljen. I kada se kasnije vratite kući, ono čega ćete se sećati neće biti fontana, nego fotografija fontane. Pitanje koje ovde otvaramo nije moralno negodovanje nad turistima sa telefonima. Pitanje je teorijsko i hladno: šta se dešava sa stvarnošću kada život prestane da se proživljava, a počne da se gleda?

Ovim poglavljem otvaramo drugi deo kursa. Do sada smo proučavale kako se slika konstruiše, kako gubi auru, kako propagira i mitologizuje. Sada idemo korak dalje, do trenutka kada slika ne predstavlja stvarnost nego je zamenjuje. Dva francuska mislioca, Gi Debor i Žan Bodrijar, opisala su tu zamenu u dve faze: spektakl i hiperrealnost.

2. Teorijska osnova

Gi Debor je 1967. godine objavio **Društvo spektakla**, knjigu od 221 kratke teze, namerno pisanu kao niz oštih, gotovo aforističnih udaraca.

„Sav život društava u kojima vladaju moderni uslovi proizvodnje predstavlja se kao ogromna akumulacija spektakla. Sve što se nekada neposredno doživljavalo, udaljilo se u predstavu.“

Gi Deor(1967)

Debor odmah upozorava na čestu grešku: spektakl nije gomila “šarenih” slika. Spektakl je, kako on kaže, društveni odnos među ljudima posredovan slikama. To znači da spektakl nije televizija ili reklama kao predmet, to je stanje u kom naši odnosi prema radu, prema drugima, prema samima sebi prolaze kroz sloj slika i tu se zaustavljaju. Život se, Deborovim rečima, premešta iz bivstvovanja u imanjanje, a zatim iz imanjanja u puko pojavljivanje. Više nije važno biti, ni imati, važno je izgledati.

Žan Bodrijar je tu liniju produžio do njene krajnje tačke. U knjizi **Simulakrumi i simulacija** (1981) on tvrdi da je predstava prestala da upućuje na bilo kakvu stvarnost. Tu uvodi dva ključna pojma. **Simulakrum je kopija koja nema original**, slika koja se ne odnosi ni na šta stvarno, nego samo na druge slike.

A hiperrealnost je stanje u kom takva simulacija postaje stvarnija od stvarnog: tako uverljiva, tako potpuna, da pitanje šta je iza nje gubi smisao.

Bodrijar to formuliše hladno: simulacija je „stvaranje, pomoću modela, stvarnog bez porekla i bez stvarnosti, hiperrealnog“. Za Debora slika još skriva stvarnost; za Bodrijara više nema šta da se skriva.

3. Srce teme: kada slika proguta stvarnost

Razmotrićemo tri slučaja koji pokazuju spektakl i hiperrealnost na delu.

Primer prvi: **The Act of Killing** (Džoša Openhajmer, 2012). Openhajmerov film o počiniocima indonežanskog genocida iz 1965. možda je najuznemirujuća ilustracija spektakla ikada snimljena. Reditelj poziva ostarele dželate da svoje stvarne zločine rekonstruišu, ali u žanrovima holivudskog filma koji vole: kao gangsterski film, vestern, čak mjuzikl. Ubice ne svedoče; one glume. I tu se vidi Deborova teza u najmračnijem obliku: ovi ljudi su sopstveni život, sopstveni zločin, već proživeli kao filmsku scenu. Spektakl im je posredovao i samo ubijanje. Genocid je estetizovan iznutra, od strane samih počinilaca, jer drugog jezika za sopstveno iskustvo više nemaju.

Primer drugi: **HyperNormalisation** (Adam Kertis, 2016). Kertisov dokumentarac za BBC je gotovo doslovna ilustracija Bodrijara. Sam naslov označava stanje u kom svi, i moćnici i građani, znaju da je predstavljeni svet lažan i pojednostavljen, ali se svi pretvaraju da je stvaran, jer alternativa, priznanje haosa, deluje nepodnošljivo. Kertis arhivskom montažom gradi tezu da politika odavno ne upravlja stvarnošću nego njenom hiperrealnom verzijom. Za nas je film dvostruko poučan: i kao analiza hiperrealnosti, i kao primer autorske dokumentarne forme koja ne dokazuje argumentom nego asocijativnim, hipnotičkim spajanjem slika.

Primer treći: **rekonstruisani prizor** u dokumentarnom filmu. Treći slučaj je svakodnevni alat tvog zanata. Kada u dokumentarcu nedostaje snimak nekog događaja, autor ga često rekonstruiše, glumcima, dekorom, ponekad digitalno. Bodrijar tu postavlja neugodno pitanje: gledalac vremenom pamti rekonstrukciju, a ne događaj. Ako se prizor ponovi dovoljno puta, simulakrum postaje stvarniji od onoga što se zaista desilo. Mnoga „arhivska“ sećanja čitavih nacija zapravo su sećanja na filmske rekonstrukcije. Dokumentarista tako ne beleži samo stvarnost, on proizvodi hiperrealne dokaze koji će je zameniti.

Tri slučaja, jedna putanja: od života proživljenog kao film (Openhajmer), preko sveta kojim se upravlja kao hiperrealnom verzijom (Kertis), do dokumentarne slike koja zamenjuje događaj koji prikazuje.

4. Proširenje: spektakl koji uzvraća pogled

Debor je pisao o spektaklu kao o nečemu što gledamo, jednosmerno, kao publika pred ekranom. Platformski kapitalizam je tu jednosmernost ukinuo. Danas spektakl nije nešto što samo gledamo; mi smo istovremeno njegov gledalac, njegov glumac i njegov proizvod. Naš profil na mreži je upravo ono „puko pojavljivanje“ o kom je Debor govorio, pažljivo režirana predstava

sebe, koja sa tvojim stvarnim životom stoji u sve labavijoj vezi. A influencer je čista hiperrealnost: lik koji je toliko doteran, filtriran i montiran da je postao simulakrum osobe, kopija bez originala, jer original, „obična“ osoba, više i nije ono što publika kupuje.

Generativna slika i deepfake dovode Bodrijarevu teoriju na novi nivo. Snimak koji nikada nije bio stvaran, događaj koji se nikada nije desio, lice koje pripada nepostojećoj osobi, to više nije ni kopija ni falsifikat, jer falsifikat bar pretpostavlja da negde postoji istina koju izvrće. Simulakrum ne izvrće istinu; on funkcioniše bez nje. Tu se sklapa luk: u Nedelji 2 Benjamin je govorio o gubitku aure i jedinstvenosti originala. Bodrijar ide dalje, u hiperrealnosti se gubi i sam original, kao i samo pitanje o njemu. Autor danas kreira u mediju koji je sposoban da proizvede dokaz za nešto čega nije bilo i tretira kao istinu.

5. Ključni pojmovi

Spektakl

Ne gomila slika, nego društveni odnos među ljudima posredovan slikama; stanje u kom se život premešta iz proživljavanja u puko pojavljivanje (Debor).

Simulakrum

Kopija koja nema original — slika koja se ne odnosi ni na kakvu stvarnost, nego samo na druge slike (Bodrijar).

Hiperrealnost

Stanje u kom simulacija postaje uverljivija i „stvarnija od stvarnog“, pa pitanje o stvarnosti iza slike gubi smisao (Bodrijar).

Komodifikacija iskustva

Pretvaranje proživljenog života i odnosa u robu — u prizor koji se proizvodi, prikazuje i razmenjuje (Debor).

6. Stop & razmisli

Snimaš dokumentarni film o događaju za koji ne postoji nijedan snimak. Imaš dve mogućnosti: da rekonstruišeš prizor tako uverljivo da gledalac poveruje da gleda autentičan arhiv — ili da rekonstrukciju namerno označiš kao rekonstrukciju, pokazujući gledaocu šav. Prva opcija je snažnija; druga je poštenija. Da li autor ima pravo da proizvede hiperrealni „dokaz“ ako služi istinitoj priči? I gde je granica posle koje tvoja rekonstrukcija prestaje da bude svedočanstvo, a postaje simulakrum koji će zameniti događaj?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Spektakl nije zbir različitih slika, nego društveni odnos posredovan slikama, život se premešta iz proživljavanja u puko pojavljivanje (Debor).

Putanja spektakla ide od bivstvovanja, preko imanjanja, do pojavljivanja: nije više važno biti ni imati, nego izgledati.

Bodrijar produžava liniju: simulakrum je kopija bez originala, a hiperrealnost stanje u kom simulacija postaje stvarnija od stvarnog.

Za Debora slika još skriva stvarnost; za Bodrijara iza slike više nema ničega što bi se skrivalo.

Deepfake i generativna slika proizvode dokaz za događaj koji se nikada nije desio.

Zašto je ovo važno

Ovo poglavlje oduzima jednu udobnu pretpostavku, pretpostavku da dokumentarni film⁷ „beleži stvarnost“. Debor i Bodrijar nam pokazuju da slika koju napravimo ne staje pored stvarnosti, nego ulazi u nadmetanje sa njom, i često pobeđuje. Naša rekonstrukcija postaće nečije sećanje. Naš kadar nekog grada postaće, za gledaoca koji tamo nikada neće otići, taj grad. To nije razlog za odgovornost. Kao autorki, mi ne proizvodimo “bezopasnu kopiju sveta”, mi proizvodimo slike koje će se boriti sa svetom oko mesta u sećanju ljudi. Pitanje nije možemo li da izbegnemo tu vrstu odgovornosti. Pitanje je da li ćemo to da radimo svesno, znajući kada gradimo svedočanstvo, a kada simulacrum, ili ćemo, kao turisti pred fontanom, i sami zaboraviti šta je bila stvarnost, a šta njena slika.

⁷ U ovom kontekstu, dokumentarni film ne posmatramo kao objektivni „zapis stvarnosti“, već isključivo kao promišljeno konstruisan medijski sadržaj. On je autorski posredovana slika koja koristi fragmente realnog sveta kao sirovinu za izgradnju specifičnog narativa. Samim tim, on prestaje da bude neutralno svedočanstvo i postaje alat koji oblikuje, usmerava, a potencijalno i manipuliše percepcijom gledaoca.

Nedelja 7

Telo, rod i ženski pogled

1. Uvod

Setite se bilo koje scene iz starog holivudskog filma u kojoj žena ulazi u prostoriju. Verovatno se desilo sledeće: kamera je krenula od njenih cipela naviše, klizila je preko nogu, struka, zadržala se na licu. Ili je muški lik podigao pogled, a rez nas je odveo tačno tamo gde on gleda. Sada se setite kako kamera obično prikazuje muškarca koji ulazi u prostoriju: jednim kadrom, celom figurom, najčešće u pokretu ka cilju. Žena je gledana; muškarac gleda. To nije pitanje ukusa pojedinog reditelja. To je gramatika, toliko ustaljena da je prestala da bude vidljiva kao izbor.

Ove nedelje učimo da prepoznamo tu gramatiku i da je razložimo. Bavimo se time kako kamera nije neutralan instrument nego rodno strukturiran aparat, i kako se telo, posebno žensko telo, kroz vek filma pretvaralo u objekat pogleda. A zatim ćemo, sa Donom Haravej, otići korak dalje: u digitalni prostor, gde se i sam pojam tela i identiteta menja iz temelja.

2. Teorijska osnova

Britanska teoretičarka filma **Lora Malvi** objavila je 1975. godine esej **Vizuelno zadovoljstvo i narativni film**, verovatno najcitiraniji tekst u istoriji filmske teorije. Malvi pozajmljuje psihoanalizu, kako sama kaže, „kao političko oružje“, da bi pokazala kako je nesvesno patrijarhalnog društva strukturiralo samu formu filma. Njena centralna teza nosi naslov trećeg dela eseja:

„U svetu uređenom polnom neravnotežom, zadovoljstvo u gledanju podeljeno je na aktivno/muško i pasivno/žensko. Određujući muški pogled projektuje svoju fantaziju na žensku figuru, koja je u skladu s tim stilizovana.“

Lora Malvi, *Vizuelno zadovoljstvo i narativni film* (1975), iz dela „Žena kao slika, muškarac kao nosilac pogleda“

Malvi tvrdi da klasični film organizuje tri pogleda, kamere, lika u priči i gledaoca u sali i sva tri poravnava u jedan, muški. Žena u kadru, kaže ona, nosi osobinu koju naziva „biti-gledana“ (to-be-looked-at-ness): ona zaustavlja tok radnje da bi bila posmatrana. Muškarac pokreće priču; žena je prizor koji se gleda. Tu nastaje pojam muškog pogleda, ili male gaze, ne kao optužba pojedinca, nego kao opis sistema koji je ugrađen u sam kinematografski aparat.

Devet godina kasnije, 1985, američka teoretičarka **Dona Haravej** premešta celo pitanje na novi teren. U svom delu **Manifestu za kiborge** ona govori o tome šta telo uopšte jeste u doba tehnologije., a ne kako se ono posmatra.

Kiborg je za nju hibrid organizma i mašine i, što je presudno, biće koje ruši čvrste granice: između čoveka i mašine, prirode i kulture, muškog i ženskog.

Haravej kiborga nudi kao „ironični politički mit“ za feminizam, figuru koja oslobađa od ideje o „prirodnom“, čistom, jednom telu. Njen esej se završava rečenicom koja je postala manifest sama po sebi:

„Premda su oboje vezani spiralnim plesom, radije bih bila kiborg nego boginja.“

Dona Haravej, Manifest za kiborge (1985)

3. Srce teme: kako kamera rodno deli svet

Razmotrićemo tri slučaja koji pokazuju rodnu strukturu pogleda, i mogućnost da se ona izokrene.

Primer prvi: **Brainwashed: Sex-Camera-Power** (Nina Menkes, 2022). Dokumentarac rediteljke Nina Menkes je Malvina teza pretvorena u zanatsku analizu. Menkes uzima preko sto klipova iz kanonskih filmova, od Metropolis do Vertiga, i pokazuje da muški pogled nije „tema“ nego konkretan skup tehničkih odluka: usporeni snimak po ženskom telu, fragmentacija krupnim planovima koja telo deli na delove, žena osvetljena kao površina a muškarac kao subjekt u prostoru. Film dokazuje da je kompozicija kadra rodna, i da to nije stvar pojedinačnih „loših“ reditelja, nego nasleđenog vizuelnog jezika koji svi učimo nesvesno. Za nas je dvostruko poučan: i kao analiza, i kao primer dokumentarne forme koja predmet ne opisuje nego seciranjem dokazuje.

Primer drugi: **krupni plan kao mesto moći**. Malvina teza nije istorijska kuriozitet, ona je svakodnevni alat tvog kadriranja. Kada usporimo snimak dok osoba ulazi, mi proizvodimo „biti-gledana“. Kada telo delimo krupnim planovima na ruke, usne, vrat, ti ga fragmentujemo u objekat. Kada rez vezujemo za pogled jednog lika, mi gledaoca smeštamo u to telo, a ne u ono koje je gledano. Naravno, ostoje trenuci kada je takav kadar opravdan i svestan izbor. Ali posle ovog poglavlja, to mora biti izbor, a ne navika koju ti je medij upisao u ruku.

Primer treći: **digitalni avatar i kiborški identitet**. Haravejina teza danas se vidi na svakom koraku. Kada u igri ili virtuelnom prostoru biramo avatar, mi kreiramo telo koje će nas predstavljati, možemo da promenimo rod, vrstu, izgled, da budemo hibridi. Filteri na društvenim mrežama menjaju lice u realnom vremenu. Virtuelni influenseri su lica koja nemaju telo od mesa. Sve su to kiborški identiteti u Haravejinom smislu: granica između „prirodnog“ i „napravljenog“ tela više nije čvrsta. To je istovremeno oslobađajuće i opasno, jer isti taj rastegljivi, programabilni identitet podložan je i novim oblicima kontrole i komodifikacije.

Tri slučaja, dve teoretičarke, jedna osa: Malvi pokazuje kako je telo zarobljeno pogledom; Haravej pokazuje kako digitalni prostor sam pojam tela čini pregovaračkim. Između njih leži ceo prostor naših odluka kao autora.

4. Proširenje: pogled i telo u doba algoritma i veštačke inteligencije

Malvin muški pogled danas više ne proizvodi samo reditelj, proizvodi ga i algoritam. Platforme za kratak video uče šta zadržava pažnju, a nasleđeni vizuelni jezik objektivacije statistički dobro

„radi“. Tako algoritam nagrađuje upravo onu kompoziciju kadra koju je Malvi opisala, i vraća je novim generacijama autora kao „ono što prolazi“. Setite se Nedelje 3: rekli smo da algoritamski feed proizvodi pristanak strukturno, bez naredbe. Ovde vidite isti mehanizam primenjen na pogled, niko ne naređuje muški pogled, sistem ga prosto selektuje.

Generativna slika ide korak dalje. Model je učio iz miliona slika koje već nose muški pogled, pa kada zatražimo „portret žene“, najčešće dobijemo telo stilizovano tačno po Malvinom opisu, glatka površina, frontalno ponuđena pogledu. Generativni model je muški pogled automatizovan i industrijalizovan. A deepfake otvara najmračniju stranu: tehnologija koja telo čini potpuno programabilnim, Haravejin kiborški identitet, istovremeno omogućava da se nečije lice i telo upotrebe bez pristanka. Tu se teorije Malvi i Haravej spajaju u jedno upozorenje: telo oslobođeno od „prirodnog“ je i telo izloženo novoj otmici. Za nas kao autore, to znači da pitanje pogleda nikada nije bilo urgentnije nego sada. Izloženost tom pogledu odnosi se na različite ciljen grupe ali i konzumente koje algoritam mami u svoje polje, a to su često deca, u period formativnog razvoja, koja nemaju nikakvu mogućnost da se zaštite i razumeju stepen medijske manipulacije.

5. Ključni pojmovi

Muški pogled (male gaze)

Kinematografski aparat strukturiran tako da poravnava pogled kamere, lika i gledaoca u muški, svodeći ženu na pasivni objekat gledanja (Malvi).

„Biti-gledana“ (to-be-looked-at-ness)

Osobina koju film pripisuje ženskoj figuri: ona zaustavlja tok radnje da bi bila posmatrana, dok muški lik pokreće priču.

Kiborg

Hibrid organizma i mašine; figura koja ruši čvrste granice između čoveka i mašine, prirode i kulture, muškog i ženskog (Haravej).

Kiborški identitet

Pojam tela i identiteta kao pregovaračkog i programabilnog, oslobođenog ideje o jednom „prirodnom“ telu; istovremeno oslobađajući i izložen kontroli.

6. Stop & razmisli

Snimamo dokumentarni portret žene. Želimo da prikažemo njenu snagu i dostojanstvo, i instinktivno posežemo za toplim svetlom, mekim krupnim planom, usporenim kadrom. Da li time gradimo dostojanstvo, ili nesvesno ponavljamo muški pogled koji telo pretvara u prizor? I drugo: postoji li „ženski pogled“ kao stvarna alternativa, konkretan skup kadrova i rezova, ili je to samo odsustvo muškog pogleda? Šta bi tačno bilo u kadru kada bi ga bilo?

Isto, i jednako opasno, pitanje vezano je za dizajn zvuka. Obrađujemo taj isti portret. Instinktivno odlučujemo da njene reči podvučete jedva čujnom, setnom muzikom, stišavamo grube šumove realnog prostora kako bi glas zvučao "čistije", ili mu dodajemo blagi odjek (reverb) da naglasimo njenu emotivnu izolovanost. Da li joj time zaista dajemo glas, ili nesvesno sprovodimo akustičku manipulaciju, diktirajući gledaocu kada i šta tačno mora da oseća? Da li ta zvučna "sterilizacija" predstavlja njenu istinu, ili našu autorsku kontrolu nad njenom ispovešću?

Ako se pitamo šta je alternativa dominantnom pogledu u kameri, moramo se zapitati i: kako zvuči oslobođen audio-prostor? Da li je to radikalno ostavljanje sirovog šuma mesta na kom sedi, njenih teških udisaja, neprijatnih pauza i nesavršenosti u glasu, umesto našeg ispoliranog dizajna njenih emocija?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Kamera kao i zvuk nije neutralan instrument, klasični film poravnava pogled kamere, lika i gledaoca u jedan, muški (Malvi).

Žena u kadru nosi osobinu „biti-gledana“: ona je prizor koji zaustavlja radnju, dok muškarac priču pokreće.

Muški pogled nije optužba pojedinca nego opis sistema ugrađenog u sam kinematografski aparat i u kompoziciju kadra.

Haravej premešta pitanje: kiborg ruši čvrste granice tela, a digitalni identitet postaje programabilan i pregovarački.

Algoritam i generativna slika automatizuju muški pogled; deepfake pokazuje da je programabilno telo i telo izloženo otmici.

Zašto je ovo važno

Ovo poglavlje oduzima alibi neutralnosti. Do sada smo možda mislili da kamera samo „beleži“ telo onakvo kakvo jeste. Malvi nam pokazuje da je svaki kadar tela već zauzeo stranu, da rakurs, objektiv, brzina i rez nose rodnu politiku i pre nego što išta režiramo. To saznanje treba da nas oslobodi: tek kad prepoznamo nasleđeni muški pogled kao izbor, možemo da odlučimo da ga ne ponovimo, ili da ga upotrebimo svesno, kritički i sa razlogom. A Haravej nam daje širi okvir za vreme u kom radimo, vreme u kom telo pred našom kamerom više nije nužno telo od krvi i mesa, nego avatar, filter, generisana figura. Kao Autori, vi pripadate generacijama koje će odlučivati kako će se telo gledati u 21. veku.

Nedelja 8

Jezik novih medija

1. Uvod

Otvorite galeriju fotografija na svom telefonu. Predpostavimo da je pred vama nekoliko hiljada fotografija, vaš život poslednjih godina. Ali primetimo kako je organizovan: to nije priča u klasičnom hronološkom ili dramaturškom smislu. Nema početka, sredine ni kraja. To je mreža: možemo da pretražujemo po datumu, po licu, po lokaciji, po boji. Možemo da kucnemo „leto“ i aplikacija nam sklapa album koji nikada nismo napravili i najverovarnije ima muzički background. Naš život u tom telefonu ne postoji kao privatni narativ, već postoji kao baza podataka iz koje se priče sklapaju na zahtev. Generacije vaših roditelja su svoje uspomene čuvala drugačije: u albumu u kojem su bile poljepljene fotografije, redom, najčešće sa rukom ispisanim datumima, jedna priča, jedan poredak.

Ta razlika nije sitnica. Ona je, kako tvrdi teoretičar Lev Manovič, znak najdubljeg reza u istoriji medija. Ove nedelje proučavamo taj rez: trenutak kada film prestaje da bude traka, fizički, linearni objekat i postaje nešto suštinski drugačije: digitalni podatak. Pitamo se šta je zapravo ontologija, sama priroda, digitalnog medija i šta to znači za vas koji ćete raditi u audio-vizuelnim medijima.

2. Teorijska osnova

Lev Manovič je 2001. godine objavio knjigu **Jezik novih medija**, prvi ozbiljan pokušaj da se digitalni medij opiše ne kao tehnička novost, nego kao nova kulturna forma sa sopstvenom gramatikom. Manovič, i sam vizuelni umetnik i teoretičar, postavlja pet principa digitalnog medija. On je pritom oprezan i precizan:

„...svodi sve principe novih medija na pet: numerička reprezentacija, modularnost, automatizacija, varijabilnost i kulturna transkodiranost.“

Lev Manovič, Jezik novih medija (2001), Uvod

Ukratko: numerička reprezentacija znači da je digitalni medij u osnovi broj, programabilan, izračunljiv. **Modularnost** znači da je sastavljen od nezavisnih delova, modula, koji ne gube samostalnost ni kada uđu u veću celinu. **Automatizacija** znači da mnoge operacije može da izvede sam softver. **Varijabilnost** znači da digitalni objekat nije fiksiran jednom zauvek, nego postoji u potencijalno beskonačno mnogo verzija. A **transkodiranost**, za Manoviča najdublja posledica, znači da logika računara počinje da preoblikuje i samu kulturu: kategorije baze podataka, pretrage i interfejsa ulaze u način na koji uopšte mislimo.

Iz tih principa Manovič izvlači svoju najvažniju tezu za nas: **fundamentalni rez**. On suprotstavlja dve forme organizovanja sveta. Narativ je linearni niz: jedan događaj vodi drugom, postoji uzrok i posledica, početak i kraj. Baza podataka je zbirka: skup elemenata bez unapred određenog

redosleda, iz kojeg se putanje sklapaju iznova i iznova. Vekovima je narativ bio dominantna forma kulture, a baza podataka tek pomoćno sredstvo. Manovič tvrdi da digitalno doba taj odnos izokreće: **baza podataka postaje dominantna forma, a narativ samo jedna od mogućih putanja kroz nju.**

3. Srce teme: kada film postane baza podataka

Razmotrićemo tri slučaja koji pokazuju šta znači kada medij prestane da bude traka, a postane podatak.

Primer prvi: **Tarnation** (Džonatan Kauet, 2003). Kauetov autobiografski dokumentarac je možda najčistija ilustracija Manovičeve teze. Reditelj je decenijama gomilao haotičnu bazu podataka sopstvenog života: Super-8 snimke, VHS kasete, fotografije, poruke sa telefonske sekretarice, kratke filmove. Zatim je tu bazu, koristeći besplatni iMovie i sa budžetom od oko dvesta dolara, montirao u intiman narativ o odrastanju uz majku obolelu od šizofrenije. Tarnation pokazuje obe strane Manovičeve teze odjednom: život postoji kao baza modula, a film je akt sklapanja narativne putanje kroz tu bazu.

Primer drugi: **Čovek s filmskom kamerom** (Dziga Vertov, 1929). Vraćamo se filmu iz Nedelje 1, ali sada ga čitamo Manovičevim očima. Manovič sam tvrdi da je Vertovljev film rani primer baze podataka u filmskoj formi: zbirka prizora gradskog života bez priče, bez likova, organizovana montažom kao paradigmom izbora. Ono što smo u Nedelji 1 nazvali „montažom kao algoritmom“, ovde dobija svoje pravo teorijsko ime: Vertov je, decenijama pre računara, mislio bazom podataka. Digitalna ontologija, kaže Manovič, nije počela sa računarom, računar je samo doveo do kraja tendenciju koja je u filmu postojala od početka.

Primer treći: **interaktivni i nelinearni dokumentarac**. Treći slučaj je čitav žanr koji je Manovičeva teza omogućila, **veb-dokumentarac** u kom gledalac sam bira putanju kroz građu, klikom otvara module, sklapa sopstveni redosled. Tu baza podataka nije više skrivena iza gotovog narativa; ona je vidljiva, ponuđena, a narativ je samo jedna od putanja koje gledalac može da prođe. Autor više ne isporučuje priču, autor projektuje prostor mogućih priča. To je promena uloge koja menja i sam pojam režije.

Tri slučaja, jedna putanja teze: od baze sklopljene u narativ (Kauet), preko filma koji je bazom mislio pre računara (Vertov), do dela u kom baza ostaje otvorena, a narativ prepušten gledaocu. Manovič nam pokazuje da rez nije u tome šta je na ekranu, nego u tome kako je organizovano ono iza ekrana.

4. Proširenje: baza podataka, algoritam i generativni medij

Manovičevi principi 2001. godine zvučali su gotovo apstraktno. Danas su svakodnevnica. Striming-platforma je čista baza podataka: hiljade naslova bez redosleda, a tvoj „red za gledanje“ je samo jedna putanja kroz nju i, presudno, tu putanju ti sve češće ne sklapamo mi, nego algoritam. Setite

se Nedelje 5: rekli smo da onaj ko kadrira poseduje. Manovič dodaje noviji sloj te moći, onaj ko upravlja redosledom pristupa bazi takođe poseduje, a u digitalnom dobu taj redosled određuje algoritam preporuke. Narativ tvog gledanja piše neko drugi.

Generativna veštačka inteligencija je Manovičeva teza dovedena do krajnje tačke. Generativni model je doslovno baza podataka, milioni fotografija i tekstova iz koje se na zahtev sklapa nova kombinacija. Kada model napravi sliku, on ne stvara; on bira i kombinuje module iz baze. Manovičev princip varijabilnosti tu postaje potpun: ne postoji „original“ izlaza, postoji beskonačno mnogo verzija na svaki upit. A njegov princip transkodiranosti se ostvaruje do kraja logika baze podataka, pretrage i upita više nije samo način na koji čuvamo medije, nego način na koji ih proizvodimo. Za nas kao autore, to znači da je tvoj posao sve manje snimanje, a sve više projektovanje sistema i putanja kroz već postojeću građu.

5. Ključni pojmovi

Baza podataka

Dominantna forma digitalnog medija: zbirka elemenata i modula bez unapred određenog linearnog redosleda, iz koje se putanje sklapaju na zahtev (Manovič).

Narativ naspram baze

Dva načina organizovanja sveta: narativ je linearni niz uzroka i posledice; baza je skup mogućnosti, u digitalnom dobu baza postaje dominantna, narativ jedna putanja.

Pet principa novih medija

Numerička reprezentacija, modularnost, automatizacija, varijabilnost i transkodiranost, opšte tendencije kulture u procesu pokompjuterizovanja (Manovič).

Transkodiranost

Najdublja posledica digitalizacije: logika računara, baza, pretraga, interfejs, preoblikuje same kulturne kategorije i način mišljenja.

6. Stop & razmisli

Sada zamišljamo da pravimo dokumentarni projekat o jednoj zajednici i imamo ogromnu bazu snimljenog materijala. Zadatak je da montiramo jedan, zatvoren film, jednu priču, jedan poredak, vaš autorski sud. Ili možemo da napravimo interaktivno delo u kom gledalac sam bira putanju kroz građu. Šta time dobijamo, a šta gubimo? Ako gledalac sklapa sopstveni narativ, da li ste vi i dalje autor ili ste postali samo arhivar koji je priredio bazu? I gde u tom izboru ostaje vaša odgovornost za ono što delo tvrdi?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Digitalni medij nije samo tehnička novost, to je nova kulturna forma sa sopstvenom gramatikom (Manovič).

Pet principa: numerička reprezentacija, modularnost, automatizacija, varijabilnost i transkodiranost.

Fundamentalni rez: film prestaje da bude traka i postaje podatak, organizovan kao baza, ne kao linearni objekat.

Baza podataka i narativ su dve forme organizovanja sveta; digitalno doba izokreće njihov odnos, baza postaje dominantna, narativ jedna putanja kroz nju.

Striming, algoritamska preporuka i generativni model su Manovičeva teza dovedena do kraja: medij se sada iz baze i proizvodi, ne samo čuva.

Zašto je ovo važno

Ovo poglavlje menja sam opis naših zanimanja. Vekovima je autor bio onaj ko priča priču, ko od haosa sveta pravi jedan poredak, jedan niz. Manovič nam pokazuje da u digitalnom dobu autor sve više postaje neko drugi: onaj ko projektuje bazu i putanje kroz nju. To nije razlog za nostalgiju za „pravim“ pripovedanjem, niti za nekritičko oduševljenje interaktivnošću. To je poziv da znamo na kom nivou radimo. Kada montiramo zatvoren film, mi biramo jednu putanju i preuzimamo punu odgovornost za nju. Kada gradimo bazu i prepuštamo putanju gledaocu ili algoritmu, mi tu odgovornost delimo, I potrebno je umeti da je delimo. Velika greška digitalnog autora je da misli da pravi priču, a zapravo pravi bazu, ili obrnuto. Manovič nam daje rečnik da tačno znamo šta od to dvoje radimo, i da to radimo sa svesnom namerom.

Nedelja 9

Kibernetika i ekonomija pažnje

1. Uvod

Otključili ste telefon da proverite jednu poruku. Četrdeset minuta kasnije, i dalje gledate u ekran, ne sećate se tačno kako ste stigao od poruke do video-snimka nepoznate osobe koja seče sapun i govori umirujućim glasom. Niste to planirali. Niko vas nije naterao. A ipak, neki sistem vas je vodio iz sadržaja u sadržaj, tačno onim putem kojim vas je najduže zadržao. Tih četrdeset minuta nisu bili izgubljeni, bar ne za sve. Za platformu, oni su bili proizvod. Vaša pažnja je upravo prodana oglašivaču, a vi za taj rad niste naplatili ništa.

Ovim poglavljem zatvaramo drugi deo kursa. Postavljamo pitanje koje povezuje sve do sada: ako je slika postala spektakl, simulakrum i baza podataka, ko, ili šta, sada upravlja njome? Odgovor nas vodi do dve ideje koje na prvi pogled deluju tehnički, a zapravo su duboko političke: kibernetike, nauke o sistemima koji se sami upravljaju povratnom spregom, i ekonomije pažnje, sistema u kom je tvoj pogled postao roba.

2. Teorijska osnova

Godine 1948, matematičar **Norbert Viner** uveo je reč **kibernetika**, nauku o upravljanju i komunikaciji u životinji i mašini. Njegova ključna ideja je **povratna sprega** (feedback loop): sistem koji prikuplja informacije o sopstvenom učinku i koristi ih da koriguje svoje sledeće ponašanje. Termostat je najjednostavniji primer: meri temperaturu, pa pali ili gasi grejanje. Ali Viner je već 1950, u knjizi **Ljudska upotreba ljudskih bića**, video da to nije samo inženjerstvo. To je nova slika društva:

„Teza je ove knjige da se društvo može razumeti jedino kroz proučavanje poruka i sredstava komunikacije koja mu pripadaju; i da su u budućem razvoju tih poruka i sredstava komunikacije poruke između čoveka i mašina, između mašina i čoveka, i između mašine i mašine, predodređene da igraju sve veću ulogu.“

Norbert Viner, *Ljudska upotreba ljudskih bića* (1950)

Britanski teoretičar **Čarli Gir**, u knjizi **Digitalna kultura**, pokazuje da kibernetika nije ostala u laboratoriji, ona je postala temeljna logika čitave digitalne kulture. **Svaka platforma danas radi kao kibernetički sistem: meri vaše ponašanje, vraća vam sadržaj, meri vašu reakciju na taj sadržaj, koriguje sledeći. Vi i mašina ste u neprekidnoj povratnoj sprezi i pitanje je samo ko koga tu zapravo upravlja.**

Američki teoretičar **Džonatan Beler** dodaje presudan, neugodan obrt. U knjizi **Kinematografski način proizvodnje** (2006) on tvrdi da gledanje nije pasivna potrošnja, gledanje je rad. Njegova teza, sažeta u tri reči, glasi: „gledati znači raditi“. **Kada gledaš sadržaj, ti ne samo da trošiš vreme ti proizvodiš vrednost: podatke, pažnju, predviđanja koja platforma prodaje.** Beler kaže da je

film doneo industrijsku revoluciju u oko: kao što je radnik na traci izvodio operacije nad predmetom, gledalac izvodi operacije nad slikom i u oba slučaja neko drugi prisvaja višak vrednosti.

Tako nastaje ekonomija pažnje: ekonomija u kojoj je vaša pažnja sirovina, a vi neplaćeni radnik.

3. Srce teme: pažnja kao sirovina

Razmotrićemo tri slučaja koji pokazuju kibernetičku petlju i ekonomiju pažnje na delu.

Primer prvi: **Koyaanisqatsi** (Godfri Ređo, 1982). Ređov film bez reči i bez priče, naslov je hopi reč za „život van ravnoteže“, montažom ubrzanih snimaka pokazuje grad kao jedan ogroman kibernetički sistem. Ljudi se kreću kroz metroe, fabrike i ekrane istim ritmom kao i podaci kroz mreže; montaža izjednačava protok automobila i protok informacija. Ređo ne objavljuje sadržaj, on tera gledaoca da oseti tehnološko ubrzanje kao fizičku činjenicu. Film je istovremeno i tema i upozorenje: prikazuje svet u kom je ljudski ritam podređen ritmu mašine, i to čini bez ijedne izgovorene rečenice.

Primer drugi: **Idiocracy** (Majk Džadž, 2006). Džadžova satira zamišlja budućnost u kojoj je medijski sistem, optimizovan isključivo za zadržavanje pažnje, doveo do kolektivnog kognitivnog propadanja. To je, u žanru komedije, Belerova teza dovedena do krajnosti: kada se sav medijski sadržaj podredi jednom cilju, zadržati oko što duže, nestaje prostor za složenost, promišljanje, dosadu koja rađa misao. Film je gruba karikatura, ali tačno pogađa mehanizam koji je predmet ovog poglavlja: sistem koji nagrađuje samo ono što zadržava pažnju sistematski kažnjava sve što traži napor. Smrt analognog promišljanja je logična posledica optimizacije, a ne nekakva katastrofa koja dolazi spolja i ruši sistem i društveni poredak.

Primer treći: **algoritam preporuke kao povratna sprega**. Treći slučaj je sistem u kom svakodnevno živimo i radimo. Algoritam preporuke je čista Vinerova povratna sprega: meri koliko ste gledali sadržaj, šta ste preskočili, gde ste zastali i tu informaciju odmah vraća u sistem da bi sledeći predlog bio precizniji. Ali za razliku od termostata, cilj ovog sistema nije vaša ravnoteža, već vaše vreme. Beler bi rekao: **svaki vaš klik je neplaćeni rad koji obučava mašinu da vas bolje zadrži**. Vi mislite da birate sadržaj; a zapravo, sistem vas meri i koriguje.

Tri slučaja, jedna logika: od grada kao kibernetičke mašine (Ređo), preko medija koji optimizacijom guši misao (Džadž), do algoritma koji vašu pažnju pretvara u sirovinu. Premeštanje sposobnosti odlučivanja, sa čoveka na sistem nije naučna fantastika; ono se dešava svaki put kada otključamo mobilni telefon.

4. Proširenje: kome pripada tvoja pažnja

Belerova teza danas više nije samo teorijska provokacija, ona je poslovni model. Setite se Nedelje 3: rekli smo da algoritamski feed proizvodi pristanak bez naredbe, i Nedelje 7: da isti taj feed

selektuje muški pogled. Sada vidite zajednički koren svih tih mehanizama. To je kibernetička petlja optimizovana za jednu jedinu veličinu: **vreme gledanja**. Pristanak, pogled, radikalizacija, ekonomija pažnje: sve su to imena za posledice istog sistema koji meri našu reakciju i koriguje sledeću ponudu.

Generativna veštačka inteligencija dodaje poslednji sloj. Do sada je sistem mogao da bira samo iz postojeće baze sadržaja, ograničen onim što su ljudi snimili. Generativni model tu granicu ukida: sistem sada može da proizvede beskonačno mnogo sadržaja krojenog tačno prema vašoj izmerenoj i dokumentovanoj pažnji. Petlja se zatvara potpuno, mašina meri šta vas zadržava i u istom trenutku stvara tačno to. Za nas kao autore, to je egzistencijalno pitanje naše profesije: ako sistem može sam da proizvede sadržaj savršeno podešen za zadržavanje pažnje, čemu služi autor? Odgovor, koji ćemo razvijati u trećem delu kursa, jeste da: **autor radi ono što sistem optimizovan za pažnju ne ume i ne želi, pravi ono što traži napor, što uznemirava, što odbija da bude prijatno. Autorstvo u ekonomiji pažnje postaje čin otpora samoj logici optimizacije.**

5. Ključni pojmovi

Kibernetika

Nauka o upravljanju i komunikaciji u životinji i mašini; proučava sisteme koji se sami regulišu na osnovu prikupljenih informacija (Viner).

Povratna sprega (feedback loop)

Mehanizam u kom sistem prikuplja informacije o sopstvenom učinku i koristi ih da koriguje svoje sledeće ponašanje.

Ekonomija pažnje

Sistem u kom je ljudska pažnja postala oskudna roba, sirovina koju mediji prikupljaju i prodaju oglašivačima.

Gledanje kao rad

Belerova teza da gledanje nije pasivna potrošnja nego vrednost-stvarajući rad: gledalac proizvodi pažnju i podatke koje prisvaja kapital.

6. Stop & razmisli

Vaš imaginarni film, da bi uopšte došao do publike, mora da prođe kroz platforme čiji algoritmi nagrađuju zadržavanje pažnje. Imate dve mogućnosti: da delo prilagodite toj logici, brži rez, jača kuka na početku, kraće trajanje, ili da snimate film koji traži strpljenje i napor, znajući da će ga algoritam verovatno potisnuti. Da li je prilagođavanje ekonomiji pažnje zanatska mudrost ili predaja? I postoji li način da se napravi delo koje zadržava pažnju, a da pritom ne služi istoj onoj logici optimizacije koju to delo možda želi da kritikuje?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Kibernetika je nauka o sistemima koji se sami upravljaju povratnom spregom, mereći sopstveni učinak i korigujući sledeće ponašanje (Viner).

Kibernetika nije ostala u laboratoriji, postala je temeljna logika čitave digitalne kulture (Gir); svaka platforma radi kao kibernetička petlja.

Beler izokreće pojam gledanja: gledati znači raditi, gledalac proizvodi pažnju i podatke, vrednost koju prisvaja kapital.

Tako nastaje ekonomija pažnje: sistem u kom je vaš pogled sirovina, a vi neplaćeni radnik.

Pristanak, muški pogled, radikalizacija i ekonomija pažnje su posledice iste petlje optimizovane za jednu veličinu: vreme gledanja.

Zašto je ovo važno

Ovo poglavlje zatvara drugi deo kursa jednom neugodnom činjenicom: vi ne stvarate za publiku koja slobodno bira, nego za publiku čiju pažnju neprekidno meri i oblikuje kibernetička mašina i vi svoj rad isporučujete kroz tu istu mašinu. To znanje menja vaš posao iz korena. Možete da postanete sluga ekonomije pažnje, da svaki rez, svaku dužinu, svaki početak podredite metrici zadržavanja, i tako od svog dela napravite još jedan proizvod te petlje. Ili možete da shvatite da je upravo autorstvo poslednje mesto na kom se ta logika može prekinuti. Sistem optimizovan za pažnju ne ume da napravi dosadu koja rađa misao, neugodnu tišinu, kadar koji traži strpljenje, kraj koji odbija da uteši. To je prostor koje mašine, barem u skorije vreme neće umeti. To je prostor ljuskog delovanja. U ekonomiji pažnje, praviti delo koje traži napor nije komercijalna greška, to je politički čin. Posle ove nedelje, upoznati ste sa novim sistemom koji oblikuje audio vizuelni sadržaj u decenijama koje predstoje; treći deo kursa biće o mogućnostima za vaše autorsko delovanje u novim okolnostima.

TREĆI DEO

Algoritmi, mreže i autorske forme

Nedelja 10

Algoritamska tiranija i digitalni panoptikon

1. Uvod

Pomislite na trenutak pre nego što nešto objavite na mreži, fotografiju, komentar, snimak. Skoro uvek se, makar na pola sekunde, javi tiha kalkulacija: kako će ovo izgledati, ko bi mogao da vidi, da li je „u redu“. Tu kalkulaciju ne radi cenzor. Niko vas ne posmatra u tom trenutku ili bar vi ne znate da li vas neko posmatra. A ipak, sami se ponašate kao da vas neko gleda. To nije paranoja. To je najefikasniji oblik moći koji čovečanstvo poznaje: moć koja ne mora da vas kazni, jer ste je već usvojili i nosite je sa sobom.

Ovim poglavljem otvaramo treći, poslednji deo kursa, o algoritmima, mrežama i novim autorskim formama. A počinjemo od najmračnijeg pitanja: ko nas i kako nadzire u digitalnom dobu, i šta taj nadzor radi sa nama čak i kada ga ne osećamo. Pitanje koje povezuje sve do sada, od propagande do ekonomije pažnje, sada dobija svoj poslednji oblik: **nadzor nije više nešto što se dešava posebnim ljudima u posebnim trenucima. Nadzor je postao poslovni model.**

2. Teorijska osnova

Da bismo razumeli digitalni nadzor, moramo se vratiti dvesta godina unazad do zamišljene zgrade. Engleski filozof **Džeremi Bentam** projektovao je idealni zatvor: kružnu zgradu sa ćelijama po obodu i osmatračnicom u sredini. Iz osmatračnice se vidi svaka ćelija; iz ćelije se ne vidi da li u osmatračnici uopšte ima nekoga. Tu zamišljenu mašinu francuski filozof **Mišel Fuko**, u knjizi **Nadzirati i kažnjavati** (1975), uzima kao model moderne moći uopšte. Fukoova ključna formulacija glasi:

„Otuda glavni učinak panoptikona: izazvati kod zatvorenika stanje svesne i stalne vidljivosti koje obezbeđuje automatsko funkcionisanje moći.“

Mišel Fuko, *Nadzirati i kažnjavati* (1975), str. 201

Genije panoptikona, kaže Fuko, jeste u tome što nadzor ne mora da bude stvaran, dovoljno je da bude moguć. Pošto zatvorenik ne zna kada je posmatran, ponaša se kao da je posmatran uvek. On postaje sopstveni čuvar. Moć se tako automatizuje i obezličava: ne treba joj više ni bič ni naredba, jer je svako sam upisuje u sebe. Taj **efekat kada svest o mogućem nadzoru menja ponašanje**, danas se naziva **chilling effect**, efekat zastrašujuće hladnoće.

Šošana Zubof, u knjizi **Doba nadzornog kapitalizma** (2019), pokazuje šta se desilo kada je panoptikon postao “biznis”. Nadzorni kapitalizam, kaže ona, jeste novi ekonomski poredak koji prisvaja ljudsko iskustvo kao besplatnu sirovinu, pretvara svaki vaš klik, pauzu i pogled u podatke, a iz tih podataka proizvodi predviđanja vašeg budućeg ponašanja, koja onda prodaje. **Eli Pariser** dodaje treći pojam, **filter mehur (filter bubble)**: algoritam oko svakog korisnika gradi nevidljivi informacioni mehur, propuštajući samo ono što se slaže sa njegovim prethodnim

ponašanjem. Panoptikon vas posmatra; nadzorni kapitalizam vas unovčava; filter mehur vam oblikuje sliku sveta, a sve troje radi istovremeno, na istom uređaju koji nosite u džepu.

3. Srce teme: nadzor koji se ne oseća

Razmotrićemo tri slučaja koji pokazuju digitalni panoptikon i nadzorni kapitalizam na delu.

Primer prvi: **Citizenfour** (Lora Poitras, 2014). Poitrasin film o Edvardu Snoudenu, snimljen tokom osam napetih dana u hongkonškom hotelu, dokumentuje trenutak kada je masovni državni nadzor prešao iz teorije u dokazanu činjenicu. Za nas je film dvostruko poučan. Sadržinski, on otkriva razmere panoptikona: nadzor koji obuhvata sve, a oseća ga niko. Ali formalno je još poučniji, Poitras snima u realnom vremenu, dok se događaj odvija, svesna da je i sama pod nadzorom. Film time postaje i svedočanstvo i čin: dokazuje da kamera u rukama autora i dalje može da bude protivteža kameri u rukama države.

Primer drugi: **The Social Dilemma** (Džef Orlovski, 2020). Orlovskijev dokumentarac za Netfliks daje reč bivšim inženjerima samih platformi i, presudno, među sagovornicima je i Šošana Zubof lično. Film prevodi Zubofinu teoriju u svedočanstvo iznutra: ljudi koji su gradili algoritme objašnjavaju kako su ih optimizovali za predviđanje i promenu ponašanja. The Social Dilemma pokazuje da nadzorni kapitalizam nije zavera nego dizajn, ugrađen u svaki ekran, namerno, od strane ljudi koji su tačno znali šta rade.

Primer treći: **autocenzura autora i izvora**. Treći slučaj je svakodnevni teren našeg šivota i rada. Kada snimamo dokumentarni film o osetljivoj temi, sagovornici znaju da je sve što kažu trajno, pretraživo, potencijalno nadzirano. Taj chilling effect menja šta će ti reći i da li će uopšte pristati da govore. Ali isto važi i za nas same: i mi, birajući temu, kadar i ton, nesvesno računamo ko bi mogao da gleda. Digitalni panoptikon nije nešto što snimaš spolja, on je već u našoj sobi, (između leve i desne slepoočnice) i utiče na sam materijal pre nego što montaža uopšte počne.

Tri slučaja, jedna logika: od dokazanog državnog nadzora (Poitras), preko nadzora ugrađenog u dizajn platformi (Orlovski), do nadzora koji menja sam dokumentarni materijal. Panoptikon nije zgrada, on je stanje svesti, i ono je sada svuda.

4. Proširenje: od posmatranja ka predviđanju

Fukoov panoptikon je još bio relativno blag: on nas samo posmatra. **Nadzorni kapitalizam ide korak dalje, on ne želi samo da zna šta radite, nego da predvidi i, na kraju, da oblikuje šta ćete tek uraditi.** Setite se Nedelje 9: rekli smo da algoritamska petlja meri vašu pažnju i koriguje sledeću ponudu. Sada vidite čemu ta petlja zaista služi, ne samo da vas zadrži, nego da proizvede predviđanje vašeg ponašanja koje se može prodati. Bernajsova proizvodnja pristanka iz Nedelje 3 je gotovo "detinjasta" u poređenju sa ovim: ona je oblikovala želju masa; nadzorni kapitalizam oblikuje ponašanje svakog pojedinca ponaosob, na osnovu njegovih sopstvenih, izmerenih podataka.

Generativna veštačka inteligencija zatvara krug. Sistem koji zna sve o vama, ne samo vaše strahove, navike, slabe trenutke, već i zdravstveno, emotivno i materijalno stanje, i koji uz to može da proizvede beskonačno mnogo sadržaja, dobija sposobnost da svakom pojedincu isporuči tačno onu sliku koja će na njega delovati. Filter balon tako prestaje da bira iz postojećeg; on postaje fabrika realnosti krojene po meri svakog pojedinca ponaosob. Za nas kao autore višemedijskih formi, to je egzistencijalni izazov: naš poziv oduvek je bio da publici pokažemo deo stvarnosti koji ona sama ne bi videla, dakle da zajedno sa publikom iskoračimo iz tog balona. Algoritamska tiranija radi tačno suprotno: zatvara svakog gledaoca u **potvrđujući mehur**. Zadatak audio-vizuelne umetnosti u 21. veku postaju, pre svega, akt probijanja medijskog mehura, odnosno pokazivanje onoga što algoritam nikada ne bi izabrao da ti pokaže.

5. Ključni pojmovi

Panoptikon

Model moći u kom svest o mogućem, neproverljivom nadzoru navodi pojedinca da sam sebe nadzire, moć se automatizuje i obezličava (Fuko).

Chilling effect

Efekat u kom svest o mogućem nadzoru menja ponašanje: pojedinac sam cenzuriše i oblikuje ono što radi i govori.

Nadzorni kapitalizam

Ekonomski poredak koji prisvaja ljudsko iskustvo kao besplatnu sirovinu, pretvara ga u podatke i iz njih proizvodi i prodaje predviđanja ponašanja (Zubof).

Filter mehur/balon (filter bubble)

Nevidljivi informacioni mehur koji algoritam gradi oko korisnika, propuštajući samo sadržaj koji se slaže sa njegovim prethodnim ponašanjem (Pariser).

6. Stop & razmisli

Snimamo dokumentarni film sa sagovornikom koji nam poverava nešto osetljivo. Znamo da će film, kada izađe, biti trajno dostupan, pretraživ, potencijalno korišćen na načine koje ne možete da kontrolišete. Da li imate pravo da objavite to svedočanstvo ako ta osoba nije mogla u potpunosti da predvidi posledice digitalne trajnosti? I obrnuto, ako zbog tog rizika izostavite ono najvažnije, da li ste zaštitili sagovornika ili ste dozvolili da chilling effect montira vaš film umesto vas?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Panoptikon je model moći u kom je dovoljno da nadzor bude moguć, pojedinac se ponaša kao da je posmatran uvek i postaje sopstveni čuvar (Fuko).

Moć se time automatizuje i obezličava: ne treba joj naredba, jer je svako sam upisuje u sebe, to je chilling effect.

Nadzorni kapitalizam pretvara panoptikon u posao: ljudsko iskustvo postaje besplatna sirovina za proizvodnju i prodaju predviđanja ponašanja (Zubof).

Filter mehur algoritamski zatvara svakog korisnika u potvrđujuću sliku sveta (Pariser).

Cilj se pomera sa posmatranja na predviđanje i oblikovanje ponašanja; generativna veštačka inteligencija pretvara filter mehur u fabriku krojene realnosti.

Zašto je ovo važno

Ovo poglavlje vam daje, istovremeno, dijagnozu i zadatak. Dijagnoza glasi: radite u svetu u kom je nadzor postao nevidljiv, sveprisutan i isplativ, i u kom svaki gledalac sedi u sopstvenom, algoritamski sazidanom mehuru. To menja vašu ulogu iz korena. Vekovima je kreator sadržaja (pisac, kompozitor, reditelj, montažer...) bio onaj ko publici pokazuje deo sveta i stvarnosti koji ona sama ne bi videla ili ne bi neki fenomen videla iz te perspective. **Algoritamska tiranija je upravo tu funkciju ukinula, jer publika sada vidi samo ono što potvrđuje ono što već misli.** Vaš zadatak postaje dvostruk. Prvo, da branite junake vaših sadržaja, da razumete chilling effect i digitalnu trajnost, i da snosite odgovornost za ono što izlažete. Drugo, i važnije: da veše delo (film, kompozicija, medijski sadržaj) bude ono što algoritam nikada ne bi izabrao da pokaže gledaocu.

Nedelja 11

Dramaturgija straha i radikalizacija

1. Uvod

Zamislite dve osobe iz istog grada, iste ulice, istog kvarta. Jedna od njih provodi nekoliko sati dnevno gledajući vesti, kriminalističke serije i kratke uznemirujuće snimke na telefonu. Druga gleda malo. Ako ih pitate koliko je opasno noću proći tom istom ulicom, dobićete dva potpuno različita odgovora, iako je ulica jedna ista. Prva osoba živi u opasnijem gradu. Ne stvarno opasnijem; medijski opasnijem. Njen svet je glasniji, mračniji i pretećiji, ne zato što je nužno takav, nego zato što joj je takav prikazan.

Ove nedelje proučavamo strah kao dramaturški materijal. Bavimo se time kako mediji sistematski proizvode preuveličanu sliku opasnosti i, što je za naše doba presudno, kako algoritmi taj strah ne samo prenose nego ga optimizuju, jer je strah, ispostavlja se, izuzetno efikasno gorivo za pažnju. A od preuveličanog straha do radikalizacije, videćemo, put je kraći nego što izgleda.

2. Teorijska osnova

Mađarsko-američki teoretičar medija **Džordž Gerbner** pokrenuo je krajem šezdesetih godina veliko istraživanje pod nazivom **Kulturni indikatori**, sistematsku analizu onoga što televizija zapravo prikazuje i kako to oblikuje gledaoce. Iz tog istraživanja izrasla je njegova **teorija kultivacije**: ideja da televizija, kao dominantni pripovedač društva, dugotrajnim ponavljanjem „kultiviše“, postepeno gaji, našu sliku stvarnosti. A pošto je nasilje u medijskom svetu drastično prečešće nego u stvarnom, dugotrajno gledanje gaji jednu konkretnu distorziju, koju Gerbner naziva sindromom zlog sveta:

Teorija kultivacije pretpostavlja da intenzivno gledanje televizije vodi pojačanom međuljudskom nepoverenju i percepciji da je svet zao i opasno mesto, stanje koje je Gerbner nazvao „sindromom zlog sveta“ (mean world syndrome).

prema Džordžu Gerbneru, projekat Kulturni indikatori (od 1968)

Gerbnerova ključna primedba nije moralna nego strukturna. Nasilje je u medijskom pripovedanju toliko često ne zato što su autori zli, nego zato što je nasilje izuzetno efikasan dramaturški alat: ono brzo, bez objašnjenja, pokazuje ko ima moć, ko je žrtva, čega se treba bojati. Gerbner ga naziva „jeftinim industrijskim sastojkom“ priče. A heavy viewers (oni koji gledaju mnogo) postepeno usvajaju svet te priče kao svet u kom žive: nepoverljiviji su, uplašeniji, i, što je presudno, skloniji da prihvate stroge, autoritarne odgovore na opasnost koje sami precenjaju.

Tu se Gerbner spaja sa onim što smo učile prethodnih nedelja. Ako je u doba televizije strah bio nuspojava dramaturgije, u doba algoritma on postaje cilj. Setite se Nedelje 9: algoritamska petlja je optimizovana za vreme gledanja. A ništa ne zadržava pažnju kao strah, ogorčenje i moralna

panika. Algoritam zato sistematski pojačava sadržaj koji uznemirava, i tako, korak po korak, vodi gledaoca ka sve ekstremnijem materijalu. Taj proces ima ime: **radikalizacija**. Ona je, kao i nadzorni kapitalizam, termin koji smo usvojili predhodne nedelje, posledica dizajna optimizovanog za pažnju.

3. Srce teme: strah kao gorivo i kao protivotrov

Razmotrićemo tri slučaja koji pokazuju dramaturgiju straha i mogućnost da joj se autor odupre.

Primer prvi: **Bowling for Columbine** (Majkl Mur, 2002). Murov dokumentarac, polazeći od masakra u školi Kolumbajn, postavlja upravo Gerbnerovo pitanje: zašto je u Sjedinjenim Državama strah od nasilja toliko veći nego u zemljama sa sličnim brojem oružja. Murov odgovor je „kultura straha“, medijski sistem koji građanina drži u stalnoj uznemirenosti. Ali film je za nas dvostruko poučan, jer pokazuje i opasnost: Mur i sam koristi snažnu dramaturgiju, ironičnu montažu, emotivne kuke, biranje kadrova, da bi ubedio. Bowling for Columbine je istovremeno analiza dramaturgije straha i podsetnik da i autor koji je kritikuje lako posegne za istim alatom.

Primer drugi: **Collective** (Aleksander Nanau, 2019). Nanauov rumunski dokumentarac prati novinare koji posle požara u bukureštanskom klubu Colectiv otkrivaju korupciju u zdravstvu. Za nas je on protivteža Muru. Nanau ne diže ton, ne montira ironično, ne traži emociju trikom, on strpljivo, gotovo hladno, prati činjenice i ljude koji ih iznose. A ipak je film napet i potresan. Collective dokazuje presudnu stvar: postoji dokumentarni film koji uznemiruje gledaoca istinom, a ne dramaturgijom straha. Razlika nije u jačini osećanja koje izazove, nego u tome da li je to osećanje zarađeno činjenicom ili proizvedeno tehnikom.

Primer treći: **algoritamski put ka ekstremu**. Treći slučaj je sistem kroz koji vaš rad putuje do publike. Algoritam preporuke, optimizovan za zadržavanje, retko vodi gledaoca ka umerenom i složenom, on ga vodi ka sve oštrijem, sve hitnijem, sve uznemirujućem sadržaju, jer to najduže zadržava. Tako se gledalac koji je krenuo od bezazlenog snimka postepeno nađe duboko u materijalu moralne panike ili ekstremizma. Za autora to znači neugodnu istinu: čak i pošten dokumentarni film, jednom pušten u algoritamski sistem, biva svrstan, preporučan i kontekstualizovan na način koji autor ne kontroliše.

Tri slučaja, jedna osa: od dijagnoze kulture straha (Mur), preko dokaza da postoji film koji uznemiruje istinom a ne tehnikom (Nanau), do sistema koji strah pretvara u putanju radikalizacije. Pitanje za autora nije da li će izazvati osećanja, nego čime.

4. Proširenje: moralna panika u realnom vremenu

Gerbner je merio televiziju, medij sa fiksnim programom, jednakim za sve gledaoce. Algoritamski feed je njegovu teoriju i potvrdio i pogoršao.

Potvrdio: sindrom zlog sveta danas se može izmeriti na svakoj društvenoj mreži, gde uznemirujući sadržaj putuje brže i dalje od smirujućeg.

Pogoršao: dok je televizija svima gajila isti preuveličani strah, algoritam svakom korisniku gaji njegov sopstveni, lično krojeni strah. Setite se filter mehura iz Nedelje 10, sada vidite čime je taj mehur najčešće ispunjen. Najefikasnije gorivo personalizovanog mehura jeste personalizovana pretnja.

Generativna veštačka inteligencija dodaje poslednji, najopasniji sloj. Kroz istoriju čovečanstva, moralna panika oduvek je tražila povod, neki stvarni događaj koji se onda preuveliča. Generativni model ukida i tu poslednju kočnicu: **sada se može proizvesti snimak događaja koji se nikada nije desio, savršeno krojen da izazove strah tačno određene publike**. Setite se Bodrijara iz Nedelje 6, **to je simulakrum pretnje, kopija opasnosti bez originala**.

Za tebe nas kao autore višemedijskih formi, ovo poglavlje postavlja možda najvažniju etičku granicu celog kursa: vaš alat, dramaturgija, zvuk, montaža, muzika, kadar, ritam (...) sposoban je da proizvede strah jednako lako kao i razumevanje. Collective dokazuje da postoji treći put: film koji odbija da bude prijatan, ali i odbija da manipuliše koji uznemiruje samo onoliko koliko istina zaista jeste uznemirujuća.

5. Ključni pojmovi

Teorija kultivacije

Ideja da mediji, kao dominantni pripovedač društva, dugotrajnim ponavljanjem postepeno oblikuju, „kultivišu“ gledaočevu sliku stvarnosti (Gerbner).

Sindrom zlog sveta

Kognitivna distorzija izazvana medijima koji preuveličavaju nasilje: publika percipira svet kao daleko opasniji i pretećiji nego što jeste (Gerbner).

Dramaturgija straha

Upotreba nasilja, hitnosti i pretnje kao efikasnog pripovedačkog alata koji brzo, bez objašnjenja, drži pažnju gledaoca.

Radikalizacija

Proces u kom sistem optimizovan za pažnju postepeno vodi gledaoca ka sve ekstremnijem sadržaju, jer uznemirujuće najduže zadržava.

6. Stop & razmisli

Snimate (dokumentarni) film o stvarnoj društvenoj opasnosti, temi u koju verujete. Znae da bi film bio gledaniji, deljeniji i uticajnije ako pojačate osećaj pretnje: napetija muzika, brži rez, najuznemirujuć kadrovi na početku. Gde je granica između buđenja opravdane zabrinutosti i proizvodnje straha? I drugo: ako pošten, smiren film o važnoj temi algoritam potisne, a

uznemirujući ga nagradi, da li je tvoja dužnost prema temi da budete gledan, makar po cenu dramaturgije straha?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Teorija kultivacije: mediji dugotrajnim ponavljanjem postepeno oblikuju gledaočevu sliku stvarnosti (Gerbner).

Pošto je nasilje u medijima drastično učestalije nego u stvarnosti, ono gaji sindrom zlog sveta, percepciju sveta kao opasnijeg nego što jeste.

Nasilje je čest dramaturški alat ne zato što su autori zli, nego zato što brzo i efikasno drži pažnju.

U doba algoritma strah prestaje da bude nuspojava i postaje cilj, uznemirujući sadržaj najduže zadržava, pa sistem vodi ka radikalizaciji.

Collective dokazuje treći put: film koji uznemiruje istinom, a ne tehnikom, gde je osećanje zarađeno činjenicom, ne proizvedeno trikom.

Zašto je ovo važno

Ovo poglavlje nas stavlja pred jednu od najtežih odluka naše profesije. Mi raspolažemo alatom (tehničko-tehnološkim znanjima dramaturgije, režije, montaže, muzike, ritmom, izborom kadra...) koji može da proizvede strah brzo, pouzdano i gotovo neprimetno. Taj strah zadržava pažnju, deli se, prolazi kroz algoritam. Najlakši put pred nama uvek će biti dramaturgija straha: ona radi. Ali Gerbner ti pokazuje cenu tog puta, gledalac koji izađe sa projekcije vašeg filma uplašeniji nego što stvarnost nalaže, a uplašen gledalac je podložniji gledalac, skloniji jednostavnim i "tvrdim" odgovorima. Vaša odgovornost nije da publici uskratite svako neprijatno osećanje, neke istine jesu strašne i moraju da uznemire. Vaša odgovornost je da razlikujete strah kojim algoritam zarađuje od straha koji ste proizveli. Collective dokazuje da je ta razlika moguća u praksi, a ne samo u teoriji. U dobu u kom je strah najunosnija medijska roba, snimiti film (medijski sadržaj) koji odbija da manipuliše a ipak gleda istini u oči je, možda, najpolitičkiji čin koji autor danas može da napravi.

Nedelja 12

Participativna kultura, memovi i taktički mediji

1. Uvod

Pomislite na poslednji mem koji ste videli, onaj sa nekom slikom, kratkim tekstom, šalom koju ste odmah razumeli. Sada pokušajte da odgovorite na jedno pitanje: ko je njegov autor? Skoro sigurno ne znate. I, što je čudnije, to i nije važno. Taj mem je verovatno prošao kroz hiljade ruku, svaka ga je malo izmenila, dodala svoj sloj, prosledila dalje. Nema potpisa, nema originala, nema honorara. A ipak, taj bezimeni mem možda je tog dana dopreo do više ljudi nego ijedan film koji ćete ikada snimiti.

Ove nedelje proučavamo kulturu koja medijske ikone ne stvara odozgo, iz studija, redakcija, galerija, pozorišnih scena, (...) nego odozdo, iz mnoštva bezimenih korisnika. Bavimo se participativnom kulturom, mem-ratovima, taktičkim medijima i estetikom greške. To je tema koja vašu ulogu autora dovodi u pitanje na način na koji nijedna dosadašnja nije: šta znači biti autor u kulturi u kojoj autor više nije potreban da bi nastala medijska ikona?

2. Teorijska osnova

Američki teoretičar medija **Henri Dženkins** opisao je 2006. godine, u knjizi **Kultura konvergencije**, prelaz koji je promenio odnos publike i medija. Vekovima je publika bila gledalac-primalac gotovog sadržaja. Dženkins pokazuje da ta uloga više ne može da se održi. Njegov ključni pojam je participativna kultura:

„Termin ‘participativna kultura’ stoji nasuprot starijim shvatanjima medijske publike kao pukih posmatrača. Ono što bismo tradicionalno razumeli kao proizvođače i potrošače medija pretvara se u učesnike koji međusobno deluju po novom skupu pravila koja niko od nas u potpunosti ne razume.“

Henri Dženkins, Kultura konvergencije (2006)

Publika, dakle, više nije publika, ona je učesnik. A osnovna jedinica te participativne kulture jeste mem. Mem nije samo šala sa slikom; to je jedinica kulture koja se širi kopiranjem i, presudno, mutacijom. Svako ko ga prosledi može da ga izmeni. Deluje kao da mem nema autora; on ima samo prenosioc. To ga čini suštinski drugačijim od svega što smo do sada proučavali: ikona koja nastaje bez svog tvorca.

Uz to idu dva srodna pojma. Taktički mediji su pojam za gerilsku, privremenu, dovitljivu upotrebu medijskog prostora od strane onih koji nemaju moć, za razliku od strateških medija velikih institucija. Tu spada i **culture jamming**, ometanje medijskog prostora: preuzimanje jezika reklame ili propagande da bi se okrenuo protiv sebe. I tu je **estetika gliča**, namerna upotreba digitalne greške, kvara, pikselizacije kao izražajnog sredstva. U Rečniku ovog kursa već imamo srodan pojam **Hito Štajerl: siromašna slika**, govori o kompresovanoj, degradiranoj,

niskokvalitetnoj slici koja upravo zato što je “loša” cirkuliše slobodno, oslobođena institucionalne kontrole visoke rezolucije. Mem je, u tom smislu, trijumf siromašne slike.

3. Srce teme: ikona bez autora

Razmotrićemo tri slučaja koji pokazuju kako participativna kultura proizvodi, i izneverava, ikone.

Primer prvi: **Exit Through the Gift Shop** (Banksi, 2010). Banksijev film prati Tjerija Getu, opsednutog snimatelja-amatera koji postaje ulični umetnik „Mr. Brainwash“ i, gotovo preko noći, komercijalni uspeh. Film je savršena studija taktičkih medija u trenutku kada ih sistem proguta: ulična umetnost, rođena kao subverzija, kao gerilsko preuzimanje gradskog zida, pretvara se u skupu robu galerije. Banksi tu radi i nešto formalno lukavo, preuzima sopstveni dokumentarac, okreće kameru ka onome ko je hteo da snima njega. Setite se Nedelje 1: to je remedijacija i hipermedijalnost u službi subverzije. Film je istovremeno i analiza komodifikacije pobune i njen primer.

Primer drugi: **Feels Good Man** (Artur Džouns, 2020). Džounsov dokumentarac prati sudbinu jednog crteža, žabe Pepea, od bezazlenog stripa, preko bezbrojnih mem-mutacija, do trenutka kada ga politički ekstremisti prisvajaju kao simbol. Film je najjasnija moguća ilustracija mem-rata: ista slika, hiljadu autora, nijedan vlasnik, i upravo zato bojno polje. Originalni crtač gleda kako njegova ikona izmiče svakoj kontroli, jer u participativnoj kulturi autor proizvede sliku, ali ne može da zadrži njeno značenje. Feels Good Man pokazuje mračnu stranu Dženkinsove teze: kada svako može da bude prenosilac, mem postaje oružje, a značenje predmet rata.

Primer treći: **glič i siromašna slika kao autorski izbor**. Treći slučaj je vaš sopstveni alat. Sve dosadašnje nedelje učile su vas da je visoka rezolucija, čist kadar, kontrolisana slika znak autorstva. Estetika gliča izokreće tu pretpostavku: namerno zrnasta, pikselizovana, „pokvarena“ slika u (dokumentarnom) filmu može da signalizira autentičnost, hitnost, otpor uglačanoj propagandi. Snimak sa telefona, ekran u kvaru, kompresovani video, to je vizuelni jezik koji kaže: ovo nije proizvod sistema. Ali pažnja: i taj jezik se brzo komodifikuje. Čim „autentični glič“ postane stil koji prolazi, on prestaje da bude subverzija i postaje još jedan filter.

Tri slučaja, jedna napetost: participativna kultura daje glas onima koji ga nisu imali (taktički mediji, mem, glič), ali sistem svaku tu subverziju uči, pakuje i prodaje. Banksi pokazuje komodifikaciju pobune, Pepe pokazuje otmicu značenja, glič pokazuje kako i estetika otpora postaje roba.

4. Proširenje: mem-rat i generativna ikona

Dženkins je 2006. godine participativnu kulturu video uglavnom optimistično, kao demokratizaciju, kao oslobađanje glasa. Petnaest godina kasnije vidimo i njenu drugu stranu. Setite se Nedelje 11: rekli smo da algoritam nagrađuje uznemirujuće i polarizujuće. Mem je idealno gorivo za tu petlju, kratak, emotivan, lako deljiv, bez konteksta. Zato mem-rat nije

marginalna pojava nego centralna forma savremene političke borbe: bezimene, mutirajuće slike koje se šire brže od svake provere. Ono što je kod Dženkinsa bilo „kolektivna inteligencija“ pokazalo se podjednako sposobnim za kolektivnu dezinformaciju.

Generativna veštačka inteligencija dovodi mem do krajnje tačke. Do sada je mem-mutacija ipak tražila ljudsku ruku, neko je morao da izmeni sliku. Generativni model ukida i tu poslednju kočnicu: sada se može proizvesti beskonačno mnogo varijanti ikone, trenutno, bez ijednog autora i bez ijednog prenosioca. Setite se Bodrijara iz Nedelje 6, to je simulakrum doveden do industrijske proizvodnje. Za tebe kao autorku ili autora, ovo poglavlje postavlja egzistencijalno pitanje: ako kultura ikone proizvodi odozdo, bez tebe, čemu uopšte služi autor sa imenom? Odgovor, koji vodi ka poslednjim nedeljama kursa, jeste paradoksalan. Upravo zato što mem nema autora, nema ni odgovornost, niko ne odgovara za ono što mem tvrdi. Autorstvo sa imenom u tom svetu postaje retko i dragoceno ne zbog kontrole nad slikom, nego zbog jedne stvari koju mem nema: nekoga ko stoji iza onoga što je rekao.

5. Ključni pojmovi

Participativna kultura

Kultura u kojoj publika prestaje da bude puki posmatrač i postaje učesnik, granica između proizvođača i potrošača medija se rastvara (Dženkins).

Mem

Jedinica kulture koja se širi kopiranjem i mutacijom; ikona bez autora i bez originala, koju svaki prenosilac može da izmeni.

Taktički mediji / culture jamming

Gerilska, privremena upotreba medijskog prostora od strane onih bez moći; preuzimanje jezika reklame ili propagande da bi se okrenuo protiv sebe.

Estetika gliča

Namerna upotreba digitalne greške, kvara i pikselizacije kao izražajnog sredstva — znak otpora uglačanoj, kontrolisanoj slici.

6. Stop & razmisli

Snimate dokumentarni film i znate da bi pojedini njegovi delovi, kratki, snažni, lako deljivi, mogli da postanu memovi i tako dosegnu publiku daleko širu od same publike filma. Ali jednom kada deo vašeg filma postane mem, vi gubite kontrolu nad njegovim značenjem: može biti izmenjen, izvučen iz konteksta, prisvojen za poruku suprotnu tvojoj. Da li je vredno žrtvovati kontrolu nad značenjem zarad dometa? I postoji li način da autor svesno pravi „mem-otporan“ rad, sliku koju je teško oteti?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Participativna kultura ukida granicu između proizvođača i potrošača medija, publika postaje učesnik (Dženkins).

Mem je osnovna jedinica te kulture: ikona bez autora i bez originala, koja se širi kopiranjem i mutacijom.

Taktički mediji, culture jamming i estetika gliča daju glas onima bez moći, ali sistem svaku subverziju uči, pakuje i prodaje.

Mem-rat je centralna forma savremene političke borbe: bezimene slike koje se šire brže od svake provere.

Generativna veštačka inteligencija pretvara mem-mutaciju u industrijsku proizvodnju ikona bez autora i bez prenosioca.

Zašto je ovo važno

Ovo poglavlje ti oduzima poslednju iluziju kontrole. Vekovima je autor bio onaj ko stvara umetničko delo (u našem slučaju medijsku ikonu) i upravlja njenim značenjem. Participativna kultura je tu moć rasula: danas ikone nastaju odozdo, bezimene, i niko, pa ni mi, ne možemo da kontrolišemo šta će neka slika značiti čim krene u svet. Možemo na to da reagujemo na dva pogrešna načina. Možemo da se pretvaramo da se ništa nije promenilo i da i dalje pravimo zatvorene, kontrolisane ikone, i da nas participativna kultura jednostavno zaobiđe. Ili možemo da se poigramo sa logikom mema, da pravimo samo ono što je kratko, deljivo, bez konteksta, i da time odustanemo od svega što autorstvo sa imenom čini vrednim. Postoji i treći put. U svetu u kom mem nema autora i zato ne nosi odgovornost, naša najveća vrednost nije više kontrola nad slikom, nego to što iza našeg rada stoji neko ko odgovara za ono što je rekao. Mem je anonimna i neuhvatljiva; mi nismo. U kulturi bezimenih ikona, potpisati svoj rad i stajati iza njega, postaje radikalna čin.

Nedelja 13

Imersivnost, XR i proceduralna retorika

1. Uvod

Zamislite da stavljate naočare za virtuelnu stvarnost i nađeš se usred izbegličkog kampa. Možete da se okrenete, da pogledate gore, vojni avioni preleću, možete da priđete šatoru, vidite gomile gladnih i uplašanih staraca, žena i dece koji gledaju ka bombarderu na nebu. Skidate naočare uznemireni, potreseni i pomislite: sada zaista znam kako je to. Ali zastanite na trenutak. Vi niste bili u kampu. Bili ste u kampu koji je neko za vas projektovao, odlučio gde ćete moći da pogledate, šta će biti u kadru, koje ćete zvuke čuti, kuda ćete moći da se krećete. Osećaj da ste „bili tamo“ najjači je upravo onda kada je vaša sloboda kretanja najpažljivije isprojektovana. Imersija nije odsustvo režije. Imersija je režija koju više ne primećuješ.

Ove nedelje proučavamo medije koji ne prikazuju svet već vas u njega „uvlače“, virtuelnu i proširenu stvarnost, objedinjene pod skraćenicom XR, i interaktivne forme uopšte. A da bismo razumeli kako ti mediji ubeđuju, treba nam nov alat. Sva dosadašnja teorija ovog kursa bavila se retorikom slike i reči. XR i interaktivne forme traže nešto drugo: retoriku pravila.

2. Teorijska osnova

Američki teoretičar medija i dizajner igara **Ijan Bogost** uveo je 2007. godine, u knjizi **Persuasive Games**, pojam koji nam je ovde neophodan. Klasična retorika je veština ubeđivanja rečju. Vizuelna retorika, kojom smo se bavili od Barta nadalje, jeste veština ubeđivanja slikom. Bogost tvrdi da interaktivni mediji otvaraju treću, dotad neimenovanu vrstu, proceduralnu retoriku:

„Proceduralna retorika je veština ubeđivanja kroz predstave i interakcije zasnovane na pravilima, a ne kroz izgovorenu reč, pisanje, slike ili pokretne slike.“

Ijan Bogost, *Persuasive Games* (2007), str. ix

Ovo je suptilna ali presudna ideja. Interaktivno delo, video-igra, XR iskustvo, ambijentalna instalacija, nas ne ubeđuje time šta nam pokazuje, nego time šta nam dozvoljava i šta nam zabranjuje da uradimo. Njegova teza nije u kadru; ona je u pravilima „van kadra“. Ako nam XR dokumentarac o izbegličkom kampu dopušta da priđemo deci ali ne i da uđemo u administrativni šator, on je već izrekao tvrdnju o tome šta je u toj priči važno, a da nije izgovorio nijednu reč. Autor proceduralnog dela ne piše replike; on piše zakone sveta u kom se gledalac kreće.

Tu se Bogost spaja sa svime što smo do sada učili. Setite se Nedelje 8 i Manoviča: rekli smo da je novi medij programabilan, da počiva na proceduri. Bogost nam sada govori šta ta procedura znači za ubeđivanje. I setite se Nedelje 9 i kibernetike: imersivni medij je savršena povratna sprega, on meri svaki tvoj pokret i odmah prilagođava svet oko tebe. XR zato nije samo intenzivniji film. To je medij u kom gledalac postaje promenljiva u tuđoj jednačini, a da to gotovo nikada ne primeti.

3. Srce teme: pravila kao tvrdnja

Razmotrićemo tri slučaja koji pokazuju proceduralnu retoriku i imersivnost na delu.

Primer prvi: **All Light, Everywhere** (Teo Antoni, 2021). Antonijev esejistički dokumentarac istražuje zajedničku istoriju kamera, oružja i policijskog nadzora, od posmatranja prelaza Venere 1874. do telesnih kamera koje danas nose policajci. Za nas je film presudan jer dokazuje proceduralnu tezu na samoj kameri: telesna kamera policajca ne snima policajca, gleda samo napred, ima svoje slepe tačke, i to pravilo, taj proceduralni izbor proizvođača, već je izrekao tvrdnju o tome čije će ponašanje biti vidljivo a čije ne. Antoni uz to neprekidno pokazuje sopstvenu ekipu i sopstvenu kameru: odbija iluziju nevidljivog, objektivnog pogleda. Film je istovremeno predmet i metod, proceduralna analiza nadzora koja i samu sebe stavlja pod ispitivanje.

Primer drugi: **imersivni dokumentarac i „empatijska mašina“**. Drugi slučaj je čitav žanr XR dokumentarca koji se reklamira kao „mašina za empatiju“, iskustvo koje nas navodno stavlja u kožu drugog. Proceduralna retorika nam daje alat da tu tvrdnju ispitamo. Ono što takvo delo zaista radi nije prenos tuđeg iskustva, nego projektovanje pravila tvog kretanja kroz tuđu nesreću. Setite se Nedelje 5 i konstrukcije Drugog: imersivni dokumentarac može da bude najsuptilniji oblik egzotizacije, utoliko opasniji što gledalac veruje da je „bio tamo“. Pitanje za autora nije da li XR izaziva empatiju, nego čiju je slobodu kretanja projektovao, a čiju nije.

Primer treći: **dizajn pravila u tvom sopstvenom radu**. Treći slučaj je naš predstojeći rad u interaktivnim formama. Čim napravimo delo u kom gledalac bira, kuda da krene, šta da pogleda, koju granu priče da otvori, mi prestajemo da budemo autori kadra, već postajemo autori pravila. Svaki izbor koji dajemo gledaocu i svaki koji mu uskraćujemo jeste naš stav. Ako mu dozvolimo da preskoči neugodnu scenu, mi zapravo govorimo nešto o toj sceni. Ako ga prinudimo da je odgleda, govorimo nešto drugo. **Proceduralna retorika znači da u interaktivnom delu ne možemo da budemo neutralni: i odsustvo pravila je pravilo.**

Tri slučaja, jedna pouka: u imersivnim i interaktivnim medijima tvrdnja se ne iznosi kadrom nego pravilom. Antoni to pokazuje na kameri kao uređaju, „empatijska mašina“ na žanru, a vaš budući rad na svakom izboru koji dajete ili uskraćujete gledaocu.

4. Proširenje: kada se sistem sam piše

Bogost je 2007. godine pretpostavljao da pravila proceduralnog dela piše čovek, autor koji svesno bira šta će gledaocu dozvoliti. Generativna veštačka inteligencija tu pretpostavku dovodi u pitanje. **Sve je više XR i interaktivnih iskustava u kojima se svet, dijalog, čak i pravila kretanja generišu u realnom vremenu, prilagođeni svakom korisniku ponaosob.** Setite se Nedelje 10 i nadzornog kapitalizma:

imersivni medij je najmoćniji instrument prikupljanja podataka koji postoji, on meri ne samo šta gledamo, nego gde nam se telo okreće, šta nas plaši, šta uzbuđuje, gde zastanemo, a gde

požurimo. A onda taj isti sistem, na osnovu prikupljenih informacija, projektuje sledeće pravilo tvog kretanja, odnosno predpostavlja naredni korak.

To je proceduralna retorika bez vidljivog autora. Kada svet oko gledaoca proizvodi sistem optimizovan za njegovo zadržavanje i merenje, postavlja se pitanje koje zatvara teorijski luk celog kursa: ko je tu autor? Za nas kao autore višemedijskih formi, odgovor je istovremeno upozorenje i poziv.

Upozorenje: **imersivni medij je sposoban da ubeđuje dublje od svakog dosadašnjeg, jer ubeđuje pravilima koja gledalac doživljava kao sopstvenu slobodu.**

Poziv: upravo zato je autorska svest o procedure, jasna, namerna, odgovorna odluka o tome koja pravila postavljamo i zašto, postala etičko jezgro višemedijske režije.

U poslednje dve nedelje kursa radimo na konstruisanju modela medijske ikone, koristeći stečena znanja.

5. Ključni pojmovi

Proceduralna retorika

Veština ubeđivanja kroz pravila i procese, kroz ono što delo dozvoljava i zabranjuje korisniku, a ne kroz reč ili sliku (Bogost).

XR (proširena stvarnost)

Skupni naziv za virtuelnu, proširenu i mešovitu stvarnost, medije koji gledaoca ne prikazuju svet nego ga u projektovani svet uvlače.

Imersivnost

Osećaj uronjenosti i prisustva u medijskom prostoru; paradoksalno najjači onda kada je sloboda kretanja gledaoca najpažljivije isprojektovana.

Empatijska mašina

Reklamna formula za XR dokumentarac koji navodno prenosi tuđe iskustvo; proceduralna analiza pokazuje da on projektuje pravila kretanja kroz tuđu nesreću.

6. Stop & razmisli

Pravite imersivni dokumentarac o teškoj ljudskoj sudbini i razmišljate da li da gledaocu date slobodu da se kreće i bira, ili da mu kretanje strogo ograničite. Veća sloboda jača osećaj prisustva, ali i rizikuje da gledalac promaši ono najvažnije ili da tuđu patnju doživi kao prostor za istraživanje. Stroža pravila čuvaju vašu tvrdnju, ali slabe imersiju zbog koje ste XR i izabrali. Gde je granica? I šire: ako proceduralna retorika znači da ni u interaktivnom delu ne možemo biti neutralni, koja pravila treba svesno da postavimo da gledalac ne bi tuđu nesreću doživeo kao igru i zabavu?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Pored klasične (reč) i vizuelne (slika) retorike, interaktivni mediji otvaraju treću, proceduralnu retoriku, ubeđivanje pravilima (Bogost).

Interaktivno delo ne ubeđuje time šta pokazuje, nego time šta gledaocu dozvoljava i zabranjuje da uradi, tvrdnja je u pravilima.

Imersivnost nije odsustvo režije: osećaj prisustva najjači je kada je sloboda kretanja gledaoca najpažljivije isprojektovana.

XR „empatijska mašina“ projektuje pravila kretanja kroz tuđu nesreću, što može biti suptilan oblik egzotizacije.

Generativna veštačka inteligencija proizvodi proceduralnu retoriku bez vidljivog autora, pravila sveta piše sistem optimizovan za merenje angažovanosti gledaoca (učesnika).

Zašto je ovo važno

Do sada ste učili da je režija ono što gledalac vidi i čuje, kadar, rez, zvuk, ritam. Imersivni i interaktivni mediji dodaju sloj koji nijedan raniji medij nije imao: vi sada režirate i ono što gledalac može, (čitaj- sme) da uradi. A to je daleko veća moć i daleko veća odgovornost, jer proceduralna retorika ubeđuje neprimetno, gledalac vašu tvrdnju doživljava kao sopstveni izbor, sopstvenu slobodu, sopstveno otkriće. Najopasnije delo nije ono koje ti otvoreno nešto govori; to delo možmo da kritikujemo. Najopasnije je ono koje pravilima neprimetno oblikuje naše kretanje, a ostavlja utisak da smo sve sami izabrali. Zato autorska svest o procedure, namerna, jasna odluka o tome koja pravila postavljamo, šta dozvoljavmo, šta uskraćujemo i zašto, nije tehnička veština već etičko jezgro višemedijske režije. U dobu kada mediji sve dublje uvlače, jedina poštena “režija” jeste ona koja zna, i priznaje, da je svako pravilo tvrdnja.

Nedelja 14

AI, Deepfake i etika post-istine

1. Uvod

Decenijama je postojala jedna rečenica koja je završavala svaku raspravu: „Imam to snimljeno.“ Fotografija, a kasnije i video snimak je bili su dokaz. Razmislite sada na trenutak koliko težinu danas ima taj iskaz. Kada nam danas neko pokaže uznemirujući snimak neke muzičke ili filmske zvezde, političara, prva misao verovatno više nije „dakle, to se desilo“, nego „da li je ovo autentičan snimak?“. Ta sekunda sumnje, koja se uvukla između slike i našeg poverenja u nju, jeste najveća promena u istoriji medija otkako postoji fotografija. I nije slučajna. Neko od nje ima koristi.

Ovom nedeljom proučavamo deepfake, generativnu sintezu slike i zvuka, i etiku post-istine. Ali tema poglavlja nije tehnologija, tehnologija će zastareti pre nego što ova skripta budu trebala dopunu. Tema je nešto trajnije: šta se dešava sa našom profesijom kada slika prestane da bude dokaz. Jer da sada su audio-vizuelni umetnici i saradnici čitav svoj profesionalni identitet gradili na pretpostavci da slika nešto svedoči. Ovo poglavlje je o tome šta ostaje od našeg zanata kada ta pretpostavka padne.

2. Teorijska osnova

Prvo treba da razdvojimo “dva straha”, jer se često izjednačavaju.

Prvi, očigledan, jeste **strah od lažne slike**: neko će proizvesti snimak događaja koji se nije desio. To je realan problem, ali ne i najdublji. Drugi strah je suptilniji i opasniji, i pravnici Bobi Česni i Danijel Sintron dali su mu ime u radu iz 2018. godine: **liar's dividend**, dividenda⁸ lažova. Oni upozoravaju da širenje sintetičkih medija ne rezultira samo time da ljudi veruju u laži, već dovodi do šire epistemološke krize, opšteg kolapsa poverenja u bilo kakav audio-vizuelni dokaz. U takvoj klimi sumnje, teret dokazivanja istinitosti se prebacuje sa manipulatora na onoga ko iznosi stvarne činjenice. Paradoksalni efekat u medijskom ekosistemu gde manipulator ne mora nužno da proizvede lažni sadržaj da bi obmanuo javnost. Dovoljno je samo postojanje svesti u javnosti da alati za obmanu (poput *deepfake* tehnologije) postoje. Ta svest stvara "nulti stepen poverenja", omogućavajući onima koji su zaista odgovorni da eksploatišu kolektivnu nesigurnost u autentičnost onoga što vidimo i čujemo.

⁸ Dividenda (lat. *dividendum* - ono što treba podeliti) predstavlja deo profita koji kompanija isplaćuje svojim akcionarima. Dakle, to je **zarada, dobit ili korist** koju dobijamo na osnovu samog posedovanja nekog udela u sistemu, često bez našeg dodatnog, aktivnog rada u tom trenutku. Kada kažemo „dividenda lažova“, reč dividenda označava **kolateralnu korist** ili **besplatan profit** koji manipulator izvlači iz trenutnog medijskog ekosistema. Reč „dividenda“ ovde se koristi metaforično i označava nezasluženi profit, odnosno „besplatnu“ korist. Kao što akcionar ubira profit od samog postojanja kompanije, tako i manipulator ubira korist (izvlači se od odgovornosti) od samog postojanja tehnologije koja uništava poverenje publike, bez obzira na to da li ju je sam upotrebio.

Dividenda lažova je korist koju krivac izvlači iz samog postojanja deepfake tehnologije: u svetu u kom svaka slika može biti lažna, onaj ko je uhvaćen u stvarnom, autentičnom snimku može taj snimak jednostavno da odbaci kao „deepfake“.

prema Bobiju Česniju i Danijel Sintron, „Deep Fakes“ (2018)

Obratite pažnju na obrt. Lažovu (manipulatoru) više nije potrebno da napravi lažnu sliku. Dovoljno mu je da postoji mogućnost lažne slike, pa da svaki istinit dokaz protiv sebe proglasi lažnim. Šteta, dakle, nije u tome što će lažna slika nekoga prevariti; šteta je u tome što prava slika gubi moć da bilo koga ubedi. To je kraj fotografije kao dokaza, a sa njim i kraj jedne tihe pretpostavke na kojoj počiva ceo dokumentarni film.

Tu se zatvara luk celog kursa. Setite se Nedelje 2 i Benjamina: rekli smo da fotografija ima vrednost dokumenta, istine koja da hvata trag nečeg stvarnog i autentičnog. Setite se Nedelje 6 i Bodrijara: rekli smo da je simulakrum kopija bez originala. **Deepfake** je tačka u kojoj se te dve ideje sudaraju: **to je slika koja ima sav autoritet fotografskog svedočanstva, a nijedan njen piksel ne svedoči o stvarnom događaju ili ličnosti.** Post-istina nije svet u kom je sve laž. **Post-istina je svet u kom istina i laž izgledaju potpuno isto,** i u kom zato presuđuje ne dokaz, nego to odluka kome verujete.

3. Srce teme: kada slika prestane da svedoči

Razmotrićemo tri filma, tri različita odgovora autora na pitanje šta činiti kada slika više nije pouzdan dokaz.

Primer prvi: **Welcome to Chechnya** (Dejvid Frans, 2020). Fransov dokumentarac o progonu LGBT osoba u Čečeniji izveo je nešto bez presedana: upotrebio je deepfake tehnologiju za dobro. Da bi zaštitio svedoke kojima pretila smrt, Frans je njihova lica zamenu licima dobrovoljaca, ne senkom, ne zamućenjem, nego punim, živim, emotivnim drugim licem. Presudno je da Frans tu zamenu ne krije: rub sintetičkog lica je namerno blago zamućen, gledalac uvek zna kada gleda zaštićenog svedoka. To je etički ključ. Ista tehnologija koja inače razara poverenje ovde služi istini, ali samo zato što je autor njenu upotrebu priznao. **Welcome to Chechnya** dokazuje da deepfake sam po sebi nije ni laž ni istina; presuđuje da li je autor transparentan.

Primer drugi: **Stories We Tell** (Sara Poli, 2012). Poli istražuje tajnu sopstvene porodice, i u film ubacuje snimke koji izgledaju kao stari porodični kućni filmovi, a zapravo su rekonstrukcije koje je ona režirala i snimila da izgledaju arhivski. U jednom trenutku film to i otkriva. **Stories We Tell** je tako dokumentarac koji je svestan sopstvene konstruisanosti: Poli ne tvrdi da arhiv ne laže, ona pokazuje da svako sećanje, svaki porodični snimak, već jeste verzija, izbor, montaža. Film prethodi deepfake panici, ali nudi zreliji odgovor na nju: ne pravi se da je slika ikada bila čista istina, nego uči gledaoca da čita sliku kao tvrdnju nekog autora.

Primer treći: **Slika koja nedostaje** (Riti Pan, 2013). Panov film o genocidu Crvenih Kmera polazi od bolne činjenice: snimaka tog užasa gotovo da nema, režim ih nije dozvolio. Pan zato odbija da

falsifikuje arhiv. Umesto da rekonstruiše „kao da je snimljeno“, on nedostajuću sliku doslovno priznaje, ručno izrađenim glinenim figurama. Te figure ne pretenduju da budu dokaz; one su otvoreno priznanje da dokaz ne postoji. Pan tako daje najradikalniji odgovor na krizu post-istine: kada slika ne može da svedoči, autor ne sme da se pretvara da može, odsustvo slike treba pokazati kao odsustvo, a ne popuniti ga lažnom punoćom.

Tri filma, tri odgovora, jedna zajednička reč: priznanje. Frans priznaje da je lice zamenjeno; Poli priznaje da je arhiv režiran; Pan priznaje da slike uopšte nema. U dobu post-istine, autorski dignitet nije u tome da slika bude savršena, nego u tome da gledalac uvek zna šta gleda.

4. Proširenje: poreklo kao nova istina

Generativna veštačka inteligencija je inicirala da ovo poglavlje bude u formi i sadržaju koji čitate u ovom trenutku. Do juče je proizvodnja uverljive lažne slike tražila vreme, novac i veštinu; danas je trenutna, besplatna i dostupna svima. Setite se Nedelje 10 i nadzornog kapitalizma: rekli smo da sistem želi da predvidi i oblikuje ponašanje. Setite se Nedelje 12 i mem-rata: rekli smo da se bezimene slike šire brže od svake provere. Deepfake spaja to dvoje u savršeno oružje, personalizovanu, uverljivu, bezimenu lažnu sliku. A liar's dividend osigurava da čak i kada je razotkrijemo, šteta ostaje: jednom kada svi znaju da slika može da prikazuje laž, nijedna slika više ne deluje autentično.

Šta to znači za našu profesiju? Znači da se težište autorstva pomera sa slike na poreklo slike. Decenijama je vrednost dokumentarnog kadra bila u tome šta prikazuje. Od sada je, sve više, u tome odakle potiče, od izvora, ko ga je snimio, kada, čime, i da li taj neko stoji iza njega svojim imenom i odgovornošću. To je, tačno ona vrednost o kojoj smo govorili u Nedelji 12: mem nema autora i zato ne nosi odgovornost; dok vaš rad ima i jedno i drugo. U svetu u kom svaka slika može biti lažna, dokumentarista više ne prodaje sliku, prodaje lanac poverenja koji garantuje da je to autentična slika. Vaš potpis, vaša metodologija, vaša transparentnost o tome šta je snimljeno a šta rekonstruisano: to postaje sadržaj vašeg dela.

5. Ključni pojmovi

Deepfake

Sintetička slika ili snimak proizveden veštačkom inteligencijom, koji ima autoritet fotografskog svedočanstva a ne potiče od stvarnog događaja.

Liar's dividend (dividenda lažova)

Korist koju manipulant izvlači iz postojanja deepfake-a: mogućnost da svaki istinit, autentičan dokaz protiv sebe odbaci kao lažan (Česni i Sintron).

Post-istina

Stanje u kom istina i laž izgledaju isto, pa ne presuđuje dokaz nego to kome se veruje; činjenice gube moć ubeđivanja.

Provenijencija (poreklo)

Proverljiv lanac porekla slike, ko ju je, kada i čime stvorio; u dobu deepfake-a postaje važnija od samog sadržaja kadra.

6. Stop & razmisli

Snimate dokumentarni film i nedostaje ti ključna scena, događaj koji se zaista desio, ali nije snimljen. Generativna tehnologija vam omogućava da ga rekonstruišete tako uverljivo da ga gledalac neće razlikovati od arhiva. Imate tri mogućnosti: Pan (priznajte da slike nema i pokažite to odsustvo), Poli (rekonstruišite, ali u filmu obelodanite da je rekonstrukcija), ili, treći, neizgovoreni rekonstruišite i ćutite. Prvi dva su etički ispravna, treći nije. Ali pitanje je teže: ako prećutana rekonstrukcija savršeno verno prikazuje ono što se stvarno desilo, čime je tačno gledalac oštećen? I da li je naša dužnost prema istini samog događaja, ili prema istini o tome kako je slika nastala?

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

Najveća pretnja deepfake-a nije lažna slika koja vara, nego liar's dividend, to što prava slika gubi moć da ubedi (Česni i Sintron).

Deepfake je tačka sudara Benjaminove svedočke fotografije i Bodrijarovog simulakruma: slika sa autoritetom dokaza, bez ijednog istinitog piksela.

Post-istina nije svet u kom je sve laž, nego svet u kom istina i laž izgledaju isto, u kojoj presuđuje poverenje, a ne dokaz.

Tri filma nude tri odgovora, sa zajedničkim imeniteljem: priznanje. Frans priznaje zamenu lica, Poli režiranost arhiva, Pan odsustvo slike.

Težište dokumentarnog autorstva pomera se sa slike na poreklo slike, na proverljiv lanac poverenja koji autor svojim imenom jemči.

Zašto je ovo važno

Ovo poglavlje nam saopštava da se pozicija autora višemedijskog sadržaja drastično menja u vremenu u kojem živimo i stavamo. Do skoro je "dokumentarista" imao relativno lak zadatak: slika je svedočila umesto njega. Bilo je dovoljno snimiti, i snimak je bio dokaz. Taj lagodni savez slike i istine je gotov. Deepfake može da proizvede svaku sliku, ali ne može da proizvede jedno: nekoga ko stoji iza slike svojim imenom, svojom metodom i svojom odgovornošću. Dividenda

lažova radi samo dok publika nema u koga da se pouzda. Naš zadatak u dobu post-istine nije da napravimo sliku koju je nemoguće lažirati, jer na žalost, takve slike nema . Frans, Poli i Pan to su razumeli pre nego što je reč „deepfake“ ušla u svakodnevni govor. U svetu u kom slika više ne svedoči, svedok postaje sam autor.

Nedelja 15

Sinteza — Autorska strategija u post-digitalnom dobu

1. Uvod

Stigli smo do poslednjeg časa. Iza nas je četrnaest nedelja u kojima smo, nedelju po nedelju, rasklapali medijsku sliku na delove. Ako se sada osvrnete, mogli biste da imate jedan neprijatan i depresivan utisak: kao da je ceo kurs bio dugačak spisak razloga zašto autor više nije moguć. Aura je nestala. Pristanak se proizvodi. Stvarnost je simulakrum. Pažnja je roba. Algoritam nas nadzire. Strah se montira. Ikone nastaju bez nas autora. Slika više ne svedoči istinu. Čemu onda sav trud?

Ovo poglavlje daje odgovor. I taj odgovor nije utešna fraza, on je logična posledica upravo tih saznanja. Tvrdnja ovog časa glasi: upravo zato što je sve nabrojano tačno, autor sa imenom postao je potrebniji nego ikada. Ne uprkos krizi, nego zbog nje. Poslednji čas zato nije epilog; on je trenutak u kom razbijene delove ponovo sklapamo u jedno, u sopstvenu autorsku strategiju.

2. Teorijska osnova

Da bismo sintezu postavili precizno, treba nam pojam koji opisuje samo stanje u kom danas radimo, a to je takozvano post-digitalno doba. „Post-digitalno“ ne znači da je digitalno prošlo. Znači suprotno: digitalno je postalo toliko sveprisutno da je prestalo da bude vest. Niko se više ne čudi da je slika digitalna, da je montaža softverska, da delo putuje mrežom. Pitanje „analogno ili digitalno“ je prevaziđeno. Ostalo je samo pitanje: šta autor radi unutar tog stanja. Lev Manovič, čiji nas je pojam jezika novih medija vodio kroz Nedelju 8, opisuje autorstvo u dobu softvera ovako:

U kulturi softvera autorstvo se sve manje sastoji od stvaranja ni iz čega, a sve više od saradnje sa programom i od izbora iz već postojećeg koda, filtera i slika.

prema Levu Manoviču, teorija softverske kulture

Manovič ovde ne najavljuje smrt autora, on ga premešta. Autor više nije onaj ko stvara materijal; on je onaj ko bira, kombinuje, postavlja okvir i preuzima odgovornost za izbor. A to je, definicija koju je svako poglavlje ovog kursa potvrdilo iz svog ugla. Vertov je birao iz hiljada metara trake. Bart je pokazao da je slika izbor iz mita. Riti Pan je birao da prizna odsustvo slike umesto da ga falsifikuje..

Tu sintezu možemo izreći i kao jednu rečenicu, koja sažima ceo kurs. **Sva moć o kojoj smo govorili na ovom kusu, propaganda, spektakl, nadzor, algoritam, deepfake deluje tako što izbor čini nevidljivim: predstavlja konstruisano kao prirodno, montirano kao zatečeno, isprojektovano kao slobodno. Zadatak autora je tačno obrnut: učiniti izbor vidljivim.** Sve ostalo, sve tehnike, svi teoretičari, svih četrnaest nedelja, samo su razrada te jedne suprotnosti.

3. Srce teme: tri dela kursa kao tri pitanja

Ceo kurs bio je podeljen na tri dela. Svaki od njih, postavljao je autoru po jedno pitanje.

Deo I pitanje o slici: šta slika jeste? Od Maklauna i remedijacije, preko Benjaminove aure, Bernajsove propagande, Bartovog mita, do konstrukcije Drugog, prvih pet nedelja ukazivale su na jednu stvar: nijedna slika nije nevinna i realističan pogled kroz prozor u stvarni svet. Svaka je već uobličena medijem, istorijom, moći, pogledom. Prvo pitanje koje autorska strategija mora da reši jeste: da li znate šta vaša slika već nosi kao informaciju i pre nego što ste je snimili?

Deo II pitanje o sistemu: u čemu slika živi? Od Debora i spektakla, preko Bodrijarovog simulakruma, Malvinog pogleda, Manovičevog jezika novih medija, do kibernetike i ekonomije pažnje, srednji deo kursa pokazao vam je da slika nikada ne stoji sama. Ona ulazi u sistem koji je meri, unovčava i preoblikuje. Drugo pitanje glasi: razumete li mašineriju kroz koju vaše delo prolazi na putu do gledaoca?

Deo III — pitanje o odgovornosti: čime autor odgovara? Od algoritamske tiranije, preko dramaturgije straha, participativne kulture i proceduralne retorike, do deepfake-a i post-istine poslednjih pet nedelja vraćalo se uvek istom zaključku: u svetu nadzora, mema i sintetičke slike, jedino što autor ima a sistem nema jeste odgovornost. Treće pitanje, ono koje nosi vaš predispitni projekat, glasi: koju medijsku ikonu birate da kreirate i šta sa njome želite da postignete?

Tri dela, tri pitanja, jedan luk: znati šta slika nosi, razumeti sistem u koji ulazi, i odgovarati za svoj izbor. To troje zajedno jeste autorska strategija. Ne stil, ne potpisni kadar, ne tehnika, nego svesna, obrazložena pozicija autora prema slici, sistemu i sopstvenoj odgovornosti.

4. Proširenje: tvoj projekat kao odgovor

Ovaj čas je ujedno i čas na kom predstavljate svoj predispitni projekat, i sada vidite zašto je tako zamišljen. Projekat nije provera da li ste zapamtili teoretičare. On je provera da li umete da zauzmete poziciju. Kada budete branili svoj rad, ne pitaj se da li je „dobar“ ili „originalan“, zapitajte se sledeće tri stvari, jer su to tri pitanja kursa pretvorena u alat.

Prvo: koju sliku pravite i čega ste u njoj svesni, koji mit, koji pogled, čiju konstrukciju Drugog vaša slika ili nosi ili svesno dekonstruše? Drugo: u koji sistem to delo puštate, kroz koju platformu, koji algoritam, koju ekonomiju pažnje ono zahteva, i kako ste na to odgovorili formom? Treće: gde je vidljiva vasa lična odgovornost, šta ste gledaocu dozvolili, a šta uskratili, i da li gledalac u svakom trenutku zna šta gleda. Rad koji ume da odgovori na sva tri pitanja ima autorsku strategiju. Rad koji na njih ne ume da odgovori, može čak da daluje vešto, ali ostaje nemo.

Generativna veštačka inteligencija, koja se vraćala u svakom poglavlju kao senka, postavlja konačno pitanje: ako mašina može da proizvede sliku, montažu, glas, lik glemca ili glumice, čak i ceo film, čemu onda autor? Odgovor je sada, posle petnaest nedelja, jednostavan. Mašina može da proizvede sliku, ali ne može da bude odgovorna za nju. Ne može da stoji iza nje. Ne može da

objasni zašto je baš taj izbor, baš ta slika, baš sada bila nužna. Autorstvo nikada nije ni bilo u sposobnosti da se slika napravi, fotografije, kao i filmove i pravie aparati (fotoaparati, kamere, danas digitalne kamere). Autorstvo je postupak u kome neko svojim imenom kaže: ja sam izabrao ovako, i evo zašto. To je ono što nam je preostalo u odnosu na “mašinu”. A to je, ispostavlja se, sve što je ikada i bilo.

5. Ključni pojmovi

Post-digitalno doba

Stanje u kom je digitalno postalo toliko sveprisutno da prestaje da bude tema; pitanje više nije analogno/digitalno, nego šta autor radi unutar tog stanja.

Autorska strategija

Svesna, obrazložena pozicija autora prema tri stvari: prema slici (šta ona nosi), prema sistemu (u koji ulazi) i prema sopstvenoj odgovornosti.

Učiniti izbor vidljivim

Sinteza kursa: moć deluje tako što konstruisano predstavlja kao prirodno; zadatak autora je obrnut, pokazati da je slika izbor.

Odgovornost autora

Ono što autor ima a sistem (algoritam, mem, generativni model) nema: sposobnost da svojim imenom stane iza izbora i objasni ga.

6. Stop & razmisli

Pre nego što predstavite svoj predispitni projekat, postavite sebi završno pitanje ovog kursa, i odgovorite iskreno. Kada biste sada morali da u jednoj rečenici isakžete svoju autorsku strategiju, ne temu rada, ne tehniku, nego svoju poziciju prema slici, sistemu i odgovornosti, kako bi ta rečenica glasila? I ako vam je teško da je formulišete: da li to znači da projekat tek treba domisliti, ili da je vaša strategija toliko utkana u rad da joj reči nisu ni potrebne? Razlika između to dvoje je razlika između autora koji još traži i autora koji je našao.

7. Sažetak i zašto je ovo važno

Sažetak

U post-digitalnom dobu autorstvo nije puko stvaranje medijskog sadržaja (audio-vizuelnog dela), već odgovoran izbor i potpis ispod tog izbora (Manović).

Sinteza kursa u jednoj rečenici: moć čini izbor nevidljivim, predstavljajući konstruisano kao prirodno; zadatak autora je da izbor učini vidljivim.

Tri dela kursa su tri pitanja: šta slika nosi (Deo I), u koji sistem ulazi (Deo II), čime autor odgovara (Deo III).

Zašto je ovo važno

Ovde se kurs završava, ali se vaš kreativni rad tek počinje i zato je ovo poslednje poglavlje posmatrajte kao kratko uputstvo. Petnaest nedelja smo dekonstruisali medijsku sliku da biste vi, koji ćete tu sliku praviti, znao tačno sa čim imate posla. Nismo to radili da bismo bili cinični prema svetu i pravilima koji novi kulturni poredak neminovno nosi. Cinizam je najlakši i najjaloviji odgovor na poziciju u kojoj smo i do saznanja do kojih smo došli. Ideja je da upoznavajući se sa ovim teretičarima i njihovim uvidima, obogatite sopstveni autorski prostor, i dobijete konkretna oruđa, kako biste postali precizni. Jer autor koji ne razume aparat, sistem i moć pravi delo nasumice; autor koji ih razume pravi ga sa namerom. A namera, obrazložena i potpisana, jeste sve što razlikuje vaš rad od beskrajnog toka slika koje proizvode mašine, algoritmi i bezimeni prenosioči. U dobu u kom slika može sve osim da odgovara za sebe, vi si ono što je medijskoj slici ostalo. I zapamtite jedinu rečenicu zbog koje mi je ceo ovaj kurs zanimljiv: u svetu koji ume da kreira svaku sliku, jedino što joj daje na vrednosti je vaš odgovor, zašto ste napravili baš ovu.

Preporučena literatura (Osnova kursa)

Napomena za studente: Ovi tekstovi su suština predmeta. Radi se uglavnom o esejima i kratkim formama koje se moraju pročitati za razumevanje mehanizama medijske moći.

- **Valter Benjamin**, *Umetničko delo u veku svoje tehničke reproduktivnosti* (1935) Kratak, ali apsolutno neophodan esej za razumevanje koncepta aure i kopije.
- **Rolan Bart**, *Mitologije* (1957) Posebna preporuka esej „Mit danas“ kako bi se savladala vizuelna retorika i proces naturalizacije slike.
- **Lora Malvi**, esej *Vizuelno zadovoljstvo i narativni film* (1975) Kanonski tekst koji menja percepciju toga kako i zašto kadiramo ljudsko telo.
- **Dona Haravej**, esej *Manifest za kiborge* (1985) Kanonski tekst za razumevanje digitalnog i rastegljivog identiteta.
- **Marija Todorova**, *Imaginarni Balkan* (1997) Značajna knjiga za razumevanje lokalnog konteksta, balkanizma i opasnosti od samoegzotizacije.
- **Gi Debor**, *Društvo spektakla* (1967) Format pisan u kratkim tezama omogućava lako čitanje i brzo usvajanje koncepta života svedenog na puku predstavu.
- **Lev Manovič**, *Jezik novih medija* (2001) — Posebna preporuka za čitanje Uvoda i dela koji definiše pet principa novih medija (baza podataka naspram narativa).

Šira literatura (Za istraživanje i predispitne/završne projekte)

Napomena za studente: Knjige i studije koje služe za dublje razumevanje specifičnih fenomena (algoritamska tiranija, nadzor, post-istina) i preporučuju se kao osnova za vaše samostalne projekte.

- **Džej Dejvid Bolter i Ričard Grusin**, *Remedijacija: razumevanje novih medija* (1999) Idealno za projekte koji istražuju kako novi mediji (poput VR-a ili veštačke inteligencije) oponašaju i oslanjaju se na stare forme.
- **Maršal Makluan**, *Poznavanje medija: čovekovi proizvođači* (1964) Osnova za radove koji se bave samom prirodom tehnologije i načinom na koji medijski oblik, pre nego sadržaj, utiče na percepciju.
- **Edvard Bernajs**, *Propaganda* (1928) Nezaobilazno štivo za analizu skrivenog marketinga i suptilne proizvodnje društvenog pristanka.
- **Edvard Herman i Noam Čomski**, *Manufacturing Consent* (1988) Ključno za projekte o medijskoj filtraciji informacija, zavisnosti od oglašivača i strukturnoj kontroli vesti.
- **Edvard Said**, *Orijentalizam* (1978) Teorijski temelj za radove koji dekonstruišu stereotipe, kolonijalni pogled i medijsko kreiranje „Drugog“.
- **Žan Bodrijar**, *Simulakrumi i simulacija* (1981) Preporučuje se za analizu hiperrealnosti, deepfake tehnologije i sveta u kom kopija potpuno zamenjuje original.
- **Mišel Fuko**, *Nadzirati i kažnjavati* (1975) Osnova za razumevanje panoptikona, auto-cenzure (chilling effect) i mehanizama moći koji upravljaju društvom.
- **Šošana Zubof**, *Doba nadzornog kapitalizma* (2019) Centralna knjiga za projekte o algoritamskom praćenju, filter mehurima i monetizaciji ljudskog iskustva.

- **Henri Dženkins**, *Kultura konvergencije* (2006) Pravo usmerenje za istraživanje participativne kulture, taktičkih medija i promene uloge publike u aktivne učesnike i kreatore memova.
- **Ijan Bogost**, *Persuasive Games* (2007) Obavezno za radove iz oblasti imersivnih iskustava (XR), interaktivnog dizajna i ubeđivanja kroz dizajnirana pravila.
- **Norbert Viner**, *Ljudska upotreba ljudskih bića* (1950) Korisno za teme koje povezuju kibernetiku i povratne sprege sa savremenim digitalnim algoritmima.
- **Čarli Gir**, *Digitalna kultura* Odličan pregled za šire sagledavanje istorijskog i društvenog konteksta digitalizacije.
- **Džonatan Beler**, *Kinematografski način proizvodnje* (2006) Za naprednije analize ekonomije pažnje i teze da je konzumiranje medijskog sadržaja postalo oblik neplaćenog rada.
- **Džordž Gerbner**, *Kulturni indikatori* (od 1968) Referenca za radove koji istražuju dugoročni uticaj televizije i interneta na širenje društvenog straha i radikalizacije.
- **Bobi Česni i Danijel Sintron**, „Deep Fakes“ (2018) Teorijsko polazište za istraživanje fenomena „dividende lažova“ i opšte krize poverenja u audio-vizuelne dokaze.

Spisak filmova pomenutih u skriptama (vizuelna lektira i primeri)

- **Čovek s filmskom kamerom** (Dziga Vertov, 1929) Rani primer hipermedijalnosti i organizacije filma kao baze podataka gradskog života, organizovan montažom kao paradigmom izbora pre postojanja računara.
- **Veštica iz Blera** (Mirik Danijel i Eduardo Sančez, 1999) Odličan primer logike neposrednosti, gde se igrani film služi drhtavom kamerom i amaterskom estetikom kao strategijom ubeđivanja i remedijacije dokumenta.
- **Searching** (Aneesh Chaganty, 2018) Primer „interfejs-filma“ u potpunosti posvećenog hipermedijalnosti, gde se narativ odvija isključivo unutar pretraživača, video-poziva i prozora aplikacija.
- **Transformers: The Premake** (Kevin B. Lee, 2014) Dokumentarna primena interfejs-estetike, koja dokazuje da danas stvarnost doživljavamo pretežno kroz naslagane medijske okvire na desktopu.
- **F for Fake** (Orson Vels, 1973) Esejistički pristup u proučavanju aure i kopije, koji postavlja pitanje šta zaista poseduje original ako stručnjaci ne mogu da ga razlikuju od falsifikata.
- **Dawson City: Frozen Time** (Bil Morison, 2016) Prikaz kako materijalnost i oštećenost stare propale filmske trake vraćaju mediju onu vrstu jedinstvene aure za koju se mislilo da ju je izgubio umnožavanjem.
- **Trijumf volje** (Leni Rifenštal, 1935) Najopasniji primer estetizacije politike; film traži pristanak masa od čula, kroz lepotu i monumentalnost, a ne argumentima.
- **The Century of the Self** (Adam Kertis, 2002) Dokumentarna studija o Edvardu Bernajsu i suptilnoj propagandi koja objašnjava pretvaranje građanina u iracionalnog potrošača oblikovanjem želja.
- **Manufacturing Consent** (Mark Ahbar i Piter Vintonik, 1992) Analiza vizuelne retorike u praksi; film ironičnom montažom vizuelno demantuje zvanične izjave i pojašnjava pet filtera kroz koje mediji propuštaju stvarnost.

- **Reel Injun** (Nil Dajmond, 2009) Savršena demonstracija mehanizma „Drugog“ i preuzimanja pogleda; kamera se nalazi u rukama onih (Indijanaca) koji su vekovima bili samo objekti zapadnog holivudskog posmatranja.
- **Cameraperson** (Kirsten Džonson, 2016) Pretvaranje hipermedijalnosti u etički postupak; autorka namerno u kadru ostavlja svoj eho i greške kako bi podsetila da pogled iz kamere nikada nije objektivan i neutralan.
- **The Act of Killing** (Džoša Openhajmer, 2012) Radikalna ilustracija društva spektakla gde zločinci svedoče o svom genocidu tako što ga iznova glume, jer sopstveni život proživljavaju posredstvom holivudskih slika.
- **HyperNormalisation** (Adam Kertis, 2016) Filmska analiza hiperrealnosti u kojoj se moćnici oslanjaju na kreiranje pojednostavljene verzije sveta kojom lakše upravljaju, umesto da se bave kompleksnom stvarnošću.
- **Brainwashed: Sex-Camera-Power** (Nina Menkes, 2022) Kroz inserte iz filmova (*Metropolis*, *Vertigo*) autorka zanatski secira „muški pogled“ u kinematografskom aparatu pokazujući kako kamera fragmentiše i objektivizuje telo.
- **Tarnation** (Džonatan Kauet, 2003) Čista ilustracija filma koji funkcioniše po principu „baze podataka“, gde se privatni narativ sklapa montiranjem haotične kolekcije različitih medija (VHS, fotografije, poruke sa sekretarice).
- **Koyaanisqatsi** (Godfri Ređo, 1982) Kinematografski primer kibernetike koji nam bez ijedne reči ukazuje na „život van ravnoteže“, izjednačavajući ritam ljudskog tela sa ritmom mašina i protokom podataka.
- **Idiocracy** (Majk Džadž, 2006) Ekstremna satira ekonomije pažnje i posledica medijskog sistema koji isključivo nagrađuje zadržavanje oka, sistematski kažnjavajući složenost i misao.
- **Citizenfour** (Lora Poitras, 2014) Dokumentovanje nadzornog kapitalizma iz prve ruke i dokaz da kamera u rukama autora može parirati državnom panoptikonu i otkriti ga svetu.
- **The Social Dilemma** (Džef Orlovski, 2020) Insajderska svedočanstva o dizajniranju mehanizama za manipulaciju i predviđanje ponašanja u korist platformskog kapitalizma.
- **Bowling for Columbine** (Majkl Mur, 2002) Dijagnoza američke medijske „kulture straha“, ali i lekcija za buduće autore jer film pokazuje kako reditelj svesno bira istu manipulativnu dramaturgiju i emotivne kuke da bi ubedio gledaoca.
- **Collective** (Aleksander Nanau, 2019) Autorski „protivotrov“ dramaturgiji straha; napet dokumentarac oslonjen isključivo na hladne činjenice, koji uznemiruje realnom istinom, a ne tehnikom i montažom.
- **Exit Through the Gift Shop** (Banksi, 2010) Studija ulične umetnosti kao taktičkog medija u trenutku kada pobunu i subverzivnost usvoji sistem pretvarajući je u običnu komodifikovanu i skupu robu.
- **Feels Good Man** (Artur Džouns, 2020) Najjasniji primer izneveravanja autora unutar participativne kulture kroz fenomen mem-rata, gde se slika (crtež žabe Pepea) otima kontroli i prisvaja kao politički ekstremizam.
- **All Light, Everywhere** (Teo Entoni, 2021) Esejistički film koji analizira proceduralnu retoriku same tehnologije (kamera na telima policajaca) uz jasno demonstriranje slepih tačaka i selekcije vidljivog ponašanja.
- **Welcome to Chechnya** (Dejvid Frans, 2020) Etička, pozitivna primena *deepfake* tehnologije, gde se sintetičko lice koristi kao zaštita ugroženih svedoka, a manipulacija se ne krije od gledalaca u dobu post-istine.

- **Stories We Tell** (Sara Poli, 2012) Istraživanje ličnog arhiva uz poigravanje režiranim elementima kućnog filma, zahtevajući od gledaoca da sliku čita kao autorsku tvrdnju i konstrukciju pamćenja.
- **Slika koja nedostaje** (Riti Pan, 2013) Radikalan autorski odgovor na nedostatak istorijskog svedočanstva genocida; autor odbija da snimi obmanu, već glinenim figurama doslovno priznaje trajno odsustvo slike i istine u dokumentu.

Preporuka za gledanje i analizu: igrani filmovi i dramatizacija medijske moći

- **Mreža (Network, Sidney Lumet, 1976)** Apsolutni kanon za lekcije o ekonomiji pažnje i društvu spektakla, gde televizija guta samu stvarnost i proizvodi „sindrom zlog sveta“ isključivo zarad rejtinga i profita.
- **Predsedničke laži (Wag the Dog, Barry Levinson, 1997)** Prikaz proizvodnje pristanka, suptilnu propagandu i kreiranje hiperrealnog rata u studiju kako bi se maskirao stvarni politički skandal.
- **Trumanov šou (The Truman Show, Peter Weir, 1998)** Ilustracija digitalnog panoptikona, nadzornog kapitalizma i Bodrijarovog simulakruma, gde je junakov čitav život posredovan slikama i tuđim pogledom.
- **Matriks (The Matrix, Lana & Lilly Wachowski, 1999)** Bukvalna ekranizacija Bodrijarove teze (njegova knjiga se čak fizički pojavljuje u filmu) i vizuelna osnova za razumevanje simulakruma i logike interfejsa.
- **Noćne hronike (Nightcrawler, Dan Gilroy, 2014)** Primer dramaturgije straha, radikalizacije sadržaja i algoritamske gladi za slikama nasilja, pokazujući mehanizme na kojima počiva današnje izveštavanje.
- **Eks Mašina (Ex Machina, Alex Garland, 2014)** Prikaz kiborškog identiteta, granicama programabilnog tela i kontroli pod okriljem velikih tehnoloških sistema.
- **Portret dame u vatri (Portrait de la jeune fille en feu, Céline Sciamma, 2019)** Izvanredna feministička dekonstrukcija u praksi, koja direktno subvertira tradicionalni „muški pogled“ kamere i daje novi odgovor na pitanje kako telo u kadru može biti subjekt, a ne samo posmatrani objekat.
- **Ona (Her, Spike Jonze, 2013)** Emotivna studija post-digitalnog doba koja istražuje generativne entitete, algoritamsko modelovanje želja i svet u kom simulacija postaje intimnija od stvarnosti.
- **Kongres (The Congress, Ari Folman, 2013)** Bavi se potpunom komodifikacijom i otuđenjem ženskog glumačkog tela. Vizuelno impresivna studija o digitalizaciji identiteta i vlasništvu nad sopstvenim likom u eri virtualnog konzumerizma.
- **Život drugih (Das Leben der Anderen, Florian Henckel von Donnersmarck, 2006)** Ultimativna studija državnog nadzornog aparata i panoptikonskog društva. Istražuje narušavanje intimnog prostora i poziciju posmatrača koji od agenta sistema postaje voajer, a zatim i empatični saučesnik.
- **1984 (Nineteen Eighty-Four, Michael Radford, 1984)** Esencijalno delo za analizu jezičkog inženjeringa (novogovor), istorijskog revizionizma i totalitarne kontrole

posredstvom ekrana („Veliki brat te posmatra“). Bavi se brisanjem individualnog sećanja u korist državnog narativa.

- **Paklena pomorandža (A Clockwork Orange, Stanley Kubrick, 1971)** Provokativna analiza sistemskog bihejvioralnog uslovljavanja (Ludoviko tehnika) i etike medijske manipulacije u svrhu preoblikovanja ljudske prirode i ukidanja slobodne volje.
- **Brazil (Brazil, Terry Gilliam, 1985)** Vizuelno raskošna distopija koja kritikuje orvelovsku birokratiju, apsurd tehno-fašizma i bekstvo u eskapističke fantazije usled brutalnosti državnog aparata.
- **Farenhajt 451 (Fahrenheit 451, François Truffaut, 1966)** Klasična studija o anti-intelektualnom društvu gde država koristi interaktivne televizijske ekrane i spaljivanje knjiga kako bi pacifikovala mase i ukinula kritičko mišljenje.
- **Očnjak (Kynodontas, Yorgos Lanthimos, 2009)** Briljantna mikrokosmička analiza kontrole stvarnosti i jezičke manipulacije, gde roditelji kreiraju potpuno izolovan i simuliran svet za decu, demonstrirajući kako medijski monopol nad informacijama oblikuje percepciju istine.