



UNIVERZITET UMETNOSTI U BEOGRADU

FAKULTET DRAMSKIH UMETNOSTI

Doktorske umetničke studije u dramskim i audio-vizuelnim umetnostima

Doktorski umetnički projekat

@24h_tradicije

kolažni video kao proizvod tehnologije društvenih mreža

Autor:

Miroslav Đurđević

Mentor:

mr Radenko Ranković, redovni profesor

Beograd, februar 2023. godine

Apstrakt

Cilj ovog umetničkog istraživačkog rada je da se uz pomoć tehnologija društvenih mreža, korišćenih na mobilnim telefonima učesnika, predstavi produkcionni metod kreiranja kolažnih video sadržaja dokumentarnog karaktera. Rad teži da svadbenu tradiciju jednog naroda, dugu preko sto četrdeset godina, stavi u koliziju sa savremenim, digitalnim, dokumentarnim načinom beleženja sadržaja i njegovim plasiranjem na društvene mreže učesnika.

Pregled tehnoloških sredstava, načina beleženja narodnih svadbenih običaja i rituala, kao i umetničkih eksperimentalnih radova u kategoriji filma nastalih pomoću savremenih tehnologija, takođe su deo ovog istraživanja. Teorijski okvir rada će biti baziran na definisanju narodnih, svadbenih običaja kod Srba kao i na analizi savremene tehnologije i produkcionih metoda stvaranja i plasiranja stvorenog sadržaja.

Krajnji cilj ovog istraživanja jeste prepoznavanje produkcionog modela klasifikacije materijala stvorenog na društvenim mrežama, pomoću mobilnih telefona, a na osnovu njega i kreiranje kolažnog videa dokumentarnog karaktera.

Ključne reči: produkcionni model, savremene tehnologije, društvene mreže, eksperimentalni film, dokumentarni film, kratki film, ritual, tradicija, običaj.

Abstract

The aim of this artistic research work is to present the production method of creating collage video content, documentary character, with the help of social network technologies, used on the mobile phones of the participants. This paper seeks to collide the wedding tradition, over one hundred and forty years long, with a modern, digital, documentary way of recording content and placing it on the social networks of participants.

An overview of technological means, ways of recording folk wedding customs and rituals, as well as artistic experimental works in the category of films created with the help of modern technologies, are part of this research. The theoretical framework of the work will be based on the definition of folk, wedding customs among Serbs, as well as on the analysis of

modern technology and production methods of creating and placing the created content.

The ultimate goal of this research is to recognize the production model of material classification created on social networks, using mobile phones, and based on it, to create a collage video, a documentary character.

Keywords: *production model, modern technologies, social networks, experimental film, short film, ritual, tradition, custom.*

SADRŽAJ

1. UVOD	7
1.1. PREDMET UMETNIČKOG ISTRAŽIVANJA	12
1.2. OČEKIVANI REZULTAT ISTRAŽIVANJA I DOPRINOS	13
2. POETIČKI I TEORETSKI OKVIR	15
2.1. ISTORIJSKI PREGLED RAZVOJA BELEŽENJA POKRETNIH SLIKA	15
2.2. SADRŽAJ – FORMA	19
2.3. GENEALOGIJA EKRANA	22
2.4. SOFTVER	23
2.5. UMETNOST KOLAŽA	27
2.6. MOGUĆNOST IZBORA	29
2.7. BELEŽENJE ILI PRENOŠENJE STVARNOSTI	30
2.8. DRUŠTVNE MREŽE	36
3. POSREDOVANA SEĆANJA	42
3.1. MEDIJI I SEĆANJE	45
3.2. UTICAJ TEHNOLOGIJE NA SEĆANJE	47
3.3. FORMAT DNEVNIKA I NJEGOVA GENEZA	49
3.4. KUĆNI – PORODIČNI VIDEO SNIMCI	55
4. ESTETIKA AVANGARDNOG I EKSPERIMENTALNOG FILMA	63
4.1. AVANGARDNI FILM I NJEGOVE PODVRSTE	69
4.2. POSTFILM ILI AUTOMATIZOVANE SLIKE	73
5. ETNOGRAFSKI FILM	79
5.1. TUMAČENJE SVADBENIH OBIČAJA U FUNKCIJI KOLAŽNOG VIDEO RADA	81
5.2. MLADA KAO JUNAK	87
6. ESTETIKA I POETIKA KOLAŽNOG VIDEO RADA (OD IDEJE DO REALIZACIJE)	92
6.1. DOGAĐAJ I NJEGOVI SVEDOCI	92
6.2. MONTAŽA VIDEO RADA	98

6.3. POSTPRODUKCIJA VIDEO RADA	99
ZAKLJUČAK.....	106
LITERATURA.....	108
PISANI IZVORI NA SRPSKOM JEZIKU:.....	108
PISANI IZVORI NA ENGLISKOM JEZIKU:	109
WEBOGRAFIJA.....	110
BIOGRAFIJA AUTORA	113

1. Uvod

Razvojem moderne tehnologije i njenom dostupnošću danas svaki vlasnik pametnog mobilnog telefona (smartphone) sa kamerom može da zabeleži različite audio-vizuelne sadržaje. Kreiranjem audio-vizuelnih sadržaja vlasnik mobilnog telefona postaje istovremeno i njihov autor, producent, distributer i arhivator. Dakle, on sam donosi odluku o selekciji i plasmanu tog sadržaja, najčešće na dostupne društvene mreže ili se pak odlučuje da određeni sadržaj ne podeli ni sa kim već da ga sačuva u svom mobilnom telefonu. Polazeći od ove ideje, odlučio sam se da na primeru jednog događaja, koji sadrži etnografske elemente, ispitam mogućnosti stvaranja digitalnog dokumenta prošlosti i da kroz njega sagledam i definišem novi audio-vizuelni format koji ću nazivati *kolažni video*. On će se zasnivati na vizuelnim svedočenjima aktera događaja – svedočanstvima koja su nastala korišćenjem tehnologija mobilnih telefona i društvenih mreža, a na temu tradicionalnih srpskih svadbenih običaja koji se danas održavaju u tehnološki modernoj Srbiji.

Lev Manovič (Лев Захарович Манóвич) svoju knjigu *Jezik novih medija*¹ počinje analizom filma „Čovek sa filmskom kamerom²” predočavajući čitaocima da je sto godina nakon rođenja filma, računar taj koji povezuje svojim intefejksom korisnike kojima omogućava ispunjavanje različitih zadataka. Danas sa sigurnošću možemo da kažemo da se razvojem tehnologije razvila i njena kompaktnost, koja nam je omogućila da preko pametnog mobilnog telefona obavljamo većinu digitalnih zadataka. Dostupnost digitalnih podataka na mobilnim telefonima postala je klasifikovanija razvojem aplikacija koje, svaka u svom domenu, omogućavaju lakši pristup sadržaju koji nam je potreban. U ovom radu biće analizirana mogućnost stvaranja audio-vizuelnog sadržaja putem aplikacije mobilnog telefona Instagram (Instagram), koja nije primarno namenjena za tu svrhu, ali na kojoj korisnici u velikoj meri razmenjuju takve sadržaje.

Sve češće se dešava da su nam telefoni i prostori za digitalno skladištenje podataka, populano nazvani „oblaci” (Cloud) prepuni raznih snimljenih sadržaja koji nemaju svoju konkretnu svrhu, ali koje ne želimo da izbrisemo, jer su deo individualne istorije i svedoče o određenom trenutku i događaju.

¹ Lev Manovič, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd: Clio, str. 16

² Džiga Vertov (Дзига Вертов), 1929. „Čovek sa filmskom kamerom” (Человек с киноаппаратом)

Ukoliko se radi o snimljenom sadržaju koji se kao deo svedočenja istorije plasira na društvene mreže putem interneta, onda najčešće govorimo o aplikacijama kao što su Instagram, Fejsbuk (Facebook), Tik Tok (TikTok), Snepčet (Snapchat), koje se u osnovi baziraju na deljenju audio-vizuelnih sadržaja korisnika sa svojim pratiocima/prijateljima (Followers/Friends) ili ostalim korisnicima aplikacije.

Ukoliko govorimo o publici na društvenim mrežama treba spomenuti da se radi o izabranoj publici. Dakle, vlasnik profila na društvenim mrežama sam bira svoje prijatelje/pratioce sa kojima će deliti svoje sadržaje, ali i pored toga on ima mogućnost da određene sadržaje zabrani za prikazivanje izabranoj grupi prijatelja/pratioca. Može se reći da su društvene mreže, stvaranjem a onda i plasiranjem raznolikih sadržaja koji se na njih postavljaju, danas postale lični arhivski prostor odabranih stvari – dokumenata prošlosti, korisnika društvenih mreža.

Popularna društvena mreža Instagram ima zanimljiv koncept plasiranja sadržaja, a odnosi se na dve mogućnosti:

- Prva mogućnost je Instagram post (Instagram post) koji omogućava gotovo trajno deljenje sadržaja sa svojim pratiocima – sve dok vlasnik profila ne odluči da sadržaj obriše.
- Druga, za ovaj rad zanimljivija mogućnost, odnosi se na plasiranje sadržaja čije je trajanje ograničeno na period od 24 časa i naziva se Instagram stori (Instagram story)³.

Opcija korišćenja Instagram storija je vrlo aktuelna na toj društvenoj mreži i zauzima važno mesto u životu njenih korisnika, budući da predstavlja brzu, kratkotrajnu i lako dostupnu informaciju. Pored Instagrama, opciju „stori“ su za svoje korisnike omogućile i prve dve, svetski najpopularnije mobilne aplikacije: Fejsbuk i Votsap (WhatsApp)⁴. Ukoliko govorimo o publici na društvenim mrežama treba spomenuti da se radi o izabranoj publici.

Danas svako može da zabeleži svoju verziju istorije, da se fokusira na detalje koji zanimaju samo njega, i da to svedočanstvo bude zabeleženo i slikom i zvukom autentično kako se i desilo. Kako se način beleženja istorije i kulture, koja se prenosi na buduće generacije, vremenom menjao, omogućavao je kreativnost i eksperimentalnost unutar zadate forme. Rejmond Vilijams (Raymond Williams), definišući dokumentarnu kulturu, navodi da je ona „skup dela uma i mašte koja podrobno i na različite načine beleže i pamte ljudske misli i

³ Instagram Stori je funkcija u Instagram aplikaciji gde korisnici mogu snimati i objavljivati povezane slike i video sadržaje u obliku prezentacije. Storiji se mogu modifikovati sa tipičnim karakteristikama popularne aplikacije za društvene medije.

<https://whatis.techtarget.com/definition/Instagram-stories> pristupljeno 16.06.2020. godine.

⁴ <https://blog.sagipl.com/most-used-apps/> pristupljeno 16.06.2020. godine

iskustvo”⁵. Smatram da danas živimo u vremenu kome je razvoj moderne tehnologije omogućio da slikom i zvukom na pristupačan način beležimo trenutke koji će za nas postati dokument istorije, a da toga često nismo ni svesni, pa se često na neadekvatan način i ophodimo prema sadržajima koje smo stvorili.

Efemernost društvenih mreža i javnog prostora navela me je da razmišljam o načinu na koji beležimo, selektujemo i arhiviramo istoriju, a naročito događaje koje vezujemo za tradiciju i kulturu naroda dugu po nekoliko hiljada godina. Kako Vinsent F. Hendriks (Vincent F. Hendricks) i Pele G. Hansen (Pelle G. Hansen) u svojoj knjizi *Bura informacija, zašto lajkujemo*, navode „javni prostor treba razumeti kao posebnu informacionu strukturu, a ne kao fizički kriterijum pristupa“⁶, tako da su u ovom radu sučeljene dve strane:

- 1) lakoća beleženja sadržaja i njihova efemernost,
- 2) tradicija, istorija i kultura naroda, njihovo trajanje i održivost u današnjem, tehnološki modernom vremenu.

Narodnu tradiciju nameravam da involviram u rad zadržavajući se na jednom određenom događaju, sklapanja braka između dvoje mladih ljudi u Srbiji. Sam čin venčanja nosi tradiciju dugu preko nekoliko stotina godina, a najranija istraživanja ovakvih obrednih događaja u Srbiji, sežu do perioda oslobođenja od Turaka 1878. godine.

U istorijskom smislu, etnologija savremenom svadbom smatra ritual sklapanja braka u razdoblju od 1990. godine do danas.

Analizirajući razvoj svadbe kao etnološke kategorije, teoretičari su saglasni da je ona kao „ritual složen i zamršen lavirint znakova, bogato nijansirana slika društvene stvarnosti. On zadire u temeljne probleme kulture koja ga stvara, pa se preko njegovog polja mnoštvo heuristički vrednih puteva može probiti.”⁷ Na osnovu ovakve teorijske postavke, nameravam da svadbeni čin sa zakonitostima koje on sobom nosi, tretiram kao etnološki ritual i da u njemu učitam određene dramske elemente na osnovu kojih bih gradio narativ video forme. Analizirajući teorije performansa Maja D. Ristić navodi da „autori koji istražuju performativ u umetničkoj izvedbi naglašavaju da se na sceni u nemetaforičnom smislu suočavaju dve stvarnosti: umetnička

⁵ <https://www.fabrikaknjiga.co.rs/rec/64/235.pdf> pristupljeno 21.01.2022. godine.

⁶ Vinsent Hendriks, Pele Hansen, 2017. *Bura informacija, zašto lajkujemo*, Beograd, Centar za promociju nauke, str. 50

⁷ Sanja Zlatanović, 2003. *Svadba – priča o identitetu*, Beograd, SANU, str. 10

stvarnost (simbolički poredak scenske situacije) i stvarnost konteksta izvođenja (prostor–vreme izvođenja/publika, društveni kontekst)⁸.

Polazeći od ovakvog sagledavanja odnosa stvarnosti, namera mi je da u ovom eksperimentalnom videu dramatižujem društveni život, uzrokovan „scenskom” situacijom svadbenog događaja i kontekstom izvođenja zasnovanim na svedocima koji bi svojim svedočanstvima kreiranim mobilnim telefonima formulisali društveni i kulturološki kontekst narativa. U knjizi *Uvod u studije performansa*, Ana Vujanović i Aleksandra Jovičević navode da se „bilo koje izvođenje koje se sastoji od fokusiranih, jasno označenih i društveno ograničenih oblika ponašanja koja su posebno napravljena/pripremljena za pokazivanje, može nazvati kulturalnim performansom [...]. Kulturalno izvođenje se sastoji od velikog spektra 'obnovljenog', 'uvežbanog' ili artificijelnog ponašanja koje se odvija pred nekim drugim, pred jednom osobom ili skupinom ljudi.”⁹

Analizirajući formulaciju „kulturalnog performansa”, cilj mi je da zabeleženim svedočanstvima sa svadbenog događaja stvorim kolažni video koji bi, u situaciji ovog društvenog rituala, sadržao radnje i ponašanja ljudi, na osnovu čega bih aktere u njemu tretirao kao likove u dramskim situacijama, oslanjajući se na istraživanje Sanje Zlatanović. Ona u knjizi *Svadba – priča o identitetu*, tumačeći Arnolda Van Genepa (Arnold van Gennep), kaže da je „osnovna teorijska podloga za razumevanje svadbe koncept obreda prelaza. Prema svim svojim karakteristikama svadba predstavlja prelaz, most preko socijalne provalije koja nastaje odlukom da član zajednice stupi u bračnu vezu [...]. Usled pregrupisanja (jedna strana gubi člana, a druga ga dobija) narušava se ravnoteža u postojećem poretku. Mlada najradikalnije menja svoju socijalnu poziciju, pa su atributi svadbe kao obreda prelaza koncentrisani oko nje, ali lančano zahvataju i ostale učesnike rituala u zavisnosti od njihovog položaja u strukturi zajednice.”¹⁰

Uzore u stvaranju kolažne video forme zasnovane na video sadržajima koji su zabeležili svedoci svadbenog događaja, nameravam da istražim u filmskim pravcima kao što su Sinema Verite (Cinéma vérité) i Direkt Sinema (Direct Cinema). Naročito će mi biti važan pristup koji su autori ova dva filmska pravca imali u stvaranju svojih filmova. Njihov dokumentaristički odnos prema snimanju, kadriranju, „oslobođenoj kameri”, švenkovima, montaži, a onda i odnos prema

⁸ Maja Ristić, 2018. *Performans kao drugost, Filozofija medija: mediji i alternativa*, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti, pos. izd, knj. 22, str. 218

⁹ Ana Vujanović i Aleksandra Jovičević, 2007. *Uvod u studije performansa*, Beograd, Fabrika knjiga, str: 8, 29-30.

¹⁰ Sanja Zlatanović, 2003. *Svadba – priča o identitetu*, Beograd, SANU, str. 14

akteru, sceni i na kraju istini, nameravam da iskoristim u stvaranju ove video forme, pozivajući se na lakoću i dostupnost beleženja video materijala, koju kamerama na svojim mobilnim telefonima poseduju svedoci događaja. Naročito bih se pozvao na stvaranje uslovljenosti posmatrača i događaja, koja se odnosi na angažovanje kamere provocirane od strane situacije, emotivnog odnosa posmatrača prema situaciji i stvarnosti koju situacija sobom nosi, a koja se dešava ispred kamere posmatrača.

Koristeći se mogućnošću ponovnog objavljivanja Instagram storija svedoka – ripostovanjem¹¹ (Repost) na toj društvenoj mreži, nastojaću da postignem vizuelno jedinstvo i da usklađivanjem više različitih snimljenih i objavljenih sadržaja uspostavim celovitu video formu prebacujući montažni postupak sa profesionalnih kompjuterskih programa na društvenu mrežu Instagram. Slaganjem redosleda, to jest ripostovanjem storija svedoka događaja, trudiću se da ispoštujem scenarističku osnovu i da stvorim dramaturški zaokruženu celinu video rada.

Pored ovoga, cilj mi je i da postignem spajanje više subjektivnih pogleda na stvarnost koji će rezultirati jednim specifičnim pogledom na dati događaj, a činiče vizuru iz koje je stvorena ova kolažna video forma.

Umetnički eksperiment koji nameravam da sprovedem treba da istraži i inicira novi pristup kreativnoj produkciji video sadržaja i da učini da se otvori prostor za stvaranje globalnog muzeja kulture sećanja sadašnje civilizacije ljudi koji se većim delom bazira na digitalnom sadržaju stvorenom i konzumiranom na mobilnom telefonu.

Posebnu pažnju u radu nameravam da posvetim selektovanom, snimljenom i objavljenom sadržaju sa akcentom na stvaranje jedinstvene i celovite, kolažne video forme, koja će se bazirati na sadržaju koji je snimljen mobilnim telefonom, prikupljen uz pomoć mobilne aplikacije, čija je slika montirana postupkom stori-ripostovanja u Instagram aplikaciji i koja će u kombinaciji sa montiranim zvučnom atmosferom, na kraju procesa, biti premijerno prikazana na mobilnim telefonima publike.

¹¹ Većina objava na Instagramu napravljenih od drugih naloga mogu se deliti kao Instagram stori koji će vaši pratioci videti. Ovo je jedini zvanični način da se objavi stori koji su postavili drugi ljudi na Instagramu i koji je popularan zbog svoje jednostavnosti i načina na koji se povezuje sa originalnim kreatorom. <https://www.lifewire.com/how-to-repost-instagram-story-4691376> pristupljeno 16.06.2020. godine.

1.1. Predmet umetničkog istraživanja

Predmet umetničkog istraživanja, koji će u formatu kolažnog videa pod naslovom „@24h_tradicije” biti predložen Komisiji, imaće nekoliko segmenata:

- Osnovni segment će biti beleženje tradicionalnih srpskih običaja koji se održavaju tokom svadbenog veselja mladih u današnjoj Srbiji.
- Drugi segment umetničkog istraživanja biće stvaranje kolažnog videa, koji će u slici nastati kao proizvod korišćenja tehnologije mobilnog telefona i društvenih mreža, a u zvuku kombinacijom profesionalno snimljene zvučne atmosfere događaja i zvuka kao sastavnog dela video svedočanstava svedoka događaja.
- Treći segment odnosi se na stvaranje novog produkcionog modela kratke video forme, koja će se u većini svojih faza bazirati na tehnologijama mobilnih telefona i društvenih mreža.

Za potrebe stvaranja kolažnog video rada koji je nastao korišćenjem društvene mreže Instagram, izabran je jedan svadbeni događaj u čiju organizaciju sam mogu da budem upućen. Nakon toga, u saradnji sa dramaturzima Lorom Džolić i Vidom Davidović, napisan je scenosled video rada, na osnovu analize većine današnjih svadbenih običaja mladih u Srbiji.

Napravljena je Instagram stranica pod nazivom „@24h_tradicije” koja je kasnije iskorišćena kao platforma za prikupljanje, montažu i plasman audio-vizuelnog sadržaja, koji je nastajao na pomenutom događaju. Tokom i nakon završenog svadbenog događaja u roku od 24 sata, u saradnji sa montažerkom Krunom Kablar, montažno, dramaturški je sklopljen prikupljeni audio-vizuelni materijal na osnovu već napravljenog scenosleda. U procesu montaže preispitivan je željeni efekat i njegovo delovanje tokom reprodukcije na mobilnom telefonu, tako da je u skladu sa tim i nastavljen rad na projektu.

Tokom čitavog događaja, Antonio Andrić, snimatelj i dizajner zvuka, snimao je zvuk profesionalnom opremom za snimanje zvuka a nakon izmontirane slike događaja, urađen je i dizajn zvuka za film.

Po završenoj postprodukciji, video rad je predstavljen publici koju su velikoj meri činili autori rada. Na taj je način zatvorena celina rada, koja podrazumeva snimanje materijala,

prikupljanje, montažu, postprodukciju i na kraju prikazivanje. Na taj način su autori snimaka postali i junaci u radu a onda i publika video rada.

Stilski i žanrovski, tokom rada na projektu sve je rađeno sa idejom o stvaranju dokumenta prošlosti koji će se tretirati kao dokument istorije koji implicira sagledavanje činjeničnog stanja i kao dokument sećanja koji implicira fikciju.

Kratki, kolažni video „@24h_tradicije” je pisan, produciran, montiran i režiran za potrebe ovog projekta kako bi ispitao mogućnosti kreiranja audio-vizuelnog sadržaja putem društvenih mreža, koji je stvoren od strane učesnika događaja. Reč je o kolažnom filmu koji ima dokumentarni pristup a koji kroz dva dana prati i prikazuje svadbene običaje mladih u Srbiji na primeru jednog para. Film je snimljen isključivo mobilnim telefonima učesnika događaja koji su tokom dva dana prisustvovali i samoinicijativno njima beležili zanimljive delove.

1.2. Očekivani rezultat istraživanja i doprinos

Realizacijom ovog umetničko-istraživačkog projekta očekujem da ću napraviti produkcionu iskorak u načinu masovnijeg beleženja i eksploatiranja vremena i događaja u kome živimo. Zahvaljujući pristupačnosti savremene tehnologije, smatram da novi načini arhiviranja sećanja, a onda i proizvodnje različitih video formata, zahtevaju određeni pomak u tretiranju celokupnog proizvodnog procesa. Princip korišćenja sadržaja stvorenog i obrađenog pametnim mobilnim telefonom, namenjenog kako društvenim mrežama tako i skladištenju u telefonu, namerevam da iskoristim i u drugim oblicima za dalji rad u svojoj umetničkoj praksi.

Uveren sam da sadržaji zabeleženi i tretirani na ovaj način, u sebi nose poruke oblikovane inovativnim sredstvima, a u kombinaciji sa teorijsko-etnološkom osnovom, mogu da dovedu do određenog pomaka u tretiranju ove vrste eksperimentalne forme zarad stvaranja novog oblika vizure sećanja. Digitalne tehnologije sobom nose nove oblike stvaranja i modelovanja sadržaja, nove autore, a onda i novu publiku. Mišljenja sam da bi prilagođavanje ovom tehnološkom napretku moglo da dovede stvaraoce do novih tema i do novog načina razmišljanja u već tradicionalnim filmskim formama.

Ovim umetničko-istraživačkim radom želim da postignem nekoliko ciljeva i da njima u određenoj meri stvorim umetnički doprinos. Inovacija koju želim da uspostavim odnosi se pre svega na stvaranje drugačijeg produkcionog modela proizvodnje video sadržaja nastalih

tehnologijom koja je svima dostupna. Pored ovoga, u dramaturškom smislu, promena koju nameravam da predočim odnosi se na uvođenje pozicije svedoka kao sublimacije stanovišta: junaka-aktera, kreatora i publike ovog video eksperimenta. Njihovim vizurama pogleda na jedan događaj stvara se video rad u slici kao kolektivna vizura sećanja. Time želim da materijal, koji na društvenim mrežama i memorijama mobilnih telefona gubi na svom trajanju, otrgnem od zaborava i iskoristim kao svedočanstvo u formi kolažnog video rada koji će živeti i pričati o trenutku pred različitom festivalskom i izložbenom publikom.

Obredni događaj kao etnološku kategoriju ovim radom želim da tretiram kao kulturalni performans i da, zahvaljujući teorijskoj postavci rituala svadbe, u njemu učitam modele junaka i njihovih odnosa. Inovacija u okviru video forme odnosiće se na stvaralački produkcionni proces baziran na mogućnostima tehnologija mobilnih telefona i društvenih mreža.

Na kraju ovog eksperimentalnog procesa, cilj mi je da rad nastao mobilnim telefonom i Instagram aplikacijom prikažem na mobilnim telefonima publike i da na taj način stvoreni i obrađeni materijal vratim izvornom elementu koji ga je stvorio i prikazivanju u okvirima svih njegovih zakonitosti.

2. Poetički i teoretski okvir

2.1. Istorijski pregled razvoja beleženja pokretnih slika

Skoro sto trideset godina nakon rođenja filma, sa sigurnošću možemo reći da je filmski način sagledavanja i poimanja sveta postao sastavni deo savremenog života. Čitava ideja pričanja priče u slikama preuzela je primat i omogućila je da korisnici savremenih tehnologija, u svakodnevnoj upotrebi, na nesvestan način zadovoljavaju svoje kulturološke potrebe u formi pokretnih slika.

Čini se da je filmski način sagledavanja života univerzalno prihvatljiv i toliko u upotrebi da svako može na jednostavan način da ga razume i „pročita”. Razvojem tehnologije i njenom dostupnošću, filmski način pričanja priče postao je lako dostupan prosečnom korisniku i za stvaranje priča. To znači da je savremeni, prosečni, korisnik modernih tehnologija, bez ikakvog filmskog obrazovanja, u stanju da na jednostavan način govori filmskim jezikom i da pravi filmske priče koje će biti dostupne konzumentima širom sveta. To je naročito postalo aktuelno onog trenutka kada je svaki korisnik mobilnog telefona, pored njegove primarne funkcije telefoniranja, pomoću ugrađene kamere mogao da snima i fotografiše sadržaje na jednostavan način. Pored toga, važno je napomenuti da bitnu ulogu u dostupnosti sadržaja igra i mogućnost trenutne reprodukcije snimljenog sadržaja kao i manipulacije njime.

Za razvoj filmskih stvaralaca, amatera, koji su zahvaljujući lako dostupnim tehnologijama postali oratori filmskih priča, zaslužna je pre svega percepcija montaže. Teoretičari filma razlikuju preko 30 vrsta montaže, a za ovaj rad i razumevanje uloge montaže u stvaranju filmskih priča jednostavnim tehnološkim postupkom bitne su vremenska montaža i montaža unutar kadra.

Vremenska montaža, podrazumeva komponovanje kadrova po određenom sledu događaja, tako da se sagledavanjem celine, stiče utisak razumevanja ispričane priče. Montaža unutar samog kadra predstavlja spoj, tj. odnos režije događaja i aktera u kadru, s jedne, i komponovanja i korišćenja slike u slici, s druge strane. „Ova druga montaža jeste suprotnost prvoj – odvojene stvarnosti obrazuju međusobno zavisne delove jedne slike... Kao primere možemo navesti... superpoziciju slika i višestruke ekrane koje su koristili avangardni filmski stvaraoci dvadesetih

godina prošlog veka (na primer, superponirane slike u Vertovljevom filmu Čovek s filmskom kamerom, ili tri projekciona ekrana u Napoleonu Abela Gansa iz 1927. godine).¹²

Čini se da je savremeni stvaralac video priča mobilnim telefonom intuitivno usavršavao dva osnovna montažna modela a stoga ih i primenjivao u svojim snimljenim sadržajima. Značajnu ulogu u primeni montažnih principa kod savremenog, stvaraoca – amatera, ima i uticaj okruženosti kratkim video sadržajima na različitim društvenim mrežama, od kojih je Tik Tok jedan od najpotentnijih.

Filmski način sagledavanja sveta i očuvanja sećanja na određeni period ili događaj svoje korene temelji u želji da sadašnji trenutak postane na određeni način zabeležen. U istorijskom smislu to je prvi uspeo Luj Dager kada je 12.08.1839. godine u palati Francuske akademije u Parizu predstavio publici svoj novi proces reprodukcije – dagerotipije.

Nakon široko rasprostranjene pomame za dagerotipijama, srećni vlasnici su najpre dokumentaristički beležili kuće i spomenike svojim aparatima, da bi se tek kasnije razvila želja za kreiranjem portreta putem dagerotipija. „Masovni mediji i obrada podataka su komplementarne tehnologije; one se pojavlju istovremeno i razvijaju se uporedo kako bi omogućile opstanak modernog masovnog društva.“¹³

U istorijskom smislu, nakon uspešno zabeleženih fotografija, razvoj tehnologije je omogućio da se ode korak dalje i da se zabeleže pokretne slike. Ideja o beleženju a onda i projektovanju pokretnih slika se bazira na nesavršenosti ljudskog vida, to jest na retinalnoj perzistenciji ili tromosti ljudskog oka, koje ne može dovoljno brzo da vidi promenu većeg broja slika u trenutku njihovog projektovanja.



Slika br. 1 – primer Dagerotipije

¹² Lev Manovič, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd, Clio, str. 18

¹³ Ibidem, str. 64

U Parizu, 1895. godine braća Limijer publici predstvaljaju svoj Kinematograf, koji je mogao da snima i reprodukuje snimke, te je funkcionisao i kao kamera i kao projektor.

Nakon ovog pronalaska, beleženje trenutka poprima nova značenja i nove mogućnosti. Na početku rada sa kinematografom filmski stvaraoci su beležili svakodnevicu koju po žanru definišemo kao dokumentarnu stvarnost. Na osnovu radnje koja je zabeležna kinematografom, kratki snimci su i dobijali imena, poput: „Bebin doručak”, „Rušenje zida”, „Izlazak iz fabrike”...

Vremenom i spoznajom mogućnosti kinematografa, filmski stvaraoci su postajali kreativniji u donošenju priče na filmski način. Filmski snimci postaju sve duži. Lagano se shvataju ogromne mogućnosti montaže kojom se prevazilaze produkione poteškoće. Pronalazak kamere kao uređaja za beleženje pokretnih slika preusudno će uticati na ideju o beleženju stvarnosti ali i na mogućnosti razvoja ideja o načinima beleženja slika.



Slika br. 2 – Kinematograf u Institutu Limejer u Francuskoj

„Kamera je tehnički uređaj za snimanje pokreta, stvarnosti kakvu je percipira ljudsko oko, ali u sopstvenim kategorijama prostora i vremena. Kamera, kinematograf, objektiv, inteligentni mehanizam, oduvijek su bili predmet filmske teorije, sa jedne, ali i filozofije, sa druge strane, imajući u vidu da se automatizam snimanja dovodi u blisku vezu sa mehanizmima po kojima funkcioniše ljudska percepcija. Kamera jeste predmet, uređaj koji vidi, mehaničko oko, te je možemo okarakterisati i kao oživljenu, animiranu stvar, poput Vertovljeve kamere koja izvodi plesnu tačku u Čovjeku sa filmskom kamerom.”¹⁴

¹⁴ Jelena Mišeljić, 2021. doktorska disertacija *Postljudski pogled: uticaj automatizovanih slika na savremeni film*, Beograd, Univerzitet Singidunum, str. 95

Određeni broj filmskih stvaraoca počinje da koristi kinematograf za pričanje priče koja više nema isključivo dokumentarni prizvuk. Na osnovu intuitivnih pokazatelja za razumevanje prikazanih slika i njihovu integraciju u jednu priču, lagano se razvija filmski jezik koji će definisati Dejvid Vork Grifit kroz svoje filmove „Rađanje jedne nacije” (The Birth of a Nation, 1915), „Pijančevo obraćanje” (The Drunkard’s Reformation, 1909), „Slomljeni cvetovi” (Broken Blossom, 1919.) i „Siročad oluje” (Orphans of the Storm, 1922.).

„Osnovna pravila montaže u kontinuitetu kroz više kadrova (kroz koje se smenjuju filmski planovi) postavljena su još u doba nemog filma: Žorž Melijes u Francuskoj prvi koristi zatamnjenja i odtamnjenja kao sredstvo smenjivanja dramskih scena, koje se jedna za drugom odvijaju na različitim mestima (Put na mesec, 1902), dok Dejvid Vork Grifit usavršava pravila klasične holivudske montaže (psihološka upotreba krupnog plana, paralelna montaža, narativno pripovedanje po ugledu na književnost).”¹⁵

Definisanjem filmskog jezika i klasifikacijom znakova unutar njega otvorilo se nepregledno polje mogućnosti predstavljanja priča korišćenjem filma i njegovog jezika. Vremenom se upotreba filmskog jezika kod njegovih korisnika usavršavala i dopunjavala a paralelno sa tim je i publika učila čitanje novog jezika.

Danas, posle 120 godina postojanja filmskog jezika i njegovog sve češćeg samoponištavanja, publika je ta koje je već navikla na iščitavanje i učitavanje značenja u jeziku koji kao živa stvar modulira i sve češće sam dokazuje sebi. Publika je danas okružena pokretnim slikama, koje su postale sastavni deo njenog života, života koji se sve češće pripoveda putem pokretnih slika.

„Ukoliko verujemo u reč kinematograf koja znači „zapisati pokret“, onda je suština filma snimanje i memorisanje vidljivih podataka na materijalnom nosaču. Filmska kamera zapisuje podatke na filmu; filmski projektor ih iščitava.”¹⁶

Lev Manovič film analizira kao medij sa fraktalnom strukturom i svrstava ga među medije sa uvek istom modularnom strukturom. Po njegovom mišljenju svaki medij se sastoji od

¹⁵ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 422

¹⁶ Lev Manovič, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd, Clio, str. 66

elemenata koji su objedinjeni u veće stvari ali tako da i dalje zadržavaju svoj identitet i autentičnost pomoću svoje osobenosti.

Danas možemo da analiziramo preplitanje pojedinačnih osobina medija, koje se u sve većoj meri prepliću stvarajući na taj način nove medijske oblike a pre svega modifikujući stare, već poznate klasične medije.

Lev Manovič definiše principe novih medija, stavljajući ih u komparaciju sa računarskim sistemima, te stoga navodi da su:

- 1) numerička predstava
- 2) modularnost
- 3) automatizacija
- 4) promenljivost
- 5) transkodiranje

svojtveni većini novih medija, ali da njih ne treba posmatrati kao „apsolutne zakonitosti već kao opšte tendencije u kulturi koja prolazi kroz process informatizacije”.¹⁷

2.2. Sadržaj – forma

Razvojem tehnologije beleženja pokretnih slika, način formulisanja i „pakovanja” snimljenih sadržaja, a onda i predstavljanja publici, menjao je svoj oblik. Ono što je suštinski ostalo nepromenjeno jeste da svako umetničko delo, pa i ono stvoreno posredstvom novih medija, možemo posmatrati kroz njegovu formu i kroz njegov sadržaj.

Lev Manovič će formu umetničkog dela posmatrati kroz prizmu razvoja računarskih sistema, te će je nazivati „interfejs”, koji se po njegovim razmatranjima može menjati i imati različite oblike za razliku od sadržaja koji je po svojoj strukturi ali ne i suštini, nepromenjen. Teoretičari medija smatraju da pri analizi forme i sadržaja, to jest medija i sadržaja, teško možemo samostalno posmatrati sadržaj ne uzimajući u obzir njegov medij. Po njima je jedino moguće pretpostaviti da je sadržaj umetničkog dela postojao mnogo pre dobijanja njegovog materijalnog izraza.

Danas, u savremenim umetničkim izrazima, teško je posmatrati samostalno umetničko delo, bez analize njegovog medija, koje će ga oblikovati i stvoriti celinu.

¹⁷ Lev Manovič, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd, Clio, str. 68

Pored toga, umetničko delo nastalo modernim tehnologijama, kvalifikovano je i informacionim razmerama koje podrazumevaju preuzimanje dela, gledanje i razmišljanje o kvalifikovanim podacima, što bi značilo jasno razdvajanje sadržaja i interfejsa.

Kako umetničko delo ne bi bilo samo informacionog karaktera, ono mora da ima i svoje estetske to jest iskustvene karakteristike koje će podrazumevati poseban način formulisanja njegovog prostora, vremena i površine. Treba istaći i način korisnikovog delanja pri pristupu delu. Ono može biti formalno, materijalno i fenomenološko iskustvo. Interfejs će stvoriti materijalnost dela kao i njegovo fenomenološko korisničko iskustvo. Na osnovu ovoga možemo da zaključimo koliko je bitan odnos uticaja interfejsa i sadržaja na jedno umetničko delo. Njihovi odnosi su komparativni i promena interfejsa ili sadržaja bi svakako označavala bitnu promenu umetničkog dela. Lev Manović smatra da izbor određene vrste interfejsa mora da bude motivisan sadržajem dela do te mere da ne možemo da govorimo i razmišljamo o dva odvojena nivoa već o jednoj koherentnoj celini. Kada govorimo o sadržaju jednog dela, on je svakako motivisan delovanjem umetnika i računarskog sistema koji će ga oblikovati na zadati način.

„Sto godina posle rađanja filma filmsko posmatranje sveta, ustrojavanje vremena, pričanje priče, povezivanje jednog iskustva sa drugim postali su osnovno sredstvo koje korisnici računara upotrebljavaju da bi pristupili svim kulturnim podacima i stupili u međudejstvo sa njima. U tom smislu, računar ispunjava obećanje da će film postati vizuelni esperanto – cilj koji je zaokupljao brojne filmske stvaraocce i kritičare tokom dvadesetih godina prošlog veka, od Grifita do Vertova.”¹⁸

Svaki novi medij se u svom razvoju oslanja na već postojeće kulturne oblike. Za razvoj filmskog jezika i njegovo razumevanje kod publike, bilo je potrebno poznavanje postojećih kulturnih oblika. Preuzimanjem određenih postulata od postojećih kulturnih oblika, film je gradio sopstveni kulturni oblik i u zavisnosti od stadijuma razvoja, koristio se drugim medijima.

Pored tehnološkog i idejnog razvoja filma, za tumačenje kolažnog videa „@24h_tradicije” bitan je i istorijski razvoj konzola za video igre. „Uključivanje kontrola za virtuelnu kameru u sam uređaj konzole za video igre nesumnjivo je istorijski događaj. Upravljanje kamerom postaje podjednako važno kao i upravljanje delovanjem junaka.”¹⁹

¹⁸ Lev Manović, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd, Clio, str. 16

¹⁹ Ibidem, str. 17

Najpoznatija takva video igra jeste „Čuvar zamka”, koja je predstavljena i reklamirana kao igra u kojoj korisnik može da menja ugao posmatranja, da rotira tačku gledanja...

Kolažni video rad „@24h_tradicije” stvoren je sa idejom da konzumenti koji stvaraju video rad svesno biraju tačku posmatranja. Svaki od snimaka korišćenih u kolažnom video radu, nastao je tako što je njegov autor samonicijativno izabrao sebi najzanimljiviju tačku iz koje bi prikazao određeno dešavanje. To znači da se kolažni video rad sastoji iz nekoliko raličitih vizura posmatranja istog događaja.

Film danas postoji i može da se sagleda kao sublimacija načina posmatranja, opažanja i razmišljanja velikog broja ljudi. Kratka video forma, kao komunikacioni oblik, na društvenim mrežama postala je deo svakodnevice ljudi. Putem nje danas je moguće sa lakoćom percipirati odnose, stavove, razmišljanja pa čak i emocije.

Tehnološki razvoj kao i razvoj interfejsa omogućio je korisnicima pametnih mobilnih telefona da putem aplikacija društvenih mreža na jednostavan i lako čitljiv način prenose poruke.

„Prozor u izmišljeni svet filmske priče postao je prozor u pejzaž podataka. Jednom rečju, ono što je ranije bilo film sada je interfejs čovek-računar.”²⁰

Ideja kolažnog video rada „@24h_tradicije” je da se lanac delovanja u interfejsu čovek-računar, proširi, dodajući autora kao krajnju instancu u lancu i to u ulozi publike. U tom smislu, kolažni video rad će na kraju eksperimentalnog procesa biti prikazan publici koju će u velikoj meri činiti autori rada.

Manović navodi da je pri tumačenju kulturnih interfejsa novih medija važna spoznaja njihove hibridnosti. On svoja razmišljanja o kulturnim interfejsima bazira na činjenici da su nastali kao mešavina tradicionalnih kulturnih oblika i konvencija savremenih digitalnih standarda. Kada govorimo o interfejsu novih medija, bitno je analizirati ekran uređaja putem koga se konzimira medijski sadržaj.

Ekran je staklena površina uređaja (mobilni telefon, tablet) koji se najčešće drži u ruci na udaljenost 20-30cm od očiju. Gledajući u ekran uređaja, konzument stiče utisak putovanja kroz određene virtuelne svetove i prisustva na mestima koja su na ekranu prikazana. Ekran mobilnih telefona i tableta postao je sastavni deo naših života, tako da čini prvu instancu putem koje se dolazi do tražene informacije, bilo da je ona u pisanom ili slikovnom obliku.

²⁰ Lev Manović, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd, Clio, str. 128

2.3. Genealogija ekrana

U istorijskom smislu, ekran i predstavljanje određenih scena u vizuelnom smislu, možemo analizirati kroz slikarstvo i film. Obe umetnosti podrazumevaju postojanje virtuelnog prostora zatvorenog okvirom a smeštenog unutar našeg primarnog prostora – okruženja. Okvir kao bitna karakteristika ekrana, razdvaja dva potpuno različita prostora i stvara granicu između realnog, trenutnog i virtuelnog vremena i prostora. Ekran je ravna, staklena, pravougaona površina, stvorena da se posmatra čeonu.

Ekran postoji u realnom prostoru i predstavlja prozor u svet virtuelnog, autorski stvorenog vremena i prostora. Manovič virtuelni prostor unutar ekrana definiše kao prostor predstave i smatra da se razmere nisu promenile u poređenju renesansne slike i filma ili televizijskog ekrana.

On definiše dva osnovna formata ekrana. To su „portret” i „predeo” – (9:16 i 16:9 odnos veličina današnjih ekrana). U percepciji ekrana i predstave unutar nje, od gledaoca – posmatrača se očekuje usmerenje pažnje na datu predstavu, tako da zanemaruje fizički prostor u kome se ekran nalazi. Manovič smatra da je ovakav način sagledavanja scene unutar ekrana moguć isključivo zato što slika u potpunosti ispunjava ekran to jest zadati okvir. Kao primer razbijanja iluzije virtuelnog prostora ekrana može da se navede filmska projekcija koja se ne poklapa u potpunosti sa zadatim ivicama platna na koje se projektuje. U percepciji predstave unutar zadatog okvira bitno je napomenuti da publika to jest gledaoci svesno pristaju na ideju stvaranja iluzije zaokružene ramom, odnosno okvirom ekrana.

Na osnovu ideje i promišljanja percepcije vremena, Manovič ekrane deli na²¹

- 1) *klasičan ekran* – prikazuje statične i nepromenjene slike
- 2) *dinamički ekran* – prikazuje pokretne slike prošlosti
- 3) *ekran relanog vremena* – prikazuje sadašnjost

U kolažnom video radu „@24h_ tradicije”, prema Manovičevoj podeli ekrana, korišćen je dinamički ekran u kome su sublimisane slike prošlosti, nastale beleženjem istog događaja od strane različitih aktera tog događaja.

²¹ Lev Manovič, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd, Clio, str. 137, 138, 139

Sa aspekta vizure, kompozicija unutar okvira biva stvarana tako da je gledalac postavljen u idealnu poziciju percipiranja sadržaja koji mu je autor namenio. U filmskom smislu gledaočeva vizura poistovećuje se sa okom kamere. U konkretnom slučaju kolažnog video rada „@24h_tradicije” gledaočeva vizura poistovećuje se sa vizurom autora koji je beležio dešavanje ispred kamere mobilnog telefona.

Ekran je sve češće sastavni deo naših života, on čini našu svakodnevnicu, bilo da se nalazimo u banci, prodavnici, tržnom centru, gradskom prevozu... U kućnim uslovima, tendencija rasta ekrana televizora ne prestaje ali sve češće dobija na konkavnosti koja se povećava srazmerno dužini dijagonale ekrana. Prisustvujemo trenutku kada se i stambeno-poslovne zgrade projektuju tako da bar jednom svojom spoljnom stranom čine ogroman ekran na kome će se shodno prilikama prikazivati različiti sadržaji.

„Dinamički, u realnom vremenu i interaktivan, ekran je i dalje ekran. Interaktivnost, simulacija i teleprisustvo: kao i pre mnogo vekova, mi i dalje gledamo na ravnu pravougaonu površinu, koja postoji u istom prostoru kao i naše telo i koja ima ulogu prozora u drugi prostor. Mi još nismo napustili doba ekrana.“²² Ekran mobilnih telefona postao je sastavni deo našeg okruženja i omogućava nam jednostavan i brz pristup informacijama koje su nam potrebne u trenutku. Takođe nam omogućava da instant pristupimo audio–vizuelnim sadržajima koji će nas odvesti u neke virtuelne prostore.

Na ekran mobilnih telefona možemo da gledamo kao na trenutnu mogućnost odlaska u virtuelni prostor koji nosimo sa sobom u džepu. Baš na takvim instant ekranima često konzumiramo sadržaj putem sajtova ili društvenih mreža koji u svojoj dostupnosti nose težinu kolektivnog ili ličnog posredovanog sećanja na neki događaj. Odnose stvaraoca takvih sadržaja i njegovih konzumenata, kao i uticaje na društvo i pojedinca, detaljnije ću analizirati u nekom od sledećih poglavlja rada.

2.4. Softver

U tradicionalnim umetnostima dominiraju kulturni kodovi koji omogućavaju umetniku da kroz niz konvencija i analizu predstavi svoje delo. U savremenom, digitalnom stvaralaštvu reč je kulturnim kodovima koji kroz svoje zakonitosti omogućavaju realizaciju zadate ideje. U

²² Lev Manovič, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd, Clio, str. 157

kombinaciji već postojećih, tradicionalnih kulturnih oblika sa kulturnim kodovima digitalne umetnosti nastaje kulturni interfejs kao sažetak digitalnih zakonitosti po kojima i uz pomoć kojih savremeni stvaraoci dolaze do materijalizacije svoje ideje. Softver predstavlja način zapisa algoritma u obliku koji je razumljiv računaru.

Programi koji čine softver određenog računara, omogućavaju stvaraocima da putem njih kreiraju nove medijske oblike u okvirima već postojećih elemenata. Softver i njegove mogućnosti možemo posmatrati kao još jedan filter koji donosi niz mogućnosti u stvaralačkom procesu. Sa druge strane, softver postoji i da bi konzumentima već stvorenog dela omogućio njegovu konzumaciju. U istorijsko-idejnom smislu, možemo da napravimo paralelu između današnjih softvera, koji omogućavaju stvaranje i percipiranje sadržaja, i kinematografa, koji je kao jedan uređaj mogao da beleži i zabeleženi sadržaj reprodukuje. Ukratko, softver podrazumeva platformu koja omogućava beleženje, kreiranje i reprodukovanje sadržaja. Ona u ovom radu ne mora nužno da bude shvaćena kao tehnički element, već njeno tumačenje može biti dublje shvaćeno i može predstavljati osnov za analizu idejnog rešenja na kome je različitim sredstvima kreiran ciljani predmet. Čini se da u savremenim medijima, tehnički aspekt sagledavanja softvera i njegovih mogućnosti u sve većoj meri utiče na stvaranje idejno-estetskih elemenata pojedinačnih sadržaja, dok su sa druge strane, idejno-estetski zahtevi kreiranja sadržaja nametnuli tehnološko-softversku inovativnost.

Odnosi i uticaji ove dve osobine sagledavanja softverskih mogućnosti se prepliću i teško ih je razdvojiti i u tačnoj meri definisati kao uzroke nastanka jedne, odnosno druge osobine softvera.

Sa tehničkog aspekta, uloga i način sagledavanja mogućnosti softvera je dvostruka. Sa jedne strane omogućava realizaciju ideje a sa druge njenu reprodukciju.

U analizi alata koje jedan softver za stvaranje audio-vizuelnih sadržaja može da poseduje uglavnom govorimo o primarnim alatima kao što su: kopiranje, sečenje, pretraživanje, ubacivanje...

Postojanje ovih alata možemo da primetimo u gotovo svim digitalnim medijima, te da ga smatramo bazičnim mogućnostima digitalnog oblikovanja sadržaja. Manović će ove osnovne alate nazivati operacijama i kategorizovati ih na: izbor, komponovanje i delovanje na daljinu. On se u analizi operacija koje dominiraju softverima digitalnih medija poziva na širu društvenu sliku i smatra da ukoliko primetimo dominaciju određenih operacija u softverskim programa, možemo

očekivati da ćemo njihove korene pronaći u kulturi uopšte.

Softverske proizvode možemo podeliti i prema njihovoj primarnoj korisničkoj grupi. Određeni su pravljeni za korisnike profesionalce u datoj oblasti a određeni za obične korisnike ali ima i onih koje će koristiti obe grupe. Kada govorimo o softverima koji su pravljeni za obradu audio-vizuelnih sadržaja, uglavnom govorimo o profesionalnim programima za obradu snimljenog sadržaja u montažnom smislu a onda i u smislu obrade posebno zvuka i posebno slike.

Najpoznatiji takvi programi su *Adobe Premiere Pro*, *DaVinci Resolve*, *Final Cut Pro*, *Adobe Lightroom*, *Adobe Illustrator*, *Adobe After Effects*, *Avid Pro Tools*, *Steinberg Nuendo*... Kada analiziramo mogućnosti korišćenja profesionalnih softvera za obradu slike i zvuka i onih koji su dostupni svima, moramo da uzmemo u obzir cenu kao bitan faktor dostupnosti. Za razliku od snimajuće i tehnike za obradu snimljenog materijala u istorijskom smislu, kada je traka raličitih širina (8mm, 16mm, 35mm ili 70mm) bila jedina mogućnost beleženja audio-vizuelnog sadržaja, današnji uslovi za beleženje i obradu snimljenog sadržaja su cenovno daleko bolji i prilagođeniji korisniku bilo da je profesionalac ili amater u audio-vizuelnom svetu.

Tehnologija je omogućila da danas svako može jednostavnim sredstvima (kamkorder, mobilni telefon) da zabeleži audio-vizuelni sadržaj kao i da ga softverski obradi i od njega stvori zamišljenu celinu. Razlika između profesionalaca i amatera u stvaranju audio-vizuelnih sadržaja će uvek postojati, jer će zarad održivosti profesionalizma i njegovog opstajanja, profesionalci postavljati nove standarde u formatima i estetikama koji će biti trenutno teško dostupne amaterima. S druge strane, digitalizacija je omogućila da svaki korisnik neke od društvenih mreža putem interneta ima mogućnost da javno saopštava određene stavove neograničenom broju pratilaca, bez vremenskog i teritorijalnog ograničenja. Za potrebe kolažnog video rada „@24h_tradicije” korišćen je softver društvene mreže koji je dostupan svima i kome je dostupnost primarna kategorija postojanja i održivosti.

Na osnovu ove karakteristike to jest svesne masovne dostupnosti softvera, stvarana je ideja o kreiranju kolažnog video rada. Ideja se pre svega zasniva na korišćenju softvera društvene mreže Instagram kao platforme koja omogućava klasifikovanje, a onda i prikupljanje audio-vizuelnih sadržaja prema određenim parametrima, to jest alatima softvera. Parametar koji je korišćen u radu je tagovanje (tagging) stvorenog naloga pod nazivom „@24h_tradicije”, u okviru storija.

Na osnovu ovoga, softver je omogućio prikupljanje sadržaja koji je stvoren od strane grupe ljudi prisutnih na jednom događaju, čiji je sadržaj u određenoj vezi sa stvorenim Instagram nalogom. „Digitalizacija je nekadašnjoj publici dala nove moći – smeštajući je u centar medijske razmene, omogućavajući joj ne samo da selektuje sadržaje kad i kako ona želi, već i da i sama sadržaj proizvodi.”²³

U sagledavanju mogućnosti softverskog razmišljanja i stvaralačkog procesa, potrebno je analizirati mogućnosti softverskog „grananja” i korisnikovo putovanje kroz opcije koje softver nudi. Ukoliko softver omogućava korisniku samostalan odabir grananja i putovanja kroz sistem, u trenutku konzumacije sadržaja, možemo sa sigurnošću da tvrdimo da je ovako postavljen sadržajni model stvoren sa idejom o korisničkom koautorstvu. Onog trenutka kada korisnik u trenutku percepcije sadržaja odabere jedan put kroz softver, on menja njegovu celinu u sagledavanju i stvara iskustveno, sasim drugačije delo. Pod terminom „put kroz softver” možemo da podvedemo sve one mogućnosti koje je softver ostavio slobodne za samostalni odabir korisnika softvera, pa makar to bila i mogućnost premotavanja (napred ili nazad), jednog, već stvorenog video sadržaja.

Takav je slučaj sa načinom percepcije kolažnog video rada „@24h_tradicije”. Softver koji je korišćen za njegovu reprodukciju je Jutjub (Youtube) platforma na mobilnim telefonima, koja svakom korisniku ponaosob omogućava da, percipirajući sadržaj, određene njegove delove ubrza, uspori, premota ili preskoči. Na taj način svaki korisnik, u svojoj percepciji, čak i tokom konzumiranja, stvara novi, jedinstveni video sadržaj na osnovu već stvorenog video sadržaja.

Teoretičari filma autorstvo podrazumevaju isključivo u segmentima od preprodukcije sve do momenta koji uključuje i postprodukciju. Prikazivanje, u svom klasičnom bioskopskom obliku, nikada nije dobijalo osobine autorstva i kreativnosti jer je podrazumevalo standardizovan proces u kome gledalac nema mogućnosti bilo kakve kreativne intervencije. Na primeru konkretnog kolažnog video rada, moguće je klasifikovati dve strane u procesu kreiranja pomenutog video rada, sa jasnom napomenom da se granica između ove dve strane često poništava, tako da jedna strana preuzima ulogu druge i obrnuto. Sa jedne strane se nalazi medijski producent kao kreator sadržaja a sa druge medijski potrošač kao konzument sadržaja.

Većina teoretičara medija se u definisanju medijske publike slaže da je termin „publika”

²³ Ana Martinoli, Nevena Krivokapić, Bojan Perkov, Mirko Stojković, 2019. *Priručnik: regulatorni okvir i poslovni modeli online medija*, Beograd, Share Foundation, Fondacija za otvoreno društvo Srbija, str. 63

dosta uzak i arhaičan, te da u današnjem sgledavanju mogućnosti medija često ne može da bude tačno upotrebljen. Danas su konzumenti medijskih sadržaja mnogo više od publike, oni sve češće i u sve većoj meri učestvuju u kreiranju medijskih sadržaja. Tako da se njihove uloge stvaralaca medijskog sadržaja i konzumenata prepliću stvarajući model medijskog korisnika.

„Publika tako postaje korisnik (*user*), objedinjeni producent i konzument, potrošač i proizvođač (*prosumer*), fan, sledbenik (*follower*), pretplatnik (*subscriber*), ali i distributer medijskog sadržaja (*share, retweet, repost*). Publika kreira nove odnose sa medijskim sadržajem, a ostvarivanje bliske veze sa potrošačima sadržaja postaje imperativ za medijske producente.”²⁴

2.5. Umetnost kolaža

Analizirajući načine stvaranja sadržaja putem tehnologija novih medija i njihovih softvera, dolazimo do razmišljanja o stvaralačkim platformama koje su omogućile da više nijedan umetnik ne stvara od nule te da svi na neki način imaju istu polaznu tačku, koja u ovom slučaju može da bude softver. Teoretičari medija su godinama vodili rasprave o stvaralačkim procesima, naročito kada je reč o delovanju na sam čin stvaranja, koji po mnogim teoretičarima podrazumeva promenljivost koja je spora i suptilna, a koja zahteva više generacija stvaralaca. Danas slobodno možemo da se zapitamo: da li je softver isto što i slikarsko belo platno? Da li on može da predstavlja polaznu, nultu, tačku u kojoj se sve poništava i iznova sve stvara? Da li smo došli do takvog stadijuma tehnološko-stvaralačkog procesa u kome podrazumevamo postojanje softvera koji posmatramo kao nultu tačku kreativnosti?



Slika br. 3 - "Metropolis" - Pol Citroen

²⁴ Ana Martinoli, Nevena Krivokapić, Bojan Perkov, Mirko Stojković, 2019.

Da bismo razumeli osnov današnjeg procesa u kome nastaje realizacija kreativnosti, potrebno je sagledavanje istorijskog razvoja stvaralaštva u njegovom proizvodnom smislu. Na početku stvaralačkog procesa, u istorijskom preseku je svakako ručni rad kao oblik proizvodnog procesa, koji je spor ali unikatan i koji kao takav odgovarao predindustrijskoj zanatskoj kulturi. U daljem istorijskom sagledavanju razvoja stvaralaštva u njegovom proizvodnom obliku, dvadeseti vek možemo da posmatramo kao težnju ka industrijalizaciji i automatizaciji, pa u tom smislu možemo da kažemo da je Teodor Adorno (Theodor W. Adorno) sa pravom formulisao sintagmu „industrija kulture”.

Kulturna industrijalizacija počinje onog trenutka kada su umetnici počeli da stvaraju sopstvena dela od već postojećih, tako što su komponovali delove, to jest elemente svojih prethodnih radova, stvarajući na taj način nova dela, ovog puta tehnikom kolaža. Primer koji najbolje ilustruje trenutak kolažnog načina razmišljanja u umetnosti jeste foto-montaža.

Početak dvadesetih godina prošlog veka umetnici su, koristeći se foto-montažom, već stvarali neke od najznačajnijih slika modernog doba kao što su: „Rez kuhinskim nožem” – Hana Hoh (Hannah Höch 1919), „Metropolis” – Pol Citroen (Paul Citroen, 1923) koji se čuva u Njujorškom muzeju moderne umetnosti (MoMA), kao i „Elektrifikacija cele zemlje” Gustava Klutsisa (Gustav Klutssis 1920). Foto-montaža će u periodu između dva svetska rata postati dosta popularna te možemo sa sigurnošću reći da je ona upotpunila umetničke pravce kao što su dadaizam, nadrealizam i konstruktivizam, da bi jedno vreme bila zanemarena sve do šezdesetih godina XX veka, kada se vraća kao sastavni deo pop umetnosti.

„U vremenu sveprisutnih ekrana, digitalna filmska slika, postajući animacija nula i jedinica, nadilazi sva ograničenja analogno proizvedene pokretne slike. Digitalizacija, tako, ne utiče samo na dramatične promene odnosa i standarda u produkciji filma, već i na obrt u paradigmi mišljenja filma i njegovih osnovnih izražajnih sredstava.”²⁵

Današnja tehnološka revolucija, omogućila je standardizaciju u sredstvima manipulacije sadržaja, tako da sve češće omogućava da se stvaraoci koriste elementima već stvorenih sadržaja.

²⁵ Jelena Mišeljić, 2021. doktorska disertacija *Postljudski pogled: uticaj automatizovanih slika na savremeni film*, Beograd, Univerzitet Singidunum, str. 65

Ovo je naročito postalo lakše kada je digitalizacija omogućila postojanje digitalnih baza podataka u kojima je moguće naći raznovrsne, softverski već stvorene sadržaje. U ovakvom stvaralačkom okruženju sve su ređi primeri digitalnog stvaralaštva u kome kreatori rad započinju od „belog papira” u kome je upitna mogućnost softverskog anuliranja.

2.6. *Mogućnost izbora*

U dosadnjem istorijskom pregledu razvoja tehnološkog procesa, koji je bitno uticao na stvaralački proces, analizirana je mogućnost izbora koja se odnosila na stvaraoce ali i na konzumente. U najširem shvatanju, termin „montaža” definišu dve operacije. To su mogućnost izbora i mogućnost komponovanja. Postojanje ove dve opcije omogućavaju realizaciju savremenog stvaralačkog procesa.

Prva operacija koristi se kako bi se iz određene digitalne baze podataka izabrali određeni delovi koji će kasnije biti ukomponovani po određenom principu sa drugim, stvorenim ili pronađenim delovima. Po Manoviču, izbor i komponovanje predstavljaju ključne operacije postmodernog ili na računarima zasnovanog autorstva.

Na montažu možemo da gledamo kao na estetiku koja čini najveći deo moderne umetnosti. „Montaža teži da stvori vizuelnu, stilističku, semantičku i emocionalnu disonancu između različitih elemenata.”²⁶

Kako Manovič ističe, za film i za stvaranje njegove iluzije najvažnije su vremenska montaža i montaža unutar kadra. Obe vrste montaže su pronašle svoju primenu još u počecima pronalaženja i opipavanja filmskih metoda pričanja priče. Vremenska montaža je dosta značajna kao sredstvo kojim je moguće promeniti značenje pojedinačnog kadra, to jest sredstvo kojim je moguće graditi značenje kombinacijom pojedinačnih, a ujedno različitih delova filmske stvarnosti. Prema ovome, vremenska montaža dobila je svoju široku primenu u filmovima propagande, u plasiranju ideologija i ideoloških manipulacija.

Rodonačelnik ideološke montaže, kao podvrste vremenske montaže, je Džiga Vertov (Дзига Вертов) koji je montirajući epizode svoje „Kino – pravde, Kino – istine” (1922–1925) shvatio da montažom film uspeva da prevaziđe svoju dokumentarnu – predstavljачku prirodu, jer gledaocima prikazuje stvari koje nikada neće moći da vide u stvarnosti.

²⁶ Lev Manovič, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd, Clio, str. 187

„Za razliku od klasične, kontinualne montaže, avangardisti Delik i Dilak primenjuju koncept impresionističke, poetske montaže, dadaisti i nadrealisti – Rene Kler, Man Rej, Luis Bunjuel i Salvadoro Dali – svojim montažnim postupcima razbijaju uzročno-posledične veze među prizorima i uobičajeni smisao stvari, odnosno uvode jezik snova i snoviđenja u skladu sa načelom vladavine ili kulta želje.“²⁷

Razvojem tehnike i novih metoda beleženja pokretnih slika, montažne tehnike su bivale modifikovane. Kao veliki iskorak na montažnom polju ali i na polju snimanja i reprodukcije snimljenog sadržaja, izdavaju se prelazak sa filmskog načina snimanja na elektronski. U montažnom smislu, za veliku novinu, koju je omogućila elektronska montaža, smatra se pojava tehnike urezivanja. Ova tehnika predstavlja mogućnost kombinovanja dva različita izvora slike.

„Bilo koje polje ujednačene boje može se izrezati i zameniti nekim drugim izvorom slike. Taj novi izvor može biti video-kamera postavljena na nekom pogodnom mestu, ranije snimljena traka ili računarski generisana grafika. Mogućnosti izrade lažnih stvarnosti i dalje se umnožavaju.“²⁸

Kako je urezivanje slike poprimalo standarde često korišćenog montažnog sredstva, tako je i montaža unutar kadra, kao montažni postupak, dobijala sve veću primenu, naročito u TV formatima.

2.7. *Beleženje ili prenošenje stvarnosti*

Kraj 19. veka možemo posmatrati kao bitnu vremensku odrednicu u istorijskom smislu, budući da su tada stvorene tehnologije putem kojih je uspešno zabeležen trenutak i u slici i u zvuku, što znači da su pronađeni: fotoaparati, kinematografi i fonografi. U istom istorijskom periodu pronađena i je tehnološka mogućnost prenošenja informacija na daljinu putem telegrafa –

²⁷ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 424

²⁸ Lev Manovič, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd, Clio, str. 192

1850, telefona – 1876 i radija – 1897, faksa – 1907. godine.

Čini se da su gore navedeni izumi za beleženje trenutka u slici i zvuku sebi stvarali publiku a da su izumi za prenos informacija sebi stvarali korisnike. Kada ovako postavimo gledište i analiziramo njihovo prisustvo među korisnicima i publikom, sa sigurnošću možemo da tvrdimo da su fotoaparat, kinematograf i fonograf doprineli razvoju nove umetnosti, dok su telefon, telegraf, radio i faks dopirneli razvoju načina i brzine prenosa informacija. Manovič će ove dve podele kategorizovati na „predstavljачke tehnologije” i na „tehnologije komunikacije”. Prema ovoj kategorizaciji, za razvoj modernih medija potrebno je prisustvo obe kategorije.

Kao bitan pojam koji određuje naše prisustvo u određenom okruženju, putem navedenih tehnologija, Manovič navodi termin „teleprisustvo”. Prema ovome „teleprisustvo” možemo definisati kao prisustvo u virtuelnom prostoru koji percipiramo putem medija, bilo da je ono snimljeno i unapred stvoreno ili da se trenutno prenosi sa određene fizičke daljine. Određeni teoretičari smatraju da se teleprisutvom može nazvati samo prisustvo u trenutno prenesenom prostoru sa određene fizičke udaljenosti ali ne i prisustvo u unapred stvorenom virtuelnom prostoru. Na osnovu ovog stanovišta čini se da su mediji modernih tehnologija dali primat virtuelnoj stvarnosti u odnosu na teleprisustvo. Virtuelna stvarnost je tehnološkim usavršavanjem omogućila kreatorima niz operacija i aktivnosti kojima bi dopunili i zaokružili stvorenu celinu okruženja, prostora i okolnosti u kojima bi nakon toga stavili svoju publiku. Na kraju tog procesa, virtuelna stvarnost je svojim korisnicima omogućila i da menjaju taj već stvoreni svet po svojoj meri...

„Korisniku je sada dato da upravlja lažnim svetom. Tako, na primer, arhitekta može da promeni arhitektonsku maketu, hemičar može da isproba drugačiju konfiguraciju molekula, vozač tenka može da puca na maketu tenka, i tome slično. Međutim, u svakom od tih slučajeva jedino što se menja jesu podaci pohranjeni u računarskoj memoriji! Korisnik bilo koje računarske simulacije vlada virtuelnim svetom koji postoji samo unutar računara.”²⁹

Sa druge strane, virtuelna stvarnost je omogućila publici izmeštanje iz realnog u neke druge svetove, dok je teleprisustvo donosilo realne, fizičke svetove publici ali sa određene

²⁹ Lev Manovič, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd, Clio, str. 209

udaljenosti u realnom vremenu. Teleprisustvo je na ovaj način omogućilo korisnicima da ne moraju fizički da budu prisutni na određenom mestu ali da mogu da utiču na stvari koje su fizički udaljene od njih, pa će Manovič na osnovu ovoga, teleprisustvu dodati i osobine antiprisustva i teledelovanja.

U različitim teorijskim razmatranjima digitalnih tehnologija, kao centralno mesto se pojavljuje ekran koji omogućava veliki spektar stvaralačkih mogućnosti a onda i njihovog prikazivanja. U određenim analizama ekrana i društva koje se bazira na ekranima možemo čak da pronađemo poređenja sa ranocivilizacijskim društvima, a onda i sa porodicama, kao jezgra društva, koje su okupljale svoje članove oko vatre. Danas sa sigurnošću možemo da kažemo da je centar okupljanja porodice ekran TV prijemnika. S druge strane, evolucija ekrana dovela je do toga da svaki član porodice poseduje bar po još jedan lični ekran, bilo na mobilnom telefonu, tabletu, svom kompjuteru ili TV prijemniku u svojoj sobi u okviru jednog doma na kome provodi veći deo vremena u toku jednog dana nego u realnom okruženju.

„[...] Ono što je svojevremeno televizija pokazala – da je slika uticajnije od bilo kog zvuka ili štampane reči – onlajn mediji su dodatno razradili. Internet je danas vizuelni medij više nego bilo šta drugo, a kombinovanjem formata i sadržaja obezbeđuje bogatije i dinamičnije iskustvo za publiku.”³⁰

Ovakvo sagledavanje analize ekranskog društva danas možemo podići na još jedan nivo razvoja u kome i dalje postoji ekran koji okuplja porodicu, ali više nije nužno da to bude fizički na istom mestu. Moguće da je članovi porodice budu fizički razdvojeni, čak kilometrima jedni od drugih ali da budu okupljeni oko različitih ekrana putem kojih ostvaruju virtuelno prisustvo i zajedništvo. Dakle ekran je postao uređaj kojim je moguće ostvariti prisutnost bilo gde u svetu bez ikakvih vremenskih i prostornih ograničenja. Ekran je na ovaj način uspeo da nas približi ali s druge strane čini se da vrlo lagano uzima primat nad fizičkim susretom. Izgleda da je ovo zapažanje distopijskog karaktera i da sadrži bojazan da će se ekrani sačinjeni od LED tehnologije ubrzo pretvoriti u LEDene ekrane fizičkog razdvajanja a virtuelnog spajanja.

Teoretičar medija Lucijano Floridi (Luciano Floridi) je definisao preplitanje digitalnog i

³⁰ Ana Martinoli, Nevena Krivokapić, Bojan Perkov, Mirko Stojković, 2019. *Priručnik: regulatorni okvir i poslovni modeli online medija*, Beograd, Share Foundation, Fondacija za otvoreno društvo Srbija, str. 68

analognog sveta nazivajući taj fenomen „Sveprisutnom kompjuterizacijom, Ambijentalnom Inteligencijom, Internet Stvarima, Veb-proširenim stvarima.”³¹

U knjizi *Priručnik: regulatnorni okvir i poslovni modeli online medija* grupa autora navodi istraživanje agencije Nielsen u kome se navodi da odrasla osoba dnevno provede oko jedanaest sati u digitalnom – onlajn okruženju a da oko šest sati u danu provede gledajući video sadržaje.³²

Dimenzije ekrana i njihovo funkcionisanje u okvirima uređaja se razlikuju a shodno tome će se razlikovati i njihova svrha koja će u određenoj meri uticati na model kreativnosti stvaranja sadržaja i njegovog reprodukovanja. „Konvergencija je jedna od tačaka metamorfoze medija, koja za rezultat daje povećanu vrednost, novinu, tačka iz koje se nastavlja medijska evolucija.”³³ Ovde se kao bitni pojmovi tzv. medijske morfoze navode ko-evolucija, konvergencija i kompleksnost.

Konevergenciju kao pojam teži da definiše više autora, kod kojih se kao zajednička osobina konvergencije javlja njena mogućnost povezivanja koje se ne odnosi samo na udruživanje već i na ogromnu količinu uticaja u načinu funkcionisanja udruženih elemenata. Taj uticaj može biti višesstruk a za ovaj rad zanimljiv je uticaj koji teoretičari medija definišu kao uticaj kreativnosti koji može izazvati stvaranje različitih digitalnih sadržaja udruživanjem različitih dostupnih elemenata koji će prouzrokovati kreativni doprinos. Konvergencija će dovesti do mešanja žanrova, motiva, alata i kao produkt može da stvori nove formate digitalnih sadržaja koji će korespondirati podjednako sa korisnicima kao i sa njihovim kreatorima, a neretko će njegovi kreatori biti njegovi korisnici.

Ovakvo stanje stvari teoretičari medija će definisati putem teženje da definišu stanje u medijima 21. veka, u kome do sada pasivni medijski posmatrači postaju aktivni učesnici i kreatori medijskih sadržaja, putem njima dostupnih platformi u digitalnom okruženju. Klasične medije u današnjem društvenom sistemu teoretičari će nazivati participatornim medijima uključujući oblike percepcije medijskih sadržaja ali i mogućnosti u aktivno uključivanje publike u medijsko stvaranje, u njeno udruživanje i na kraju u prezentovanje.

Ono što se izdvaja kao prednost u korišćenju mobilnog telefona kao platforme za medijski

³¹ Luciano Floridi, 2014. *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*, UK, Oxford University Press, str. 99.

³² Ana Martinoli, Nevena Krivokapić, Bojan Perkov, Mirko Stojković, 2019. *Priručnik: regulatnorni okvir i poslovni modeli online medija*, Beograd, Share Foundation, Fondacija za otvoreno društvo Srbija, str. 21

³³ Ibidem, str. 18

angažman publike jeste personalizacija, koja se odnosi na jedinstveni oblik mogućnosti svakog pojedinaca u kreiranju ili učestvovanju u kreiranju medijskih sadržaja. Na ideji postojanja ove mogućnosti zasnovana je ideja nastanka kolažnog video rada „@24h_tradicije” u kome je personalizacija sadržaja dominantan stvaralački oblik. Ona se odnosi na nekoliko nivoa stvaranja. Prvi je svakako personalizovana tehnika koja se koristi pri beleženju sadržaja i podrazumeva lični mobilni telefon. Druga je korišćenje svog ličnog profila na društvenoj mreži Instagram, dok se treći oblik personalizacije može bazirati na odabiru trenutka događaja koji će biti zabeležen, kao i na njegovom postprodukcijom uređivanju pre samog plasiranja na društvenoj mreži.

Čini se da savremeni medijski oblici u svojoj osobenosti navode korisnike da sve češće biraju i prelaze sa masovnih medijskih oblika na personalne, što ne znači da savremeni mediji sobom ne nose masovnost, već ispred masovnosti kao prioritet stavljaju personalnost koja privlači korisnike. U određenim medijskim definicijama, navodi se da će medijska personalizacija u budućnosti kao rezultat imati različite oblike kreativnosti koji će sada naći svoj put izražavanja ali i put ka medijskoj publici. Mi danas prisustvujemo sve većoj popularnosti i ekspanziji društvenih mreža (Instagram, TikTok) koje svoje alate baziraju na personalizaciji sadržaja, zahvaljujući kojoj okupljaju milionski broj korisnika. Personalizaciju na društvenim mrežama možemo da sagledamo kroz način odabira sadržaja koji će korisnik da prati, kroz način stvaranja medijskog sadržaja putem društvenih mreža ali i kroz način plasiranja medijskog sadržaja na dostupne mreže.

Teoretičati medija se sve češće susreću sa medijima u čijem kreiranju sadržaja dobrim delom učestvuje publika. Danas su oblici angažmana auditorijuma pri kreiranju medijskih sadržaja raznoliki i mogu se svrstati u dve kategorije:

- 1) UGC - *user generated content*
- 2) UCC - *user created content*

Sadržaji koji su nastali putem ovakvog načina kreiranja uglavnom se svrstavaju u nekomercijalne sadržaje, koji za cilj nemaju monetizaciju, već imaju drugačije motive pri stvaranju i plasiranju sadržaja publici. „Upravo će novi načini oblikovanja i plasiranja medijskih sadržaja biti sledeći korak u evoluciji medija.”³⁴

³⁴ Ana Martinoli, Nevena Krivokapić, Bojan Perkov, Mirko Stojković, 2019. *Priručnik: regulatorni okvir i poslovni modeli online medija*, Beograd, Share Foundation, Fondacija za otvoreno društvo Srbija, str. 99

U svojim tekstovima „Razvoj filmskog jezika” i „Mit totalnog filma” Andre Bazin (André Bazin) analizira uzročno-posledičnu vezu razvoja filmskih ideja sa tehničkim pronalascima. Iako, kako kaže, ekonomska osnova dovodi do ideološke nadogradnje kao vid uobičajene strukture razvoja društva, on na tehnološki razvoj filma gleda kao na neminovnost koja nije presudna za idejni razvoj i sagledavanje mogućnosti filma. Navodi da pronalazači tehnoloških filmskih elemenata u svojim spisima često navode termin *totalni film* kao ideal kome teže, želeći da donesu život u slici i zvuku, stvarajući na taj način celovitu iluziju o njemu. „To je mit integralnog realizma, ponovnog stvaranja sveta po uzoru na stvarnost, stvaranje slike koja ne bi bila opterećena slobodom interpretacije umetnika ili nepovratnošću vremena.”³⁵

U svom eseju „Razvoj filmskog jezika” Andre Bazin analizira ulogu montaže u procesu stvaranja filmske iluzije, bazirajući se na filmskom jeziku kao osnovu za razumevanje filmske priče. On montažu tumači tako što daje primat spajanju filmskih elemenata nad njihovim pojedinačnim značenjem. S druge strane, Bazin u istorijskom smislu analizira uticaj zvuka u filmu na njegovu strukturu a pre svega na strukturu filmskog jezika koja je do pojave zvuka našla utemeljenje u dotadašnjim filmskim oblicima. Njega zanima razbijena struktura koja nastaje usled tehničkih okolnosti koje su dovele do novih mogućnosti sagledavanja i pričanja priče. Na kraju analize parametara i uticaja na formiranje elemenata filmske priče koji su se vremenom ustalili nakon pojave zvučnog filma, Bazin se fokusira na dubinsku oštrinu kadra kao izvor rediteljskih mogućnosti, pozivajući se na mogućnosti montaže unutar kadra ali i režije po planovima kadra. Po Bazinu, dubinska oštrina kadra nije samo „snimateljska moda [...] već ogromno dostignuće režije: dijalektički napredak u istoriji filmskog jezika”³⁶.

Po određenim teoretičarima, svaki tehnološki napredak u razvoju filmskog realizma će ukazivati publici na dosadašnje manje realistično posmatranje filma. S tim u vezi možemo da kažemo da se filmski realizam oslanja na smenu tehnoloških pronalazaka. Dejvid Bordvel (David Bordwell) i Dženet Stajger (Janet Staiger) tvrde da se filmska tehnologija razvija nelinearno i da je sav razvoj fokusiran na unapređivanje realizma. Ako razmišljamo o realizmu i njegovom utemeljenju u današnjim modernim tehnologijama, mi zapravo govorimo o jednoj vrsti metarealizma koji počiva na dekonstrukciji iluzije.

Današnju publiku savremenih medija u velikom procentu čine ljudi, rođeni u okruženju

³⁵ Andre Bazin, 1974. *Šta je film*, Beograd, Institut za film, str. 16

³⁶ Ibidem, str. 90

koje su činili mediji, oni su uz medijski sadržaj odrastali. Danas takva publika nema iluzionistički odnos prema medijima, jer ih je ona godinama dekonstruisala. Čini se da su medijske tehnike kojima se mediji danas služe, stvorene na principima koji počivaju na razbijanju bilo kakve iluzije i donošenju realizma u svoj svojoj punoći. Razvojem društvenih mreža i njihovim infiltriranjem u živote konzumenata, naročito tinejdžera, realizam je dobio novo značenje, on je postao metarealizam. On je toliko ukorenjen u savremenom društvu da ima svoj jezik koji se, shodno tehnološkim promjenama, vrlo brzo modifikuje, a njegovu modifikaciju nameću sami korisnici. U analizi razvoja današnjeg metarealizma, možemo da se podsetimo i Vertovljevog „Kino oka” u kome on otkriva mogućnosti koje kamera nudi. Danas je taj opseg mogućnosti mnogo veći i ne odnosi se samo na snimanje već i na mogućnosti obrade, plasiranja i percepcije snimljenog sadržaja.

Ako analiziramo filmski realizam u smislu dokumentovanja stvarnosti, onda je bitno razmišljati o mogućnostima promjenjivosti njegovih podataka. Tu mogućnost je svakako donosila tehnologija, pomoću koje je film napredovao u smislu produkciono jednostavnijeg načina pričanja priče, ali je ona protokom vremena filmu oduzimala meru dokumentovanja stvarnosti. Ovaj fenomen će Manović definisati kao „kino-četkicu” a ne više kao „kino-oko”, kako ga je Vertov nazivao.

2.8. Društvene mreže

U svojoj doktorskoj disertaciji *Krizni menadžment i novi mediji: upotreba društvenih mreža u funkciji kriznog menadžmenta institucija kulture u Srbiji u periodu od 2012. do 2017. godine*, Miroslav Vićentijević sagledava društvene mreže kao virtualna mesta susretanja pojedinaca i grupa koje povezuju *zajednički status, slična interesovanja, kulturne i druge sličnosti*.

Instagram je nastao 2010. godine a njegovim osnivačima se smatraju Kevin Systrom (Kevin Systrom) i Majk Kriger (Mike Krieger). Nekoliko godina kasnije vlasništvo nad društvenom mrežom Instagram preuzima Fejsbuk (Facebook Inc.) na čelu sa Markom Cukenbergom (Mark Zuckerberg). U svojoj knjizi *Antidruštvene mreže*, Siva Vajdijanatan (Siva Vaidhyathan) opisuje okolnosti u kojima je nastao Fejsbuk pozivajući se na kreiranje veb stranice koja je nekolicini prijatelja u okviru Harvard univerziteta omogućila prikupljanje reakcija

o određenim osobama u okvirima grupe studenata. Veb stranica se nazivala *HotOrNot.com* i, kako u samom naslovu definiše, služila je kvalifikaciji to jest ocenjivanju privlačnosti osoba koje se nalaze na ovoj veb stranici isključivo na osnovu fizičkog izgleda. Stranica je kreirana 2000. godine, da bi do kraja te godine postala vrlo tražena i posećivana. „Uspeh servisa *HotOrNot.com* pokazao je Cukenbergu i mnogim drugima da povećai broj ljudi želi da svoje slike izloži tuđem sudu, a možda i poniženju u zamenu za neznatne i sporadične nagrade u formi odobravanja.”³⁷ Na osnovu ovog saznanja, Mark Cukenberg je kreirao servis Fejsmeš isključivo za mrežu unutar Harvarda, na kome je hakovane fotografije studenata objavljivao jednu pored druge kako bi ostali korisnici, odabirom jedne od dve ponuđene fotografije, u trenutku vršili izbor i time odlučivali ko je od koga atraktivniji. Ono što Vajdijanatan ističe kao bitnu osobinu u analizi ovog slučaja jeste da je čovek donosio sud a da je kompjuter samo sabirao pozitivne i negativne ocene. Ovaj servis se jako brzo širio među korisnicima tako da je količina komentara (i pozitivnih i negativnih) rasla velikom brzinom. Po podacima na koje referiše Vajdijanatan, Fejsbuk je 2013. godine dobijao preko 350 miliona fotografija dnevno, a 2015. godine svakog dana je postavljano preko 1,8 milijardi digitalnih fotografija ukupno na sve servise društvenih mreža.

„Svi mi koji nosimo mobilni telefon sa ugradjenim foto-aparatom smo agenti za nadzor. Kako nam je Suzan Sontag poručila mnogo pre Fejsbuka i Instagrama, foto-aparat naprosto vapi za upotrebom. Poziva nas da ovekovečimo prizore oko sebe da bismo ih kasnije posmatrali.”³⁸

Ono što je karakteristično za ove društvene mreže svakako je primat koji one daju slikama i video snimcima u odnosu na tekst. Na tom se postulatu zasniva njihova ideja o konzumiranju sadržaja koji se na jednostavan i brz način može pogledati i za koji nam nije potrebno određeno vreme ili koncentracija i pažnja prilikom njegovog praćenja.

Brzina širenja informacija putem video sadržaja ili fotografija na društvenim mrežama je trenutna i zahvaljujući velikom broju korisnika ona podrazumeva milionski auditorijum do kojeg informacije stižu u trenutku njihovog objavljivanja. Ova karakteristika koja se vezuje za društvene mreže Fejsbuk i Instagram dosta je bitna za naročito za sagledavanje ideje rada „@24h_tradicije”, koja se zasniva na plasiranju audio-vizuelnih sadržaja među korisnicima navedenih mreža.

³⁷ Siva Vajdijanatan, 2018. *Antidruštvene mreže*, Beograd, Clio, str.51

³⁸ Ibidem, str.63

Koliki uticaj korisnici mogu da imaju jedni na druge pri objavljivanju sadržaja, a koji je moguće videti u trenutku njegovog postovanja, najbolje ilustruje „izazov” koji je bio aktuelan u periodu 2014/2015. godine, kada je golf igrač Greg Norman (Greg Norman) izazvao TV voditelja Mata Lauera (Matt Lauer) na tzv. „ledeni izazov”, koji je podrazumevao polivanje ledenom vodom zarad obezbedjivanja donacije za obolele od Amiotrofične lateralne skleroze. Kada je video sa navedenim sadržajem završio na društvenim mrežama, pomoću njihovih alata, tagovanja i ripostovanja, postao je viralan i naveo veliku količinu poznatih ličnosti da urade istu stvar i na taj način doniraju novac. Ovi video sadržaji su imali milionske preglede a udruženje obolelih od ALS-a je prikupilo preko 97 miliona dolara.

Algoritmi na društvenim mrežama prvenstveno se fokusiraju na preporukama, jer rade na nivou kratkih signala (share, like, subscribe) koji omogućavaju klasifikaciju objava koje onda algoritam prepoznaje i shodno našem interesovanju za datu objavu, slične objave plasira ili odbacuje.

Fejsbuk u svom vlasništvu ima Instagram, Votsap i Mesendžer (Messenger). Fejsbuk je tokom 2018. godine imao 2,2 milijarde registrovanih korisnika na društvenoj mreži.

Informacionim univerzumima, teoretičari nazivaju prostore u životima kosrinika koje formiraju društvene mreže. Njihov uticaj na korisnike je višestruk i u analizama uticaja teoretičari ističu više osobina koje društvene mreže čine dominantnim faktorima upravljanja informacionim univerzumima.

„Iako popularnost Fejsbuka još uvek nije ugrožena, praksa pokazuje da raste broj korisnika koji otvaraju profile na više društvenih mreža – ako se uzme u obzir da stepen informisanja putem društvenih mreža raste, ovi podaci sugerišu da je sve više kanala preko kojih je moguće dosegnuti željenu publiku. Ako se rezimira samo ovaj isečak istraživanja savremene publike može se zaključiti da tehnološki napredak stvara kako nove mogućnosti za medije – u smislu distribucije, ali i novih formata i sadržaja – tako i novo iskustvo za publiku.”³⁹

Prema određenim istraživanjima koja su sprovedli istraživači koji su se bavili uticajem

³⁹ Ana Martinoli, Nevena Krivokapić, Bojan Perkov, Mirko Stojković, 2019. *Priručnik: regulatorni okvir i poslovni modeli online medija*, Beograd, Share Foundation, Fondacija za otvoreno društvo Srbija, str. 18

društvenih mreža na ljudsko ponašanje, tokom 2021. godine utvrđeno je da prosečna osoba koja koristi čak 9 društvenih mreža dnevno provede bar 2 sata i 16 minuta koristeći društvene mreže. U obrazloženju ovog istraživanja stoji da znatan broj mlađih osoba, uzrasta od 14 do 25 godina, provodi preko 3 sata dnevno koristeći društvene mreže.

U terminologiji, a vezano za definisanje kolažnog video rada, sa pozicije analize funkcionisanja društvenih mreža, treba razdvojiti dva pojma. Prvi se odnosi na termin „društvene mreže” (social network) a drugi na termin „društveno umrežavanje” (social networking).

Prema Miroslavu Vićentijeviću, koji u svojoj doktorskoj disertaciji definiše ova dva pojma, „umrežavanje ukazuje na iniciranje uspostavljanja određenih novih veza i odnosa između osoba koje mogu ali i ne moraju da se lično poznaju.”⁴⁰

Način stvaranja kolažnog video rada „@24h_tradicije” je dobrim delom zasnovan na društvenom umrežavanju koje se odnosi na kreiranje jednog Instagram profila koji će preuzeti ulogu društvenog umrežavanja i putem koga će se na jednom mestu a u formi Instagram storija okupiti određen broj korisnika koji se međusobno poznaju ili ne, ali koje karakterišu iste okolnosti. Oni se nalaze na jednom istom događaju u istom trenutku i oni imaju istu želju, a to je beleženje dešavanja na datom događaju. Oni se koriste uređajima za beleženje sadržaja koji su im dostupni – lični mobilni telefon sa kamerom, putem koga ostvaravaju komunikaciju sa ostalim korisnicima društvenih mreža. Ono što njih razlikuje, a u određenoj meri doprinosi realizaciji ovog video rada, jeste jedinstvena vizura iz koje su zabeleženi segmenti događaja a kasnije i jedinstvena ideja o načinu čuvanja zabeleženog sadržaja i o načinu plasiranja i deljenja snimljenog sadržaja sa drugim ljudima, korisnicima društvenih mreža.

U istorijskom smislu, španski sociolog Manuel Katels (Manuel Castells) u svojim radovima teži da definiše umreženo društvo kroz sociološko-društvene okolnosti u kojima se našlo savremeno društvo sedamdesetih godina 20. veka, kada su se poklopile kapitalistička kriza, tehnološka revolucija i pojava novih društvenih pokreta.

„Umreženo društvo nastaje širom sveta, iako poprima različite oblike u zavisnosti od istorijskih, kulturnih i institucionalnih faktora. Mreža postaje novi oblik organizovanja koji odgovara novoj tehnologiji, ali se logika umrežavanja širi u sve

⁴⁰ Miroslav Vićentijević, 2019. *Krizni menadžment i novi mediji: Upotreba društvenih medija u funkciji kriznog menadžmenta institucija kulture u Srbiji od 2012. do 2017. godine*, Beograd, FDU, str. 120

sfere društva. Mreže u društvu su postojale i ranije, ali u informacionom dobu one postoju dominantni način organizovanja i funkcionisanja svih sfera – ekonomije, kulture, medija, politike...”⁴¹

Prema određenim teoretičarima kulture, društvene mreže predstavljaju izvor moći. Oni smatraju da moć društvenih mreža leži u činjenici da one na jednom mestu okupljaju veliki broj korisnika kojima u svakom trenutku mogu biti dostupne informacije u različitim oblicima teksta, fotografija, audio i video snimaka. Dakle, društvene mreže omogućavaju društveno umrežavanje i trenutno deljenje informacija među korisnicima koji tako informisani mogu da budu upotrebljeni kao učesnici različitih događaja u kojima oni mogu da odigraju raznovrsne uloge i time donesu promene u tako umereženom društvu.

„Nakon perioda finansijske konsolidacije i zakonske deregulacije, koje su rezultirale liberalizacijom i ukрупnjavanjem tržišta, nastankom medijskih konglomerata, ulaskom interneta i digitalnih tehnologija na medijsko tržište alati za proizvodnju sadržaja su sada dostupni i publici, na radikalna način demokratizujući medijsku scenu. Uređaji za personalno komuniciranje i rad tako postaju uređaji za produkciju medijskih sadržaja.”⁴²

Ovakvo funkcionisanje društvenih mreža, a onda i virtuelnog sveta uopšte, može da dovede do stvaranja određenih razlika u funkcionisanju delova i aktera društva koji ga čine, stvarajući podele na činioce društva mlađe internet generacije i one starije „analogne” generacije. Ovaj eksperiment u vidu kolažnog video rada baviće se delom društva koji poseduje društvene mreže, konkretno Instagram, i koji svojim postojanjem na navedenoj mreži u korelaciji sa ostalim korisnicima stvara novu realnost u okviru virtuelne stvarnosti.

U budućnosti svakako možemo očekivati razvoj i jačanje uloge pojedinaca u medijskom ogruženju koji putem njemu dostupnih medijskih kanala kreira medijsku sliku današnjice. Njegova pozicija i mogućnosti koje su mu date izdvojiće ga od pasivnog konzumiranja već

⁴¹ Miroslav Vićentijević, 2019. *Krizni menadžment i novi mediji: Upotreba društvenih medija u funkciji kriznog menadžmenta institucija kulture u Srbiji od 2012. do 2017. godine*, Beograd, FDU, str. 121

⁴² Ana Martinoli, Nevena Krivokapić, Bojan Perkov, Mirko Stojković, 2019. *Priručnik: regulatorni okvir i poslovni modeli online medija*, Beograd, Share Foundation, Fondacija za otvoreno društvo Srbija, str. 99

stvorenog sadržaja i omogućiti mu aktivno učestvovanje u kreiranju sadržaja koji će uticati na percepciju realnosti. On će napredovati iz uloge gledaoca u ulogu stvaraoca ili aktivnog učesnika u kreiranju sadržaja i na taj način uticati na oblikovanje medijske scene.

3. Posredovana sećanja

Posredovanim sećanjima nazivamo sve stvari koje se pojavljuju kao medijatori/arbitri našim sećanjima i mogu biti fotografije, pisma, dnevnici, audio i video snimci... Ideja je da se kroz doktorski rad, spajanjem vizura pogleda na jedan događaj, lična kulturna sećanja integrišu u jedno kolektivno sećanje koje će samo po sebi da gradi kolektivni identitet.

U oblik ličnog ili individualnog sećanja možemo da svrstamo i potkategoriju – autobiografsko sećanje koje se odnosi na sećanje pojedinca na koje su uticale konvencije društva kome on pripada.

Razvojem tehnologija, a onda i razvojem medija, lična sećanja su vremenom poprimala i dobijala drugačije oblike. S druge strane, razvoj tehnologije doprineo je da se lakše stvara (ili da lakše bude dostupan) doživljaj prošlosti.

„Kao privatne kolekcije, posredovana sećanja sačinjavaju mesta gde se lično i kolektivno susreću, stupaju u međudejstvo i sudaraju.”⁴³

Kada govorimo o ličnom sećanju obično se baziramo na teorijama psihologije, neuronauke i kognitivne teorije. Lična sećanja su bitna za razvoj ličnosti i identiteta, s druge strane, bez ličnih sećanja ne bi postojao nikakav doživljaj kontinuiteta jer ne bi postojala sećanja na prošlost, a onda ni doživljaj budućnosti. Sopstvena percepcija sebe gradi se na osnovu doživljaja i pamćenja proživljenih činjenica i emocija u kombinaciji sa željenim.

„U autobiografskom sećanju sefl susreće društveno, jer se lična sećanja obično uobličavaju time što se saopštavaju drugima.”⁴⁴ Načini saopštavanja ličnih sećanja su se menjali, shodno razvoju tehnologije, od perioda beleženja fotografije koja je predstavljala vid posredovanog sećanja, pa sve do mogućnosti beleženja ličnih video zapisa mobilnim telefonom. Pod terminom „saopštavanje” danas možemo da definišemo dve celine koje će ga odrediti: oblik i plasman. Prva se odnosi na materijalizovanje sećanja u neki oblik – video forma, fotografija, predmet, a druga kategorija je način plasiranja tog materijalizovanog sećanja – plasman.

Ako govorimo o društvenim mrežama i mogućnostima saopštavanja sećanja putem njih, onda je reč o saopštavanju sećanja koja su često materijalizovana na istom mestu na kome će biti i plasirana.

⁴³ Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 18

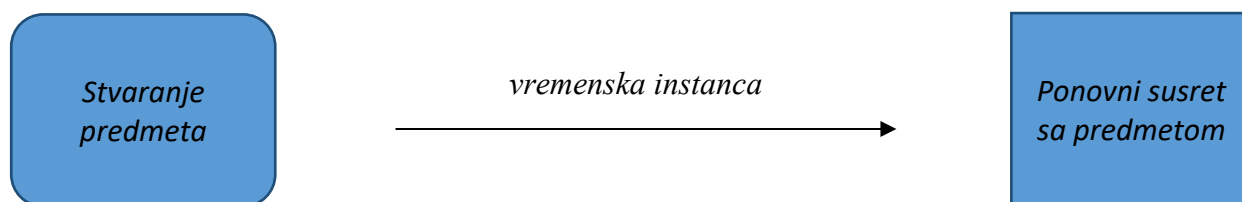
⁴⁴ Ibidem, str. 20

„Kulturno oblikovano autobiografsko sećanje integriše sociokulturno sećanje s ličnim, a doživljaj selfa koji proističe iz ovog procesa neposredno i posredno je oblikovan normama i vrednostima datog okruženja.”⁴⁵

Internet danas možemo posmatrati kao sažetak vremena i prostora. Na početku široke dostupnosti i konzumacije internet sadržaja, njegovi korisnici su od provajdera kupovali vreme na internetu. Bili su to sati. Danas korisnici interneta plaćaju brzinu protoka izraženu u kategoriji prostora u megabajtima, gigabajtima... Prema rečima Vladimira Nikolića, koji je izlagao svoj autorski rad „Hod sa vodom” na 59. Bijenalu u Veneciji 2022. godine, internet je centar našeg kontakta sa okruženjem, što bi u praksi značilo fizički kontakt sa slikom. On govori o slici koja je prešla iz stanja reprezentacije u stanje akcije i sama po sebi predstavlja interfejs to jest mesto generisanja kapitala. U takvom okruženju i posmatrač menja svoje stanje i postaje klijent, korisnik.

Svrhu nastajanja audio-vizuelnog sadržaja, konkretno, kolažnog video rada „@24h_tradicije”, iz perspektive posredovanog sećanja, možemo analizirati sa dva stanovišta. Prvo je beleženje trenutka a drugo saopštavanje događaja. Nastajanje ovog audio-vizuelnog predmeta analize je pre svega inicirano ličnom željom za beleženjem trenutka u vremenu.

„Izvesno je da je emotivni aspekt važan deo medijskog multitaskinga, potrošač medijskog sadržaja mora biti emotivno involviran, veza sa sadržajem mora biti jaka, motivacija da se sadržaj isprati i dopuni angažmanom na nekoj drugoj platformi visoka.”⁴⁶



Grafikon broj 1

⁴⁵ Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 21

⁴⁶ Ana Martinoli, Nevena Krivokapić, Bojan Perkov, Mirko Stojković, 2019. *Priručnik: regulatorni okvir i poslovni modeli online medija*, Beograd, Share Foundation, Fondacija za otvoreno društvo Srbija, str. 71

Proces nastajanja posredovanog sećanja može se definisati sa dve tačke koje se zasnivaju na vremenskoj instanci. Prvu ćemo nazvati „tačka stvaranja predmeta” a drugu „tačka ponovnog susreta sa predmetom”. Pri ponovnom susretu sa stvorenim predmetom u drugoj tački procesa moguće je tumačiti i razložiti lične i društvene okvire posredstvom kojih je nastalo beleženje/stvaranje predmeta. Tek u te dve vremenske tačke predmet može da postane posmatran kao posredovano sećanje i da kao takav ima svoju zaokruženu celinu.

Kada govorimo o nastajanju proizvoda sećanja, bitno je da analiziramo i povod kojim proizvod nastaje. Povodi za nastajanje proizvoda sećanja često su različiti ali su uvek uokvireni kulturnim formatima. Dejk navodi da je u tumačenju sećanja jako bitno detektovati kulturno sećanje kao kolektivno i individualno sećanje.

„Ljudsko sećanje nije samo kognitivna putanja koju aktiviraju unutrašnji ili spoljašnji podsticaji; tom sećanju je potreban neprekidan dotok iz kolektivnih izvora, baš kao što se kolektivna sećanja uvek održavaju društvenim i moralnim činionicima.”⁴⁷

Kolektivno sećanje se može tumačiti sa dva stanovišta. Prvo je sociološko i podrazumeva vezu pojedinca sa kolektivom, to jest njegovu vezu sa dešavanjima u prošlosti od opšteg do konkretnog uključivanja u događaj. Drugi aspekt tumačenja kolektivnog sećanja je istorijski i predstavlja prizmu istorijske reinterpretacije na relaciji od pojedinačnog ka kolektivnom.

Moris Albvaks (Maurice Halbwachs), učenik Emila Dirckema (Émile Durkheim) će u svojim teorijama u knjizi *Društveni okviri pamćenja* navoditi da individualno i kolektivno sećanje uvek pripadaju jedno drugom. Klasifikaciju naših sećanja vršimo u korelaciji sa prisustvom u određenoj zajednici koja može biti škola, porodica, generacija, itd. Naše pamćenje se oslanja na pripadnost grupi ljudi ili okolini jer se događaja sećamo zbog povezanosti sa drugim ljudima ili okolinom. Kada govorimo o grupi i osobinama pamćenja događaja, bitno je naglasiti da će svaki učesnik grupe imati različito sećanje na isti događaj kojem je prisustvovao, što će Albvaks nazivati vlastitim tumačenjem događaja. S tim u vezi, kolektivno pamćenje može da nastane u slučajevima povezanosti sa događajima – iz zajedničkih iskustava, iz zajedničkih objekata, iz zajedničke okoline, prostorne povezanosti. Razmatrajući različita stanovišta teoretičara vezano za definisanje kulturnog sećanja, možemo konstatovati da se ono svakako sastoji od individualnog sećanja na osnovu kojeg će i biti stvoreno, a sve u korelaciji sa kolektivnim sećanjem koje će ga oblikovati. S tim u vezi, kulturno sećanje ne može da postoji

⁴⁷ Maurice Halbwachs, 1992. *On Collective Memory*, Chicago, Chicago University Press, str. 34

bez sadejstva oba podelementa: individualnog i kolektivnog sećanja. Nakon ovako definisanih odnosa, otvara se pitanje definicije na relaciji privatno i javno. Ukoliko polazimo od pojedinačnog sećanja, govorimo o individualizmu i nečemu što podrazumeva sećanje i njegovo beleženje na nivou ličnog – privatnog, a sa druge strane o težnji da se individualno, lično sećanje, podeli sa kolektivom, publikom, javnošću.

Razvoj medija, interneta i društvenih mreža skratio je put na ovoj relaciji jer je lično sećanje, koje polazi od individue, lako podeliti sa određenom grupom ljudi. Pored toga, prisustvujemo sve većoj želji da određena individualna sećanja postanu kolektivna. Nakon sagledavanja i definisanja termina „privatno”, „javno”, „individualno” i „kolektivno”, možemo reći da se termin „kulturno” sve češće vezuje za „kolektivno” dok se termin „autobiografsko” vezuje za termin „individualno”. Iako je granica između ovih termina vrlo fluidna, ona i dalje postoji u nekom svom obliku koji se često menja s obzirom na to da se sve više menja i način izražavanja sećanja ma kako ono bilo definisano. Način formulacije sećanja i njenog oblikovanja, bilo da je reč o individualnom, kolektivnom ili uopšte kulturnom sećanju, je u mnogome uticao na definisanje granica između ovih termina. Na osnovu toga, čini se da je lakše govoriti o terminima „privatno” i „javno”, između kojih je mnogo lakše postaviti granicu, nego o podterminima klasifikacije sećanja.

3.1. Mediji i sećanje

„Reč medium [...] označava transmisiju, prenošenje, posredovanje, pri čemu se akcent stavlja na specifična svojstva koja omogućavaju posredničku ulogu subjekta ili objekta koji vrši transmisiju i u bliskoj je vezi sa pojmom medijacije (lat. *mediare* – biti u sredini, između, posredovati između dve krajnosti).”⁴⁸

Povezanost medija i sećanja možemo posmatrati kao dva neraskidiva entiteta, tako da sećanje često biva oblikovano medijskom platformom na kojoj je plasirano. Pored toga treba naglasiti i ogromnu mogućnost materijalizacije sećanje pomoću medija. Čini se da mediji uspevaju da u nama probude najdublja saosećanja, te da na osnovu svojih alata izraze i

⁴⁸ Biljana Ćorović, doktorska disertacija „Mediji kao kulturološki fenomen: od Maršala Makluana do Pola Virilija, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu, 2018. str. 10

materijalizuju sećanje, koje bi u vremenskom percipiranju predmeta dobilo novi okvir posmatranja, koji neretko podrazumeva promenu iz ličnog ka kolektivnom ili obrnuto.

Joze van Dejk će često praviti distinkciju prema kojoj je lično kulturno sećanje oblikovano najčešće kućnim medijima (porodične fotografije, kućni video filmovi, magnetofonski zapisi), dok će kolektivno kulturno sećanje biti formulisano masovnim medijima. Na osnovu ovakve podele, čini se da je stvorena jasna granica između medija i vrste sećanja. Danas, sa pojavom medija čija fluidnost gubi svoje materijalne okvire, teško možemo na ovaj način definisati parametre za nastajanje i oblikovanje sećanja. U ovakvoj podeli i analizi sećanja možemo da tvrdimo da u digitalnom dobu 21. veka uticaj masovnih medija na kućne je nemerljiv a samim tim i razvoj i formulacija sećanja.

U perceptivnom smislu sećanje se vezuje uglavnom za jedno čulo, pa tako često pamtimo miris koji će nas podsetiti na neki trenutak. Pamtimo određene zvuke ili slike koje će u nama probuditi asocijacije na određene događaje. U postavci materijalizacije sećanja govorimo o medijima koji u velikoj meri utiču na više naših čula istovremeno, kao što je video sadržaj koji i slikom i zvukom stvara posredovano sećanje. Kod ovako postavljenih odnosa, možemo samo analizirati u kojoj će meri medij kao platforma vizualizacije sećanja uspeti u posredovanju sećanjima kao i u kojoj će meri modifikovati to sećanje. S druge strane, treba govoriti i o načinu percepcije medijskog sadržaja na relaciji posredovano sećanje – recipijent.

Kako smo ustanovili da mediji u velikoj meri imaju uticaj na percepciju sećanja, treba obratiti pažnju i na uzročno-posledičnu vezu u kojoj možemo da se zapitamo o parametru na osnovu koga pamtimo određene događaje ali i o parametru na osnovu koga biramo medijske alate za beleženje određenog događaja. „Da li dostupne medijske tehnologije nalažu koje ćemo čulne aspekte događaja upisati u svojoj memoriji ili pak čulne percepcije nalažu sredstvo koje biramo da bismo zabeležili iskustvo?“⁴⁹

S druge strane, izbor određenog medija putem koga se beleži sećanje kod recipijenta može da izazove sećanje koje će se vezati za čulo koje nije upotrebljeno putem medija.

Na primer, ukoliko je medij fotografija, ona svoju tehniku zasniva na čulu vida, dok kod recipijenta pri recepciji predmeta može da izazove aktivaciju drugog čula u fazi sećanja, poput sećanja na određeni zvuk koji je bio dominantan kada je fotografija nastajala.

Dakle, sećanje neće biti posredovano medijem putem koga je plasirano, već će medij i

⁴⁹ Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 47

sećanje međusobno uticati jedno na drugo u svojoj povezanosti uticajem, stvarati neraskidivu vezu na osnovu koje će se vršiti modifikacija sećanja. Dejk naglašava da filmovi, zapisi i fotografije ne predstavljaju sećanje već posredovane gradivne elemente koje oblikujemo u procesu pamćenja.

Odabir i odluka da se određeni predmeti posredovane kulture sačuvaju i zabeleže za ličnu upotrebu predstavlja vid stvaranja kulturnog sećanja ali i samoformiranja lične kulturne spoznaje. Ona podrazumeva stvaranje osećaja pripadanja zajednici ali pre svega građenje ličnog kulturnog identiteta kojim će se približiti i predstaviti zajednici kojoj teži.

Posredovana sećanja nalaze se na raskršću ličnog i kolektivnog pa – gledajući sa te pozicije – podrazumevaju ukrštanje prošlosti i budućnosti. Sa duge strane, posredovana sećanja polaze od ličnog doživljaja istorije sa težnjom za širim sagledavanjem kulturoloških i istorijskih okvira. „Kulturno sećanje se može sagledati kao proces i izvedba čije je razumevanje nezamenljivo za trajnu ljudsku delatnost izgradnje društvenih sistema kulturnog povezivanja.”⁵⁰

3.2. Uticaj tehnologije na sećanje

U analizi sećanja i njegovog pozicioniranja u kulturološkom smislu važno je naglasiti uticaj razvoja tehnologije na sećanje. Teoretičarka medija Belinda Barnet (Belinda Barnet) u razmatranju procesa nastajanja sećanja primat stavlja na tehnologiju produkcije a onda i reprodukcije sećanja. Ona se bavi posredovanim predmetima koji podrazumevaju određenu vrstu tehnologije kojom će se stvarati kasnija sećanja, jer je samo putem te tehnologije moguće ponovno konzumiranje predmeta sećanja.

Određeni teoretičari medija zastupaju često pogrešnu teoriju po kojoj posredovani predmeti sećanja predstavljaju nepromenljivu kategoriju u vremenskom smislu. Tehnologija korišćena za stvaranje predmeta posredovanog sećanja nije otporna na protok vremena, te u tom smislu ona postaje deo sećanja koje se menja.

Ukoliko govorimo o fotografijama, boje na njima vremenom će bledeti, kvalitet zabeleženih video snimaka na određenim nosačima protokom vremena će biti umanjen, mastilo na papiru će vremenom izbledeti... Ovakav vid transformacije u materijalnom smislu činiće sećanje koje se menja i koje vremenom dobija drugačiji oblik. Uticaj kvaliteta posredovanog

⁵⁰ Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 53

predmeta može se posmatrati i sa aspekta prošlosti i sadašnjosti te dovesti u vezu i sa stadijumom emotivnog doživljaja pri susretu sa istim.

Pored materijalnog propadanja predmeta sećanja, usled protoka vremena i njegove tehnološke nesavršenosti, treba analizirati i mogućnost uticaja čoveka na sam predmet sećanja i na njegovo tumačenje. Reinterpretacija sećanja je bitan faktor koji može da utiče na trenutnu percepciju predmeta analize pojedinaca a onda i na buduće tumačenje istorijskog toka kako sa ličnog, tako i sa kolektivnog i kulturološkog stanoviša. Materijalni predmeti kao posredovana sećanja podložni su manipulaciji i reinterpretaciji, tako da njihovo stanje od nastanka do trenutaka ponovnih susreta sa recipijentom svakako podrazumeva određenu promenu u njihovoj recepciji. Ta promena može biti uslovljena protokom vremena i materijalnom nesavršenošću predmeta ali i ličnom željom za rekonfiguracijom sećanja. S druge strane, kada govorimo o digitalnom zapisu događaja, uobličavanje ka zamišljenom je mnogo češća kategorija aktivnosti koja proizlazi iz lako dostupne mogućnosti obrade zabeleženog.

Kada govorimo o digitalizaciji kulture, važno je napomenuti da je digitalizacijom omogućeno umrežavanje recipijenata, što je otvorilo dodatni segment analize dometa i klasifikacije posredovanih sećanja. Digitalni predmeti sećanja po svojoj prirodi nastanka imaju ukorenjenu osobinu umrežavanja ili način nastanka koji podrazumeva kolektiv. Umreženost kao proces omogućava brzu razmenu sa drugim osobama uključenim na određeni način u proces produkcije ili percepcije predmeta.

U poređenju analognih i digitalnih kulturnih oblika treba napomenuti da je digitalizacija u određenoj meri nadomestila i pronašla nove načine beleženja i reprodukovanja sećanja a da nije u potpunosti zamenila analogne kulturne oblike. Kao što analogne fotografije postoje i danas, tako je digitalna fotografija samo promenila način na koji percipiramo zabeleženi trenutak i šta od tehnologije kojom je trenutak zabeležen možemo da očekujemo. Ovu tezu upotpunjuju ideje teoretičara medija koji smatraju da se digitalizacijom rodio novi oblik posredovanja u kome nove tehnologije involviraju i obnavljaju stare forme bez potpune konverzije. Kao što fotografija u svom analognom obliku po nastajanju nije poništila slikarstvo, nego mu je dala mogućnost razvoja u različitim pravcima, tako i digitalna fotografija nije u potpunosti zauzela mesto analognoj fotografiji. Teoretičari tvrde da će analogni i digitalni oblici kulture uvek postojati paralelno ali da će se njihove konfiguracije menjati. Digitalizaciju možemo posmatrati i kao kulturni proces u kome smo redefinisali načine beleženja, prikupljanja i konzumiranja sadržaja.

Pored toga digitalizacija je omogućila pojavu multimedijalnih i multimodalnih tehnologija. Do sada smo u analognom percipiranju predmeta prepoznavali jedan, glavni perceptivni modalitet. Kod dnevnika je to papir za pisanje, kod foto-albuma su to bile fotografije, na kasetama su bile pesme.

Danas u digitalnom okruženju modaliteti se preklapaju i dopunjuju tako da stvaraju multimedijalnost. Blog (blog) je podrazumevao pisani tekst, dok danas forma Vloga⁵¹ (vlog) podrazumeva snimljeni audio-vizuelni sadržaj u najširem obliku. S tim u vezi, današnje poimanje pisanja dnevnika ne mora da podrazumeva isključivo pisanu formu. To danas može da bude audio-vizuelna forma oblikovana fotografijama, muzikom, tekstom i ostalim digitalnim sadržajem kojim bi se dočarala i nadogradila ideja autora. Pojavom novih tehnologija i formata menja se i način našeg ličnog sećanja koje će bitno uticati na percepciju kulture u njenom najširem obliku.

„Posredovana sećanja jesu delatnost i predmeti koje mi stvaramo i prisvajamo sredstvima medijskih tehnologija radi kreiranja novog oživljavanja doživljaja prošlog, sadašnjeg i budućeg selfa u odnosu sa drugima.”⁵²

3.3. *Format dnevnika i njegova geneza*

U analizi razvoja forme dnevnika i zapisivanja događaja, misli i iskustava, treba se fokusirati na ideju u kojoj pojedinac ima želju da na dnevnom nivou beleži svoja životna iskustva koja on smatra iz nekog razloga bitnim. Dnevnik možemo da definišemo kao pisani dokument u kome autor izražava svoje misli, okupacije, zbivanja na dnevnom nivou, sa idejom da čitava struktura bude dostupna i čitljiva samo njemu. Vremenom je shvatanje značaja objavljivanja određenih dnevničkih rukopisa prevazilazilo želju autora da zapisana forma ostane vidljiva samo za njegove oči. Tako danas u knjižarama možemo da kupimo razna štampana izdanja dnevnika svetski poznatih pisaca, autora, umetnika... Trenutak u kome stvorena forma prelazi iz isključivo autorske percepcije na širi auditorijum je presudno važan za rad „@24h_tradicije” jer je on doveo do mogućnosti razvoja dnevničke forme u srodne oblike.

Objavljivanje dnevničkih izdanja široj publici omogućilo je direktno sagledavanje života,

⁵¹ Skup video zapisa koje autor redovno objavljuje na internetu, na određenoj platformi, a u kojima beleži svoja iskustva ili u kojima govori na određenu temu, <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/vlog>, pristupljeno 22.02.2023. godine;

⁵² Jozef van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 271

misli i ideja pojedinca u pisanoj formi koju je autor izabrao. Umnogome će analiza forme pisanog dnevnika doprineti boljem razumevanju napisanog ali i formiranju kompletne slike problema koji autor obrađuje.

Digitalizacijom je dnevnička forma dobila mogućnosti razbijanja klasične forme i pronalaženja niza mogućnosti kojima bi autorima bilo olakšano pisanje, s jedne strane, ali i mogućnosti lakšeg približavanja publici, s druge. Iako i dalje govorimo o dnevničkoj formi koja u svojoj suštini nema ideju publikovanja, danas se, razvojem digitalnih tehnologija, čini da se ova osobina forme dnevnika lako izgubila. Razvojem interneta, formu dnevnika zamenjuje njen digitalni dvojniki – Blog koji od 1995. godine postaju dosta popularni na internetu. Blog se vremenom po svojoj strukturi i sadržini delio i rasčlanjivao, tako da je danas format najpribližniji strukturi pisanog dnevnika poznat kao „Lajflog” (LifeLog). Kada govorimo o idejnoj suštini i načinu pisanja, obe forme, dnevnik i lajflog, nemaju određenu strukturu jer se sastoje od posredovanih sećanja kojima je cilj da spoje dva parametra analize – identitet i trenutak. „Pisanje dnevnika obično se smatra diskurzivnim odjekom subjektivnih emocija osobe prenesenih u reči i poverenih papiru ili ekranu, čija je jedina uloga da budu odraz sadržaja koji im je pisac odredio.”⁵³

Pisanje dnevnika podrazumeva izražavanje svojih misli u najintimnijem obliku a svojstveno konvencijama medija koje ga definišu. Kako je reč o pisanoj strukturi, dnevnik je u svojoj primarnoj formi podrazumevao određene konvencije koje su se digitalizacijom modifikovale. Digitalizacija je omogućila lakše i brže beleženje ideja u zamišljenom formatu ali je sa druge strane omogućila jednostavniji put do čitalačke publike.

Naučnici često ističu pozitivno dejstvo čitanja ili slušanja tuđih sećanja, iz pozicije publike, navodeći da na taj način slušaoci ili čitaoci podstiču svoja sećanja na slične ili potpuno različite iskustvene fenomene. Ovaj fenomen je nazvan „zarazna osećanja” a definisala ga je Ana Gibs, australijski psiholog. Ona navodi da su mediji uspeli da doprinesu razvoju ovog efekta i da u odnosu na klasičnu pisanu ili izgovorenu formu, uspevaju da ubrzaju ovaj proces delujući „kao pojačivači efekta dok u ogromnoj meri ubrzavaju razmenu i dospevanje do publike”.⁵⁴

S druge strane, treba analizirati dnevničku formu u različitim oblicima kao pojavu prenosa subjektiviteta sa autobiografskog sećanja na kulturno sećanje. Čini se da je ovaj prelaz

⁵³ Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 97

⁵⁴ Ibidem, str. 98

najprisutniji u digitalnim formatima, naročito formatima novih društvenih mreža u kojima pojedinac izabranim alatima stvara u formi dnevnika audio-vizuelne strukture za već prisutnu publiku.

U analizi alata stvaranja dnevničke strukture, možemo reći da se ona na svojim počecima bazirala na papiru i olovci. Dnevници su često rukom pisani u sveskama, notesima, papirima. Rukom pisan dnevnik omogućavao je grafolozima da iz rukopisa izvuku različite zaključke o autorima. Sa rukom pisanih dnevnika prelazilo se na dnevnikе kucane na pisaćoj mašini a onda i na kompjuterske dnevnikе. Smatra se da su pisaće mašine samo kratko korišćene za pisanje dnevnika jer je buka koju su stvarale dirke prilikom odabira željenog slova bila velika i da je na taj način rušila koncentraciju i približenost autora napisanom tekstu.

Kompjuterski dnevници su omogućili razvoj specijalizovanih programa za pisanje ali i specijalizovanih internet formi kao što je forma bloga. Pisanje bloga na kompjuterima vratilo je tišinu i mir autoru pri pisanju kao kada je nekada pisano rukom na papiru, a sa druge strane, kompjuter je omogućavao praćenje forme pisanja kao i trenutnu ispravku pogrešno napisanih reči ili slova. Razvoj interneta je pored novih formi doneo i publiku za čitanje napisanih tekstova.

Ovaj vid digitalizacije promenio je i način pisanja dnevnika jer je podrazumevao čitanje napisane strukture to jest podrazumevao je kulturu deljenja.

Na neki način su autori dnevnika znali da će, iako je u pitanju dnevnik, on sigurno imati publiku koja će ga pročitati, te su na taj način i menjali način odnosa prema pisanju i izražavanju svojih misli, želja, događaja... Ovde kao ključnu tezu analize možemo da postavimo ideju ili želju za objavljivanjem sadržaja koji se smatra ličnim – drugima. Polazeći od ove ideje u bazičnom, dnevničkom obliku, ovu tezu ćemo analizirati kroz razvoj medija i digitalizaciju u kojoj će želja za objavljivanjem sadržaja koji su lični i dalje postojati, a u kojoj će se načini i formati prezentovanja sadržaja menjati. Ovde svakako govorimo o suštinskom izboru između privatnosti i javnosti, to jest između intimnosti i otvorenosti.

Pisanje dnevnika možemo da sagledamo i kroz težnju da se na taj način sačuva i izgradi lični muzej sećanja kome se autor može vratiti u svakom trenutku a koji će ga setiti na događaje iz prošlosti. Ova teza će se svakako pojavljivati i kroz druge medijske formate a samo će vremenom menjati formu beleženja i načina skladištenja.

Dnevnička struktura u svom najširem obliku beleženja događaja, misli i ideja je opstala ali je vremenom menjala svoj oblik shodno mediju na kome je nastajala, a onda i shodno mediju na

kome je plasirana i predstavljena publici. Kako je internet širio svoje granice i razvijao svoje mogućnosti, tako se i komunikacija u okviru njega produbljivala i omogućavala njegovim korisnicima lakšu i bržu dostupnost. U tom smislu razvijale su se i društvene mreže koje su svojim korisnicima donosile različite mogućnosti umrežavanja i razmene poruka, ideja, misli. „U prošlom veku, kulturne prakse sve su više postojale posredovane: gledanje televizije, razgovaranje preko telefona, fotografisanje i pisanje pisama samo su neki od potencijalnih činova komuniciranja kojima ljudi uobličavaju sebe.”⁵⁵

Razvojem društvenih mreža, njihov korisnik pravi svoj jedinstven profil koji će urediti na sebi svojstven način. Na osnovu njega i svojih poznanstava, vlasnik profila će birati svoje prijatelje/pratioce (followers) koji će pratiti sve što vlasnik profila objavi na njemu. Objave na svom profilu vlasnik može praviti od reči, fotografija, muzike, video snimaka. Dakle mogućnosti stvaranja i praćenje strukture objave su široke i podrazumevaju potpunu audio-vizuelnu formu.

Kako su korisnicima na raspolaganju najširi stvaralaški alati tako su se i društvene mreže razdvajale prema njima i profilisale, tako da njihovi korisnici tačno mogu da se pronađu u onoj mreži koja im najviše odgovara, tj. u onoj mreži čiji im alati prezentovanja sadržaja najviše odgovaraju. U ovom radu bavićemo se analizom alata i stvaralačkih mogućnosti na društvenoj mreži Instagram koja kao primarno izražajno sredstvo koristi fotografije i video snimke.

Kada analiziramo stvaralačke mogućnosti digitalnih video ili foto zapisa potrebno je analizirati i mogućnosti uobličavanja autobiografskog sećanja a onda i stvaranje i uobličavanje identiteta putem ovih digitalnih alata. Kolika je uloga fotografije u konstruisanju našeg, ličnog sećanja i identiteta? Čini se da naš mozak stvara sliku o nama oslanjajući se na „dokazni” materijal koji mu je dostupan. Jedan od dokaza je svakako i fotografija na osnovu koje će se graditi lični identitet ali na kojoj je moguće lako intervenisati i na taj način menjati samom sebi, sliku o sebi. Tokom upotrebe analognih metoda nastajanja fotografija, intervencije na njima je bilo moguće raditi u samoj izradi ali i na gotovoj fotografiji, koja je mogla da bude sečena, bojena, doctavana...

Danas je na digitalnim nosačima slike moguće vršiti neograničen broj intervencija koje bi u sebi mogle da nose različite ideje, tumačenja, a onda i značenja u analizi obrađene fotografije. Kako je moguće vršiti niz intervencija na fotografijama a onda i na digitalnim audio-vizuelnim

⁵⁵ Joz van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 120

snimcima, možemo sa sigurnošću da tvrdimo da je sve teže konstruisati lični identitet na osnovu ovih alata i parametara, a da je, s druge strane, sve veća mogućnost stvaranja lažnog identiteta. On će se često pojavljivati i konstruisati kao odgovor pratiocima na društvenim mrežama ali je mnogo opasnija druga mogućnost, koja se odnosi na formiranje ličnog identiteta koji je lažan i konstruisan na parametrima koji su nastali zahvaljujući digitalnim formatima.

Veliki doprinos istraživanju fenomena „camera lucida” dao je Rolan Bart (Roland Gérard Barthes), koji je analizirao odnose slike i želje koji proističu iz odnosa osoba ispred objektivna kamere, objektivna kamere i snimatelja. Bart je ovaj odnos definisao kroz četiri faze:

- 1) „Onaj kojim se smatram (predstavlja mentalnu sliku koju imamo o sebi)
- 2) Onaj kojim bi hteo da me smatraju (idealizovana slika o sebi)
- 3) Onaj kojim me fotograf smatra (fotografisna slika)
- 4) Onaj kojim se fotograf služi da bi pokazao svoju umetnost (javna slika sebe ili imidža).⁵⁶

Na ovaj način Bart je proširio spektar spoznaje, koji se po njemu ne definiše samo unutar naše mentalne percepcije već se itekako zasniva na odnosu kulture i društva. Nabrojani „repertoari” slike o sebi se po Bartu prepliću ali se nikada ne poklope u istoj meri. Njihovo preplitanje moguće je pojedinačno analizirati kroz faze u kojima se predmet analize nalazi ispred objektivna ili se suočava sa fotografijom ili se pak posle nekog vremena sreće sa istom fotografijom. U ovim fazama susreta postoje nedostatak kontole nad načinom fotografisanja, sa jedne, i postojanje kontrole, sa druge strane, koja se odnosi na naše mentalne procese u formiranju željene slike o sebi. „Fotografija nikada nije jednostavno provodnik, već je napravljena da označava nešto zahvaljujući sposobnosti uma da sliku tumači svaki put kada je (ponovo) gleda i procenjuje... Moć fotografskih slika proističe iz toga što su one materijalne realnosti same po sebi, dok se istovremeno žele kao simbolički lični posedi.”⁵⁷

Jozer van Dejk navodi da različitim oblicima čuvanja fotografija možemo da tumačimo i različite rutine njihovog prikazivanja, to jest sagledavanja. Za ovaj rad interesantan je način prikazivanja fotografija u foto-albumima u kojima su fotografije poređane određenim redom, čineći tako narativnu strukturu, koja je često ispraćena samo hronološkim načinom predstavljanja. Njihova fizička opipljivost će u velikoj meri činiti vrednost slikovnog nasleđa, za razliku od njenog mlađeg brata – digitalne fotografija čiju neopipljivost čini digitalni kod. Njihov

⁵⁶ Rolan Bart, 2004. *Svetla komora*, Beograd, Reč i misao, str. 20

⁵⁷ Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 172, 180

način prikazivanja će stvarati određeni oblik opipljivosti, to jest njihovog postojanja, a njihov način čuvanja i klasifikovanja na neki drugi način može ukazivati na određene oblike narativnosti. U analizi osobina digitalne i analogne fotografije analitičari će često navoditi da je analogna fotografija predmet koji se čuva, dok će digitalna fotografija biti predmet obrade i distribucije.

Suzan Zontag (Susan Sontag) je analizirala fotografiju kao oblik kulturnog „obreda”, značajnog za beleženje porodičnog života. Ona navodi da se početkom sedamdesetih godina 20. veka zapaža značajan porast upotrebe kućnih foto-aparata u američkom i zapadnoevropskim društvima. Zontag dovodi u vezu želju za stvaranjem fotografije u porodici sa pripadanjem porodičnom okruženju. Ta želja za stvaranjem porodičnih fotografija se povezuje sa inicijacijom pojedinaca u grupu i njegovim oblikovanjem povezanosti sa grupom, to jest porodicom.

U poslednje dve decenije primat nad porodičnom fotografijom preuzima lična fotografija koja će služiti pre svega za samopromociju pojedinca. To znači da smo kao društvo sa stanovišta beleženja i predstavljanja grupne istorije prešli na beleženje i predstavljanje pojedinca. Navodi se da je početak novog milenijuma predstavljao prekretnicu za beleženje ritualnih porodičnih dešavanja koje su zamenili svakodnevni iskustveni oblici.

Teoretičari medija naglašavaju da je razvoj tehnologije, naročito mobilne, koja je omogućila da telefoni sa kamerama preuzmu primat nad beleženjem trenutka, naročito pojedinca, zaslužan za razvoj lakšeg povezivanja i olakšanog multimedijalnog komuniciranja. „Fotografije snimljene mobilnim telefonom dovode do nastanka kulturne forme koja podseća na starinske razglednice: snimci s nekoliko reči pride, što se ponajviše cene kao ritualni znaci povezivanja ili obnavljanja veza.”⁵⁸ Mobilni telefon sa kamerom će u svojoj suštini delovanja spojiti tekst i sliku, audio i vizuelno, verbalno i vizuelno. Van Dejk će sadržaj stvoren kamerom mobilnog telefona definisati kao novu valutu društvenog međudelovanja. Razmatrajući način komunikacije putem slika, kanal komunikacije i njihovu poruku, možemo da kažemo da je akcenat stavljen na dejstvo vizuelne komunikacije, dok je suština pojedinačne slike zanemarena.

Obilje lako dostupnih fotografija će biti klasifikovane kao trenutak a ne kao uspomena. Sociolozi su analizirali fotografiju sa stanovišta društvenog povezivanja i interakcije i došli do zaključaka da je digitalizacija u jako maloj meri doprinela spajanju fotografije i svakodnevnog načina komuniciranja, te da je zasluge za današnji, savremeni oblik razmene poruka zaslužna

⁵⁸ Joz van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 191

individualizacija i intenziviranje doživljaja. Individualizacija svoje korene vuče sa kraja '60-tih godina prošlog veka, kada je individua lagano preuzimala primat nad porodicom. Intenziviranjem doživljaja su se bavili američki ekonomisti a za njegovo definisanje najzaslužniji su Džozef Pejn (Joseph Payne) i Džejms Gilmor (James Gilmor). Oni su u analizi načina reklamiranja komercijalnih proizvoda zaključili da se akcenat stavlja na doživljaj koji bi aktivirao svih pet čovekovih čula kao i na mogućnosti održivosti što dužeg kontakta između korisnika i proizvoda.

Na osnovu ovog zaključka analizirana je digitalna fotografija kao deo platforme razvoja selfa koji će činiti srž digitalne transformacije u komunikaciji. Izgradnja a onda i oblikovanje ličnog identiteta putem digitalnih platformi sadržana je u ideji o stvaranju i čuvanju digitalnih fotografija kao dokumenata prošlosti ali i u mogućnosti zajedničkog razmenjivanja fotografija. Na taj način pojedinac postaje „interaktivni stvaralac i konzument kulture”⁵⁹.

„Na osnovu ovde navedenih zapažanja primamljivo je izvesti zaključak da se digitalne kamere udaljavaju od svoje primarne funkcije alatki pamćenja i da umesto toga postaju alatke za formiranje identiteta, za komuniciranje i za iskustvo, oblik iskustva.”⁶⁰

Analitičari medija često upoređuju i sučeljavaju analognu fotografiju sa digitalnom, izvodeći različite zaključke i razmatranja. Za ovaj rad zanimljivo je analiziranje ova dva medija u kome je analogna fotografija dovedena u vezu sa pamćenjem dešavanja iz prošlosti dok je digitalna fotografija zaslužna za kreiranje sadašnjosti. Digitalizacija je svakako omogućila i ubrzala proces moguće promene konteksta i značenja sadržaja. Ovaj proces može dostići vrhunac neželjenog dejstva u korelaciji javno – privatno. Manipulacija sadržajem i kontekstom je svakako došla kao nuspojava digitalizacije a digitalna fotografija kao instant porizovod mobilnih telefona omogućila je njenu ekspanziju.

3.4. *Kućni – porodični video snimci*

U analizi video snimaka koji nastaju u kućnim, amaterskim uslovima, a u okvirima porodičnog okruženja, primećujemo povezanost inicijatora snimanja, objektiva kamere i pripadanja porodici i porodičnom okruženju. Uslovnost i povezanost ovih parametara može se analizirati iz neoliko različitih vizura. Osnovno gledište sa sociološkog aspekta upućuje nas na

⁵⁹ Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 193

⁶⁰ Ibidem, Clio, str. 193

težnju inicijatora porodičnog snimka ka pripadanjem grupi, to jest porodici. U analizi nastajanja navedenih kućnih video snimaka, Dejk ističe razumevanje stvaranja video sadržaja kao budućeg sećanja o životu članova porodice u prošlosti.

Džejs Moren (James Moren) će u svojim teorijskim analizama kućnih video snimaka isticati „spoj diskurzivnih kodova koji nam pomažu da pregovaramo o smislu i značenju pojedinaca koji reaguju na svoje zajedničko društveno okruženje.”⁶¹ Pored ovoga, Moren tvrdi da analizu kućnih video snimaka ne možemo zasnivati samo na porodičnim okolnostima u kojima je prisutna kamera.

Kućni video snimci su mnogo više od toga. Oni se zasnivaju na suprotstavljenim zahtevima identiteta pojedinaca unutar okruženja porodice. Zahtevi identiteta su često u koliziji jer mogu biti javni, privatni, zajednički...

U istorijskom smislu zanimljivo je pratiti razvoj tehnologije koji je uticao na način i količinu stvaranja kućnih video snimaka. Tehnologija je dobrim delom zadužena i za njihov razvoj, to jest genezu kućnih video snimaka u kojoj sa sigurnošću možemo da tvrdimo da je razvoj tehnologije i fizičko smanjenje kamere i prapratne opreme doveo do povećanja autentičnosti i iskrenosti koja je u analizi kućnih video sadržaja presudna. Patriša Sinnerman (Patricia Sinnerman) će u svojim teorijskim istraživanjima naglašavati pojavu televizije kao bitan faktor razvoja ideje o stvaranju kućnih video snimaka. Ulazak televizije u domove Amerikanaca, a onda i ulazak TV serijala, koji su svojom sadržinom doneli porodične likove u domove gledalaca, samo je pospešila razmišljanje o snimanju video sadržaja u kućnim uslovima.

Tehnološki razvoj 50-tih i 60-tih godina omogućio je da u porodičnom okruženju budu snimljeni sadržaji poput onih koji su gledani na televiziji. Pored toga što je imati kućnu kameru podrazumevalo i određeno znanje o nameštanju filma u kameru, njegovom uklanjanju, razvijanju itd, ono je podrazumevalo i određena finansijska sredstva.

Tih godina nije svima bila dostupna tehnologija kojom bi zabeležili njima bitne porodične trenutke. U idejnom i tematskom smislu, kamera za amatersko, kućno snimanje obično se uključivala onda kada je bilo potrebno zabeležiti porodici bitne događaje. To znači da su česti kućni video snimci na kojima je proslava dečijeg rođendana, diplomiranja, venčanja...

Nakon super osmice, filmske trake koja je obeležila 50-te i 60-te godine 20. veka, video kasete su preuzele vodeće mesto, kao nosači slike i zvuka koji su mogli na lak i dostupan način

⁶¹ Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 214

da posluže za amtersko beleženje audio-vizuelnog sadržaja. Vrhuncem njihove upotrebe se smatraju 70-te i 80-e godine 20. veka. Shodno tehnološkom napredovanju, paralelno je napredovao i razvijao se i stil i način prikazivanja sadržaja. Bez ikakvog predznanja o beleženju sadržaja, autori video radova su intuitivno menjali svoj odnos prema prostoru, akterima, odnosima... Pored toga, hemijsku obradu snimljenog sadržaja zamenila je elektronska obrada koja se dešavala momentalno i omogućavala kreatoru da proizvod svoje kreacije vidi u trenutku na svom TV aparatu.

Teoretičari medija su tvrdili da je tehnološki razvoj i fizičko smanjenje aparata video kamere omogućio razvoj tzv. metafizičkog prisustva kojim je usavršen dokumentaristički stil snimanja, u kome se primat stavlja na neupadljivom prisutvu kamere u prostoru i među akterima, tako da se lakše i iskrenije dolazilo do autentičnih i iskrenih reakcija u odnosima pojedinaca.

Sa aspekta gledišta nastajanja kućnog filma, možemo da tvrdimo da svaki član porodice daje svoju vizuru datog događaja koji predstavlja formom kućnog videa. Ukoliko bismo pravili eksperiment u kome bi svaki član jedne porodice imao zadatak da kamerom mobilnog telefona predstavi jedan isti događaj, mi bismo kao publika dobili onoliko različitih snimaka koliko je članova te porodice. Svako od njih će nastojati da događaj predstavi kroz svoju verziju priče, ističući segmente koji su njemu bitni. Polazeći od ove činjenice, razvijana je ideja o nastanku kolažnog video formata „@24h_tradicije” kao sublimacije vizura aktera jednog događaja.

„Digitalni uređaji za skladištenje-pronalaženje podataka kao što su pretraživači, nisu samo nove metafore koje oblikuju naša shvatanja sećanja – oni zapravo definišu performativnu prirodu sećanja.”⁶²

U istraživanju tehnoloških mogućnosti beleženja ljudskog sećanja najdalje je otišao Vanevar Buš (Vannevar Bush), koji je radio na poziciji direktora Američke kancelarije za naučno istraživanje i razvoj (OSRD). On je 1945. godine u naučnom eseju objasnio svoju zabrinutost koja se ogledala u nemogućnosti sistemskog beleženja i klasifikovanja sve veće količine podataka, a onda i nemogućnosti njihove dostupnosti javnosti. Buš se gotovo utopijski bavio kreiranjem mašine koja bi beležila i po potrebi reprodukovala pisane sadržaje, fotografije, filma, zvuka i govora. Uređaj je konstruisan tako da sadrži kameru koju je nazivao Kiklop i koja je podrazumevala nošenje na glavi rukovaoca uređajem, kao i Vokoder – uređaj koji beleži zvuk.

⁶² Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 241

Mašina za beleženje sećanja bi pored Kiklopa i Vokodera bila opremljena i Memeksom, uređajem koji bi po potrebi mogao da skladišti snimljeni sadržaj ali i da ga po potrebi pretražuje i vrati korisniku u kratkom vremenskom roku.

Njegova ideja o stvaranju mašine beleženja ljudskog sećanja zasnivala se na načinu funkcionisanja ljudskog mozga, koji bi ovom mašinom bio oslobođen čuvanja suvišnih informacija. Zanimljivo je da je način klasifikacije podataka u Memeksu Buš bazirao trudeći se da isprati način na koji naš mozak pretražuje informacije na nivou asocijacija. On je bio svestan da bi azbučni ili numerički red zamarao ljudski mozak pa se fokusirao na asocijativni način beleženja i pretraživanja podataka. Čini se da je ovaj inovativni način razmišljanja o beleženju i klasifikovanju podataka izdvojio Buša od ostalih istraživača načina beleženja sadržaja. Sa druge strane, upravo ta ideja o asocijativnom beleženju i pretraživanju sadržaja je urušila ideju o stvaranju ove mašine. Buš je poistovetio ljudsko sećanje i ideje sa informacijama a onda i načine dolaženja do njih. Put kojim se dolazi do sećanja u ljudskom mozgu potpuno je različit od puta pronalaženja informacije u bazi podataka.

Čovek teži da informacije skladišti u određenoj bazi koja bi omogućila konzistentnost informacija dok sa druge strane teži da sećanje zabeleženo u mozgu vremenom promeni i reinterpretira. „Od materijalnih uređaja za skladištenje očekuje se da svoje sadržaje verodostojno sačuvaju. Ljudsko sećanje, s druge strane, ima sklonost da sadržaje bira, preuređuje i zaboravlja – a na osnovu teorije znamo da je to pravo dostignuće ljudskog sećanja. Zaboravljanje, u tom smislu, nije mana, već apsolutno nužan oblik zaštite.”⁶³ Na osnovu analize eseja Vanevara Buša, Van Dejk navodi da je Bušova ideja o beleženju podataka po uzoru na ljudski mozak paradoksalna, jer je ljudski mozak nemoguće isključiti ili prevariti u procesu beleženja podataka na kome je on radio.

Pored Memeksa, bitno je još spomenuti i *Šuboks*, *Living memori boks*, *Lajfstrims* i *MajLajfBits*, kao pokušaje različitih načina beleženja uspomena. *Šuboks* je predstavljao digitalni sistem baze i pretrage fotografija po nekoliko različitih parametara. Prvenstveno u *Šuboksu* je bilo moguće skladištiti digitalne fotografije a onda ih i pretraživati. Jedan od sistema pretrage je podrazumevao digitalni unos u numeričkom ili abecednom sistemu, a za ovaj rad zanimljivija opcija je omogućavala pretragu pomoću audio komande ili pomoću unosa opisa fotografije. Da bi

⁶³ Joze Van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 242 na osnovu Hartmut Winkler, 2002. „Discourses, Schemata, Technology, Monuments: Outline for a Theory of Cultural Continuity”, *Configurations* 9, 91-109.

pretraga bila uspešna, *Šuboks* je podrazumevao urednu i preciznu bazu podataka. Ideja za *Šuboks* je nastala analizom načina funkcionisanja ljudskog mozga, koji će lakše da zapamti fotografiju opisnim putem a ne numeričkim, pa je tako i konstruisan način pretrage, na osnovu opisa fotografije a ne na osnovu datuma nastajanja, rednog broja fotografije u bazi itd. Pored ovoga, ovaj metod pretrage omogućavao je i kalsifikaciju po akterima i osobama koje se pojavljuju na traženim fotografijama. Problem u funkcionisanju ove alatake za pretragu je u tome što podrazumeva od korisnika ulaganje u deskripciju baze fotografija a onda i u tome što bi svaki korisnik unosio svoja lična sećanja koja vezuje za određenu fotografiju, što ne bi omogućilo generalno, multikorisničko iskustvo u pretrazi.

Living memori boks je otišao korak dalje i omogućavao je korisnicima da pomoću jednog uređaja beleže sadržaje koje će automatski da skladište u bazu podataka. Suština je na fotografisanju odabranog trenutka ili događaja koji će se onda u formi fotografije skladištiti u bazi podataka. Ovde je akcenat stavljen na stvaranje digitalnih foto-albuma a ne samo na njihovo klasifikovanje u *Šuboksu*.

„Korisnici LMB sistema pravljenje digitalnih spomenara i albuma doživljavaju kao „vreme posvećeno ličnom izražavanju” koje je terapeutsko i(li) predstavlja zadovoljstvo. Stoga, interfejs ove kutije omogućava prirodnu interakciju između tehnologije i korisnika, kao što je korišćenje ljudskih glasova uz slike i tekstova u stvaranju narativa sećanja.⁶⁴

Problem koji su korisnici nakon korišćenja detektovali odnosi se na nemogućnost čuvanja i skladištenja fizičkih predmeta koji bi inicirali sećanja, već samo njihov digitalni oblik u formi fotografije. Korisnici su u želji da sačuvaju bitna sećanja imali ideju o kreiranju mašine koja bi skladištila, a onda i isporučivala sadržaje u svim mogućim oblicima a ne samo u digitalnim.

Lajfstrims je zamišljen kao sistem beleženja i čuvanja digitalnih dokumenata i to onih koje sami stvorimo ali i onih koje dobijemo od nekoga. Na osnovu ovoga, tokom života se pravi digitalna baza podataka koju čine dokumenta različitih oblika, koja onda stvaraju digitalni dokumentovani portret pojedinaca. Tvorci ovog sistema koriste termin „komadići informacija”, misleći na celovit dokument, koji u celokupnoj bazi dokumentacije pojedinca čini komadić

⁶⁴ Joz van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 252

informacije. Pod dokumentom se podrazumeva mail, poruka, digitalna fotografija, digitalni kalendar obaveza itd. „Prećutna pretpostavka u osnovi ovog projekta jeste da ste vi ono što dokumentujete, a 'dokumenti', to smo mi.” Životna iskustva se upisuju pomoću mašina i digitalnih fajlova koji potvrđuju svaki sekund nečijeg postojanja.”⁶⁵

MajLajfBits je softver koji su 2002. godine kreirali inženjeri Majkrosofta (Microsoft) u jednoj od istraživačkih laboratorija. Ovaj softver je za cilj imao beleženje događaja u istorijskom smislu a zarad osobine ljudskog mozga da menja, peoblikuje ili čak obriše određena sećanja na neki događaj. Format beleženja istorije je: slika, zvuk i tekst. Ideja o ovom softveru nastala je po uzoru na internet pretraživač Gugl (Google), koji bi omogućio pretraživanje na osnovu unetog pojma a čiji bi podaci bili dostupni i precizno prezentovani na nivou dana ili sata dešavanja. Zanimljivo je da je ideja o ovom softveru plasirana kao ideja o kupovini besmrtnosti, a za ciljnu grupu ovog proizvoda kreatori su navodili naše potomke. Zajedničko za sve navedene programe sećanja jeste da svoju svrhu temelje na nesavršenosti ljudskog mozga, koji vremenom zaboravlja određene ideje, činjenice i događaje ili ih preoblikuje...

„Lična sećanja nisu nepogrešivi zapisi o prošlim iskustvima, već su rekonstrukcije prošlosti koje su propuštene, interpretirane i obznanjene kroz projekcije i želje. Naša sposobnost da stvaramo priče o prošlosti ne zavisi od naše sposobnosti tačnog pamćenja podataka. Naprotiv – priče stvaraju sećanja. [...] Pored skladištenja prošlih zapisa, digitalne mašine možemo da kosrtistimo za transformisanje zapisa u nove priče koje više odgovaraju našem sadašnjem razumevanju sećanja i stvarnosti.”⁶⁶

Zajednička osobina digitalnim umreženim tehnologijama koje na neki način čuvaju sećanja u određenom obliku jeste otvorenost ka nekoj vrsti auditorijuma ili javnosti koja će pozivati na uzajamnu reakciju. Digitalne tehnologije umrežavanja danas nećemo koristiti samo kao puke riznice sećanja kojima ćemo se po potrebi vraćati, već će njihova umreženost sa drugim korsnicima sa kojima delimo sećanja uticati na stvaranje kolektivizma u komunikaciji.

Umreženost je dosta važna osobina digitalnih tehnologija putem kojih čuvamo sećanja, jer

⁶⁵ Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 254

⁶⁶ Ibidem, str. 261

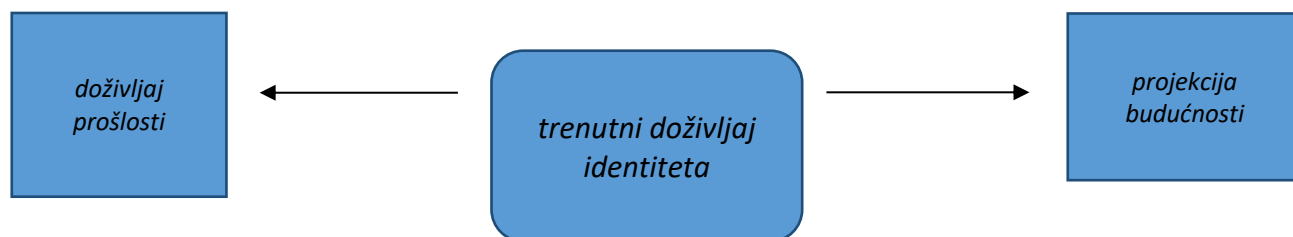
će ona omogućavati razvoj povezanosti selfa i digitalnog okruženja a onda i kulture u celini.

Po zapažanju Jozе van Dejka, sećanje često funkcioniše na relaciji javno – privatno, čineći pritom da privatno često postaje javno. Pored ovoga, osobina sećanja je njegova promenljivost koja će zavisiti od naše projekcije budućnosti. Na ovoj korelaciji prošlosti i viđenja budućnosti nalazi se naše sagledavanje i doživljavanje trenutnog identiteta.

Prema tome, možemo reći da sećanje koje levitira na relaciji javno–privatno u velikoj meri utiče na naše trenutno doživljavanje sebe. S druge strane, sećanja možemo staviti na koordinatu na čijim se krajevima nalaze zaboravljanje i pamećenje. Kao platformu na kojoj se nalazi ljudsko sećanje, između pojmova zaboravljanja i pamćenja, možemo da navedemo digitalne tehnologije koje će u određenim tumačenjima i u određenoj meri doprineti korigovanju sećanja ali koje će sa druge strane doprineti i pamćenju i prisećanju na određene doživljaje. Sećanje kao složenu pojavu i funkciju ljudskog mozga Van Dejk sagledava sa tri stanovišta: biološko-kognitivnog, materijalno-tehnološkog i sociokulturnog.

Prema ovim navedenim parametrima tumačenja složenosti ljudskog sećanja, kreiran je i kolažni video rad „@24h_tradicije”, koji po svojim osobinama ima za cilj uključivanje, preplitanje i dovođenje u korelaciju sva tri stanovišta analize.

Kao značajnu osobinu digitalnih tehnologija treba izdvojiti njihovu multimedijalnost, zahvaljujući kojoj je moguće analizirati dvostruku funkciju digitalnih tehnologija umrežavanja putem kojih sećanja funkcionišu na relaciji pamćenje-zaboravljanje. U 21. veku medijske tehnologije umrežavanja svojim mogućnostima skladištenja sećanja u određenom obliku teže da postanu konvencionalni oblik sećanja, nasuprot trenutnoj društveno-kulturološkoj praksi.



Grafikon broj 2

„Posredovana sećanja znače da su naša sećanja otelovljena našim mozgom i umom, da su omogućena tehnologijama i materijalnim predmetima koji im dopuštaju da se ispolje i da su ugrađena u društvene prakse i oblike kulture.”⁶⁷

Kroz ideju o stvaranju kolažnog video rada „@24h_tradicije” predstavljeno je svojstvo sećanja koje se odnosi na njegovo posredovanje.

Sećanje će uvek pronalaziti svoje mesto na relacijama između sopstvenog doživljaja i doživljaja sveta, između ljudske prolaznosti i kulturnog postojanja, između individualne prolaznosti i ličnog potomstva. Zato je značajno analizirati sećanja, naročito u trenutku kada tehnologija omogućava njenim korisnicima aposlutnu kontrolu, uticaj i mogućnost obrade sećanja.

⁶⁷ Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio, str. 275

4. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma*

Reč „avangarda” je francuskog porekla, nastala je u vojsci i označavala je prvi bojni red (avant-garde). Određeni autori navode da se reč „avangrada” prvi put pojavila u novinama za vreme Francuske revolucije 1794. godine a onda se upotreba nastavila u političkim krugovima i temama. Krajem 18. veka koristi se za označavanje pravaca u književnosti koji su se odnosili na podvrste nacionalnih književnosti. Avangarda je kao pojam ostao teško objašnjiv do današnjeg dana, dok je njegova upotreba prenesena i na ostale umetničke pravce koji su podrazumevali oblike izvan nacionalnih i *mejnstrim* karaktera. Često se koristio u konotaciji sa nemačkim ekspresionizmom, italijanskim neorealizmom, dadaizmom i futurizmom. Određeni autori i teoretičari kulture avangardu će dovoditi u vezu sa modernizmom kao odrednicom uz koju je umetnost polako gubila tradicionalne oblike. Druga vrsta teoretičara smatra da avangarda u svojoj suštini odlazi mnogo dublje od modernizma, preispitujući samu umetnost i njenu svrhu. Modernizam će se u umetnosti slikarstva pojaviti krajem 19. veka, dok će avangardni pravci poput kubizma, futurizma i apstraktnog slikarstva svoje mesto zauzeti tek u 20. veku.

Ivana Kronja će u svojoj knjizi *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet* pokušati da definiše avangardni film kao „kretanje u pravcu apstraktnog i poetskog filma, diskontinualne montaže i minimalne ili antinarativnosti, tehnološko-estetičkih i vizuelnih eksperimenata i traganja za filmskom formom koja će otelotvoriti teorijska i estetička načela modernističkih pravaca kao što su futurizam, Dada, nadrealizam, ili pak savremenih teorijskih pristupa oličenih u radikalno levom, feminističkom, strukturalnom, postmodernom ili nekom drugom pravcu savremenog eksperimentalnog filma.”⁶⁸

U istorijskom smislu, razvoj avangardnog filma se vezuje za 60-te godine 20. veka, kada je u Americi počeo da se pojavljuje u užim krugovima društva koja su se bavila filmom koji nije predstavljao mejnstrim (mainstream) kulturu. Shodno načinu razvoja avangardnog filma, stvarale su se i njegove karakteristike koje su podrazumevale, a podrazumevaju i danas, nastajanje van velikih holivudskih producenstskih kuća, male budžete, slabo ili gotovo nikakvo prisustvo u bisokopima, a usled toga i slab doseg do publike. Pored ovih produkcionih elemenata, avangardni film poseduje i određene estetičke parametre koji ga odlikuju. Tokom 70-tih godina 20. veka

⁶⁸ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 21

avangardni film se razvijao u različitim pravcima, tako da je dobijao oblike video-arta, eksperimentalnog filma, konceptualnog filma, postmodernog filma, galerijskog filma a onda i različite oblike stimulisane novim medijima, koji su omogućili hibridizaciju žanrova unutar forme avangardnog filma, tako da danas teško možemo uopšte da klasifikujemo oblike avangardnog filma nastalog putem novih, digitalnih medijskih formata.

Rad pod nazivom „@24h_tradicije” nastaje kao podforma avangardnog filma, oblikovanog digitalnim medijskim formatima, koji je idejno klasifikovan kao kolažni video format, nastao putem društvenih mreža. Kako je reč o doktorskom umetničkom projektu, koji u svojoj suštini ima pitanje istraživanja, to jest eksperimentisanja u nekom svom obliku, ovde možemo govoriti i o kategoriji eksperimentalnog filma koji u svojoj suštini istražuje i eksperimentiše sa produkcionim modelom nastajanja ovog videa, njegovog formata ali i estetike u njemu. Prema Ivani Kronjim „eksperimentalni film, čije je polazište umetnički eksperiment koji ne mora uroditi uspešnim umetničkim ishodom, predstavlja daleko širi pojam od samog avangardnog filma. Avangardni film je po sebi uvek i nužno eksperimentalan, ali je istorijski i stilski uže definisan i čini deo priznate baštine avangardne umetnosti i poseban avangardni kanon u okviru istorije filma.”⁶⁹

U istorijskom smislu, klasifikacija avangarde u umetnosti može se sagledati kroz nekoliko perioda. Teoretičari će pojam prve avangrade vezivati za period do kraja Prvog svetskog rata, dok će nakon tog perioda uslediti nova avangrada u kojoj će se razviti i avangardni film. Termin „neoavangarda” biće dominantan nakon Drugog svetskog rata, kao težnja umetnika da moderno stvaralaštvo vezuju za tradiciju kojom će provocirati i postavljati pitanja.

Tokom 70-tih i 80-tih godina 20. veka umetnost će iznedriti oblik avangarde koji će se u užim stvaralačkim krugovima nazivati „transavangarda”, koji će umetniku omogućavati vezivanje za tradiciju ali i njeno slobodno tumačenje i analiziranje. Jedna od bitnih odrednica transavangarde biće i njena dvoličnost koja će joj omogućavati postojanje između mraka i tame, komedije i tragedije, uživanja i patnje... Treba imati u vidu da umetnik transavangarde stvara u potrošačkom društvu, da se nalazi okružen hiperprodukcijom i hiperpotrošnjom, koje će svakako uticati na njegovo stvaralaštvo.

Od 80-tih godina možemo govoriti o pojavi „video art” koji će lagano pripadati postmodernizmu. Avangardni film po svojoj prirodi vezujemo za istraživanje novih vizuelnih

⁶⁹ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 22

oblika filmskog izraza. U analizi istorije filma, možemo izdvojiti realizam i formalizam kao osnovne i važne umetničke pravce iz kojih su se razvijali oblici filmskog izraza. Realizam je kao dominantan umetnički pravac postavio osnovu u promišljanju filma kao izražajnog sredstva. Film je u svojim počecima predstavljao puko beleženje stvarnosti i dokumentovanje događaja. Dokumentarni film je po svojim osobinama najviše doprineo definisanju filmskog realizma i njegovom utemeljenju u istoriji i estetici filma.

„Formalizam u filmskoj umetnosti vezuje se za igrani film, eksperimentalni film i animaciju, ali i za posebne oblike dokumentarnog filma, kao što su poetski dokumentarac i film-esej.”⁷⁰ Razvoj formalizma vezuje se za Rusiju i razvoj umetnosti posle 1917. godine sa akcentom na futurističku poeziju i avangardnu umetnost uopšte. Tumačenje formalizma na filmu treba temeljiti na formi koja je formalistima primarna a ne na priči koju oni stavljaju u drugi plan. Često će se dešavati da je narativna struktura toliko skrajnuta u drugi plan da je skoro potpuno odbačena dok je akcent stavljen na formiranju autentičnog filmskog izraza. Na osnovu ovoga možemo da zaključimo da je kreacija novog filmskog izraza bez naracije često zatvorena umetnička forma koja predstavlja intimno, lično viđenje događaja koje je po svojoj prirodi često nedostižno za široku publiku, te ovaj filmski pravac i njegovo stvaralaštvo stavlja u red elitističkih umetnosti. Prema Ivani Kronji, reč je o sopštavanju individualnosti drugim individuama, to jest o izražavanju svojih ličnih svetova i pogleda.

Po Hrvoju Turkoviću, hrvatskom teoretičaru filma, osnovni parametri formalističkog filma su:

- 1) norma originalnosti
- 2) norma uočljive ideje, stava i osećajnosti celine filma

U svojoj studiji „Razumeti film” Luis Đaneti (Louis Giannetti) je klasifikovao filmske umetničke stilove kroz istoriju, tako da akcent stavlja na realizam, klasicizam i formalizam, upoređujući ih sa dokumentarnim, igranim i avangardnim filmom. „[...] *Realistički filmovi* uopšteno govoreći, nastoje da reprodukuju pojavnu realnost sa minimumom iskrivljenja, promene. Realisti nastoje da sačuvaju iluziju da njihov filmski svet nije izložen bilo kakvoj manipulaciji, da je on objektivno ogledalo stvarnog sveta. Formalisti, s druge strane, nemaju ovakve pretenzije. Oni namerno stilizuju i iskrivljuju sirovi filmski materijal, tako da bi samo naivna osoba mogla da zameni ovakvu manipulisanu sliku objekta ili događaja za realnu stvar ili

⁷⁰ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 71

dogadaj [...].”⁷¹

Formalizam će svoje autore navoditi da se bave i istražuju subjektivno viđenje stvarnosti koju će dodatno oblikovati svim dostupnim filmskim alatima. Subjektivizam u formalizmu će često biti formulisan tehničkim dostignućima filmske umetnosti koji će poput alata filmske kreacije služiti da komentariše izabrani sadržaj, da mu dâ estetsku vrednost. Formalistički autor će svesno publici servirati sadržaj za koji veruje da publika prepoznaje njegovu manipulativnost u formi. Kao čest alat pri manipulisanju ovim filmskim umetničkim stilom pojavljivaće se ekspresivnost pri eksploataciji tehničkih aspekata filma.

U produkcijom smislu analize, treba naglasiti da avangardni film često nastaje bez budžeta, pa čak i kada ga ima, on je retko produkt privatnog vlasništva, već državnih fondova koji podstiču razvoj ovakvih umetničkih oblika. Pored budžeta, oblik distribucije i projekcije je često atipičan u odnosu na klasičan film, te često podrazumeva određene alternativne oblike pronalaženja puta do publike. S druge strane, netipičan put do publike može se posmatrati kao deo avangardne duhovnosti filmkog izraza, što će upotpuniti doživljaj formalističkog filma koji eksperimentiše sa tehničkim aspektima nastajanja filma ali i njegovog predstavljanja i prikazivanja publici. Autorska ekipa ove vrste filmova uglavnom se zasniva na nekolicini entuzijasta koji film stvaraju bez predumišljaja o komercijalnom potencijalu koji bi ostvarila ova filmska forma pri distribuciji. Pored ovoga, treba spomenuti i često atipično trajanje ovakvih filmova, koje može biti manje od minuta ili duže od nekoliko časova, što takođe izdvaja ovu vrstu filma iz korpusa standarnih filmskih ostvarenja koji bi se uklopili u bioskopske ili televizijske slotove prikazivanja.

„Odstupanja od klasičnog narativa u avangardnom filmu izražena su kroz insistiranje avangardnih autora na posebnim konceptima montaže, koji će se razlikovati od realističke, narativne montaže – montaže u kontinuitetu, koja je postala standard u narativnom filmu.”⁷² U tom smislu, kolažni video rad „@24h_tradicije” koristi se posebnim konceptom montaže, odabirom vizure jednog od aktera događaja, gradeći na taj način odnose među ostalim akterima ili između aktera i publike koja će pratiti rad putem mobilnih telefona. Princip diskontinuiteta ili parataksička montaža glavni je uzročnik stvaranja razlike u dramaturškim oblicima pričanja priče u filmu klasičnog narativnog toka i u avangardnom filmu.

⁷¹ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 71

⁷² Ibidem, str. 422

Pored razlika u vrsti montaže kojom autor želi da predstavi priču, avangradnom ili mejnstrim gledaocu, razliku možemo sagledati i na osnovu tehnika snimanja i kolorisanja snimljene slike. Ako uzmemo za primer neki od nestandardnih načina snimanja slike filma, možemo sa sigurnošću da tvrdimo da će način na koji se beleži priča imati veliki uticaj na izbor montaže ali i veliki uticaj na doživaljaj koji će biti stvoren kod publike pri konzumaciji ovako snimljene a onda i izmontirane slike. Kolažni video rad „@24h_tradicije” nastao je tako što je veliki broj učesnika jednog događaja beležio njima zanimljive sadržaje na datom događaju koji su onda montažnim sredstvom, odabirom instagram storija, ređani tako da grade narativni tok, koji je u nekim trenucima razbijao linearnost vraćajući nas nekoliko sekundi unazad.

Kada analiziramo način snimanja slike kolažnog video rada, treba istaći da su autori slike, grupa učesnika događaja, koji nisu sa namerom da postanu autori video formata, beležili sliku, već su to radili želeći da za sebe, putem svojih mobilnih telefona, zabeleže njima bitne trenutke.

Hrvoje Turković će u svojim promišljanjima o avangradnom filmu klasifikovati ove sadržaje na *osnovu vizuelne organizacije filmova* na sledeći način:

- 1) filmovi čija je slika nastala upotrebom filmske kamere
- 2) filmovi čiji je vizuelni element nastao bez upotrebe filmske kamere
- 3) filmove koji ukidaju, proširuju ili prevazilaze klasičnu filmsku projekciju, kao jedini način prezentacije filmskog dela.

Na osnovu ovakve klasifikacije, kolažni video rad „@24h_tradicije” možemo da svrstamo i pod stavku 2 i pod stavku 3 Turkovićeve podele. Vizuelni element ovog rada nije nastao upotrebom filmske kamere, već upotrebom preko 15 mobilnih telefona različitih tehničkih specifikacija. S druge strane, prikazivanje video rada podrazumeva prevazilaženje klasične filmske projekcije, jer je ideja da se video sadržaj prikazivanjem vrati svom izvornom produktu nastajanja, mobilnom telefonu, tako da ga publika u trenutku na istom mestu može konzimirati putem svojih mobilnih telefona.

Prema Kronji, drugu grupu Turkovićeve podele čine „filmovi s mehaničkom intervencijom na emulziji slučajno nađenog ili ranije snimljenog materijala, oni u kojima se hemijski razara filmska emulzija, filmovi nastali na blankovima sa mehaničkim intervencijama ili bez njih [...]”.⁷³

Nakon ovako postavljenih odnosa na relaciji avangardni i holivudski film, reklo bi se da

⁷³ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 428

autor jednog filmskog pravca nikako ne može biti istovremeno i autor drugog stilski suprotstavljenog pravca; međutim, saradnja i razmena tehnoloških dostignuća u tretiranju određenih sadržaja je zajednička i često paralelno ostvariva u obe navedene filmske kategorije. Često se dešava da jedan autor podjednako uspešno vlada estetikom i načelima komercijalnog ali i avangardnog filma, koristeći se filmskim sredstvima koja će preoblikovati i primeniti shodno kategoriji filma u kojoj se nalazi.

U analizi avangardnog filma zanimljivo je zapažanje teoretičara filma Vlade Petrića, koji avangardu klasifikuje sa dva stanovišta. Prvo je *unutarnja* avangarda koje akcent stavlja na doživljaj priče, to jest na njeno psihološko, filozofsko i unutrašnje gledište filma, dok se *spoljna* avangarda vezuje za formu, to jest za tehnološki, vizuelni i idejni aspekt donošenja priče gledaocu. Sa ovog aspekta posmatranja avangardnog, odnosno eksperimentalnog filma u najširem obliku, kolažni video rad „@24h_tradicije” možemo analizirati i sa stanovišta tumačenja avangarde Vlade Petrića. Sa aspekta *unutarnje* avangarde, rad se bavi etnografskim motivima svadbenih običaja mladih u današnjoj Srbiji. Sa stanovišta *spoljne* avangarde priča je ispričana publici zahvaljujući toj istoj publici koja je nesvesno tu priču kreirala. Zarad celeovitog sagledavanja ideje kolažnog video rada potrebno je paralelno analizirati obe osobine avangardnog filma koje u ovom slučaju dopunjuju jedna drugu.

U određenoj meri *unutarnja* osobina avangardnog filma se bazira i svoje uporište pozicionira u *spoljnoj* osobini, dok je uzrok postojanja *spoljne* osobine čvrsto povezan sa njenom *unutarnjom* osobinom. Ako posmatramo samo ideju pričanja priče u ovom radu i njeno baziranje na određenim akterima koji nose tu priču, svakako dolazimo do njihovih etnografskih uloga u ritualu koji je tema rada. Ako odemo dalje i analiziramo ritual, odnosno svadbeni običaj u današnjoj Srbiji, dolazimo do pitanja njegovog postojanja u društvu, njegovih osobina, utemeljenosti i opstanka, što nas dovodi do njegove održivosti koja je u određenoj meri i na određen način predstavljena kroz ideju o formulaciji ovog rada. Po Vladi Petriću, to je *spoljna* osobina avangardnog filma, koja je u ovom radu direktno proistekla iz njegove *unutarnje* osobine.

Često se pominju i prepliću termini „avangardni” i „eksperimentalni film” koji suštinski imaju slično značenje ali se njihova osobenost može analizirati i preciznije klasifikovati. U definiciji ova dva pojma Kronja kaže da je eksperimentalni film „opštiji i govori o načinu upotrebe filmskih izražajnih sredstava koji je drugačiji, u pravcu eksperimenta, a drugi je pojam

(avangardni film) preuzet iz istorije umetnosti i označava specifičnu ličnu, intelektualnu i emocionalnu angažovanost koja filmski eksperiment koristi u svrhe intimnog, posvećenog, čvrsto koncipiranog i elitističkog umetničkog i intelektualnog angažmana, izraza i stava.”⁷⁴ Sa druge strane, kada govorimo o eksperimentalnom filmu, bitno je napomenuti i njegovu osobinu istraživanja, isprobavanja nekih novih oblika, forme, ideje. Jer u korenu eksperimentalnog filma njegova jeste težnja za pronalaženjem i eksperimentisanjem određenim sredstvima. Ako uopštimo pojam eksperimentisanja, dolazimo da činjenice koja nam govori o mogućnostima eksperimenata koje mogu biti isključivo dvojake. Eksperiment može da bude uspešan ili ne. Kada se vratimo na pojam eksperimenta na nivou filma, mi govorimo o filmskim ostvarenjima koja su ostvarila očekivanja i čija se mogućnost eksperimentičnosti smatra ostvarenom, jer da nije tako čini se da ti filmovi ne bi ni došli do javnosti.

4.1. Avangardni film i njegove podvrste

Tokom šezdesetih godina u Americi je došlo do velikog razvoja avangardnog filma u svim njegovim tadašnjim podoblicima. Tom razvoju je doprinela pre svega pristupačna tehnologija kojom je mogao da rukuje skoro svako i koju je mogao da priušti skoro svako. Nakon toga, godina počele su da se osnivaju i umetničke kooperative koje su omogućavale udruživanje a onda i distribuciju i prikazivanje avangardnih filmova širom zemlje. Neke od najpoznatijih tada osnovanih kooperativa su Canyon Cinema Co-operative i New York Film-makers' Co-operative.

Stvaranjem ovakvih avangardnih filmskih zajednica otvorena je mogućnost lakšeg plasiranja ovakvih sadržaja i lakše prisustvo u javnosti putem mreže bioskopa i stručnih časopisa koji su tretirali avangardni film. U ovakvim uslovima autori su se osetili podstaknutim da stvaraju nove oblike i podvrste avangardnog filma, koji će svojim elementima ulaziti u okvire video-arta, film-dnevnika, pop-arta, galerijskog filma...

„Nekada svesno, a nekada spontano i krajnje intuitivno, savremeni eksperimentalni film okreće se većini pitanja koja su bila umetnički istraživana kroz istoriju avangardnog i eksperimentalnog filma i pravce kao što su apstraktni film, nadrealizam, psihodrama i strukturalni film, dajući u svojim najuspešnijim

⁷⁴ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 71

ostvarenjima veoma originalne i estetski validne uvide u sva moguća svojstva filmskog izraza, od animacije do fikcije.”⁷⁵

Video-art je svoj razvoj započeo '60-tih godina 20. veka a svoju punoću forme dostiže tokom '70-tih i '80-tih godina istog stoleća. Video-art u svom najbazičnijem obliku predstavlja direktnu sponu između likovne umetnosti i istraživačkih formi novih vizuelnih oblika. Na samom početku razvoja bilo je moguće definisati dva pravca u stvaralaštvu ove podvrste avangardnog filma. Prvi pravac odnosio se na aktivističku dokumentarnu formu baziranu na određenom tipu alternativnog novinskog izveštavanja koji je davao prostor za učitavanje i eksperimentisanje formom i sadržajem, dok se drugi pravac odnosio na klasično umetnički orijentisane video radove. Kao najreprezentativniji umetnik koji je pripadao prvom navedenom pravcu Video-arta izdvojio se amerčki umetnik korejskog porekla Nam Džun Pajk (Nam June Paik). On je svoje video radove zasnivao na kombinaciji novinarskog izveštavanja i televizijskih prenosa, koristeći se VHS kamerom koju je kombinovao sa televizijskim prijemnicima na različitim lokacijama u gradu. Jedan od njegovih poznatijih eksperimenata u izveštavanju, a u formi video-arta, odnosio se na snimanje i praćenje posete pape Njujorku iz taksija kojim se on tada vozio, da bi na kraju inserte iz zabeleženog sadržaja prikazivao u kafiću *Go-Go*. U razvoju dalje estetike Nam Džun Pajk se fokusirao na televiziju i na predstavljanje forme TV skulpture i instalacije. On je televiziju smatrao izvorom kreativnih mogućnosti koje je vremenom modifikovao i iskorišćavao na različite načine. Čuvena je njegova izjava kojom poredi kolaž kao naslednika ulja na platnu sa katodnom cevi koja će zameniti slikarsko platno.

„Osnovna izražajna sredstva video-umetnosti jesu, s jedne strane, proizvodnja sadržaja koji referiraju na masovni medij televizije, od toga da demaskiraju njene žanrove i tehnike manipulacije do apoteze mogućnosti vizuelnog jezika koji nude nove tehnologije. Osim toga, video-art omogućava veću intimnost i neposrednost nego što je to slučaj sa filmom, i može da pruži necenzurisane zabeleške realnosti ili da proizvede alternativne poetske narative.”⁷⁶

⁷⁵ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 195

⁷⁶ Ibidem, str. 191

Čini se da je baš u tome i suština video-arta, da se poziva na već postojeće i struktuisane forme, ali da njihove osobine i izražajna sredstva koristi u svrhu dekonstrukcije i dematerijalizacije, kako bi se dobio potpuno novi stvaralački nivo.

Galerijski filmovi su „radovi likovnih umetnika u filmskom, video ili digitalnom mediju, koji koriste konvencije igranog i/ili dokumentarnog, animiranog i eksperimentalnog filma i filmski jezik u okviru svog snažnog likovnog i teorijskog/političkog koncepta”.⁷⁷ Kao primarno izražajno sredstvo kod ovakve vrste filmova korišćena je u najvećoj meri filmska traka za razliku od video-art umetnika koji su se prvenstveno služili digitalnim video zapisom.

Teoretičari filma ističu da se umetnici i kreatori ovakve vrste vizuelnog stvaralaštva često koriste filmom samo kao tehnikom putem koje dopunjuju likovna izražajna sredstva, dok će veoma retko tretirati filmsku traku kroz doživljaj filma dopunjujući ga likovnim elementima. U ovako postavljenim odnosima nadogradnje jedne umetnosti drugom otvara se prostor za kreiranje sadržaja koji mogu biti posmatrani dvojako sa stanovišta filma, pošto oni imaju osobine tog medija, snimaju se na traci, vrši se određena vrsta obrade te trake, nakon čega se snimljeni materijal prikazuje publici na neki od izabраниh načina. S druge strane, ovako stvoreni sadržaji lako mogu da se analiziraju sa stanovišta likovnih umetnosti, koja je izašla iz svojih dosadašnjih okvira i koja je pomoću drugog medija i druge umetnosti uspela da publici donese nove oblike tumačenja i doživljaja.

Današnji oblik galerijskog filma zasniva se na digitalnim formatima koji se uz pomoć montažnih programa obrađuju i u velikoj meri dovode u vezu sa određenim galerijskim prostorom ili izložbom. Ključni element galerijskog filma 21. veka jeste njegova osobina nadogradnje shvatanja i tumačenja izložbe, koja se onda može smatrati multimedijalnom. Korišćenje filma i njegovo dovođenje u korelaciju sa izložbom danas je ostvarivo na mnogo načina budući da je film evoluirao i da omogućava modifikacije u beskrajnom broju oblika.

Jedan od reprezentativnijih primera ovakvog stvaralaštva jeste rad *Kremaster ciklus* (*The Cremaster Cycle*, 1994–2002) kreatora Metju Barnija (Matthew Barney), koji je ovim delom postavio standarde distribucije i prikazivanja ovakve vrste filmova. On je putem filma obradio određene izložbene artefakte, potom je film prikazao u bioskopu, publici su paralelno u okviru različitih izložbi bili predstavljeni izložbeni elementi korišćeni u filmu, a naporedo sa tim je izdao i knjigu sa fotografijama izložbenih primeraka.

⁷⁷ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 192

Na ovaj način on je uspeo da pokrije bioskopsku distribuciju, izložbeno-galerijsku posećenost ali i književno izdavaštvo. Ovde se kao glavni proizvod ovog multimedijalnog stvaralaštva izdvaja film koji je u jednu celinu povezo i ostale umetničke delatnosti, praveći jednu zaokruženu celinu.

Razvojem digitalnih tehnologija koje su danas svima dostupne i koje u svojoj suštini podrazumevaju razmenu teksta, fotografija, video snimaka i muzike, otvoreno je novo poglavlje kreiranja video sadržaja. Teoretičari će ovakve video sadržaje nazivati „umetnost novih medija”. U istorijskom smislu, ona se pojavila tokom 20. veka tokom dadaizma. „Smatra se da se „umetnost novih medija” pojavila kao odgovor na sveopštu digitalizaciju kulturne forme ali i kao odgovor na revoluciju u informacionim tehnologijama.”⁷⁸ Kada govorimo o ovakvim filmskim izrazima novih medijskih formi, uglavnom se pozivamo na kratkometražnu filmsku formu. Čini se da je ona pogodna za eksperimentalne oblike na kojima bi se ispitala i testirala inovativna upotreba određenih elemenata medijskih formi.

Na postulatima navedenih oblika medijskog izražavanja u okvirima istraživanja digitalnih video formata nastao je i rad „@24h_tradicije” koji se poziva na umetnost kolaža kojim se gradi video celina nastala dodavanjem sadržaja nastalih od strane različitih autora na istu temu. Iz ovakve postavke rada, stvorila se ideja o definisanju video forme *kolažnog video rada*, koji je nastao zahvaljujući određenom broju autora koji su doprineli da se sklopi celina video rada u slici.

Prisutnost na određenom događaju omogućila je prisutnim svedocima događaja da zabeleže dešavanja ispred kamera njihovih mobilnih telefona, te da zabeleženim sadržajem učestvuju u kreiranju jedinstvene video forme koja se bazira na dramaturški složenim video snimcima.

Termin „kolažni video” preuzet je iz likovnog stvaralaštva, to jest od tehnike kolaža koja podrazumeva sklapanje elemenata koji će u celini stvoriti zaokruženu strukturu rada. Kolaž je kao tehnika u svom primarnom obliku prvi put primećen u umetnosti kineskog slikarstva u periodu 200. godine pre nove ere. U Evropi je ova tehnika primećena znatno kasnije, to jest u 13. veku nove ere, da bi se sve češće koristila tokom 15. i 16. veka u katedralama a onda i na izradi ikona i uopšte u crkvenom slikarstvu. Kao tehnika koju često vezujemo za religijske prikaze događaja, u radu „@24h_tradicije” korišćena je kao prikaz etnografskih momenata savremenog

⁷⁸ Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije, str. 194

svadbenog običaja između dvoje mladih u Srbiji korišćenjem digitalnih tehnologija. Naziv ove likovne metode – „kolaž” potiče iz kubizma, a tvorcima i utemeljivačima ove tehnike smatraju se Pablo Pikaso (Pablo Picasso) i Žorž Brak (Georges Braque).

Kao savremena podvrsta kolaž metode smatra se i fotomontaža koja „obuhvata izradu kompozitne fotografije isecanjem i spajanjem više drugih fotografija. Osnova kompozitne slike je ponekad fotografisana tako da podrazumeva dodavanje elemenata drugih fotografija i finalnom verzijom postiže se slično što i korišćenjem softvera za uređivanje slika.”⁷⁹

Podstrek u stvaranju i istraživanju ovih filmskih formi svakako daju i mesta na kojima se one prikazuju. Festivali su bitno stecište na kojima je moguće videti, razgovarati, upoređivati i nagrađivati nove forme i nove dosege u ovakvim avangardnim podvrstama. Neki od najvećih svetskih festivala poput Kana i Berlina imaju svoje selekcije kratkometražnog filma u koje spadaju i eksperimentalne forme. Najpoznatiji svetski festival koji tretira ovu filmsku formu svakako je Klermon-Feran (Clermont-Ferrand) u Francuskoj.

4.2. *Postfilm ili automatizovane slike*

U istorijskom pregledu razvoja medija do današnjih dana, savremeni teoretičari se sve češće bave tumačenjem aktuelnih metoda razvoja pokretnih slika. U eri sve masovnije digitalizacije, koja kao rezultat ima ekrane i objektivne koji nas okružuju, a čijeg prisustva smo sve ređe svesni, bitno je analizirati mogućnost kreiranja audio-vizuelnih zapisa putem uređaja čije postojanje u našem okruženju podrazumevamo. Medijski analitičari će se najpre baviti analizom sadržaja koji nastaju automatizacijom tehnologije koja taj sadržaj stvara, dok, sa druge strane, kolažni video rad „@24h_tradicije” ima za cilj da istraži i inicira analizu automatizacije sadržaja koji će nastati automatizovanim tehnologijama kojima upravlja čovek. Akcenat je stavljen na pitanje stepena automatizacije čoveka kao kreatora video rada u već automatizovanom digitalnom procesu.

Pozivajući se na Manoviča, koji se bavio automatizacijom u najranijim industrijskim oblicima i koji ju je definisao kao zamenu uloge ljudskih receptora, možemo da kažemo da je funkcija ljudskog opažaja i dalje u velikoj meri presudna za kreiranje i temeljenje kreativnosti u stvaralačkom procesu. Čini se da je automatizacija u smislu digitalnih tehnologija, čija je svrha

⁷⁹ Gelden Van Hilde, Helen Westgeest 2011. *Photography Theory in Historical Perspective*, London, Wiley-Blackwell, str. 231

kreiranje audio-vizuelnih sadržaja, imala dvostruki uticaj na autore sadržaja. S jedne strane, ona je omogućila lakši i brži pregled i uobličavanje željenog sadržaja, dok je, s druge strane, podstakla autore da u zadatim, automatizovanim okolnostima, služeći se dostupnim tehnologijama, prilagode stvaralačka gledišta dajući inovativnost u ideji i formi pričanja priče.

„Postfilm i postfilmske teorije obuhvataju sve one tendencije u produkciji i teoretizaciji filma koje su pratile složene procese uvođenja digitalnih tehnologija u kinematografiji.”⁸⁰

U sagledavanju automatizacije kroz prizmu ekonomskog uticaja na tehnologiju kojom se stvaraju audio-vizuelni sadržaji, produkcionni uslovi su se svakako promenili i omogućili su veću dostupnost tehnike i softverske obrade sadržaja.

S druge strane, čitav niz uređaja koji nas okružuju, gotovo samostalno, putem algoritama beleže sliku o nama. Beleženje slike odnosi se na podjednako audio-vizuelno beleženje ali i na beleženje informacija o nama. Dr Jelena Mišeljčić će se u svojoj doktorskoj disertaciji pod nazivom *Postljudski pogled: uticaj automatizovanih slika na savremeni film* ponajviše baviti audio-vizuelnim sadržajem koji nastaje kao rezultat korišćenja algoritama uređaja koji nas okružuju beležeći samoinicijativno audio-vizuelni sadržaj bez uticaja čoveka. Na taj način će dr Jelena Mišljević ispitivati i analizirati operativnost i autonomnost automatizovane slike.

Kolažni video rad „@24h_tradicije”, nastao je kao ideja o korišćenju dostupnih uređaja, koji softverski, gotovo automatizovano, stvaraju audio-vizuelni sadržaj ali isključivo pod ljudskim uticajem. Ono što je zajedničko istraživanju koje inicira kolažni video rad i automatizovanim uređajima za proizvodnju sadržaja jeste nastajanje audio-vizuelnog sadržaja bez cilja da on bude upotrebljen u svrhu kreiranja jedinstvenog video rada koji grupiše pojedinačne produkte uređaja koji nas okružuju. U kolažnom video radu „@24h_tradicije” presudnu ulogu igra čovek kao svedok događaja koji beleži, a onda i čovek kao selektor i kreator objedinjenog sadržaja koji mu je dostupan. Čovek u ovako postavljenim odnosima ima isključivo kreativnu funkciju dok će funkciju beleženja, prikupljanja, obrade i sklapanja celine imati softver korišćenjem algoritamskih funkcija.

Kao bitnu osobinu automatizovanih slika treba naglasiti njihovu dokumentarnost. One pre svega u sebi nose odlike dokumenata koji imaju određenu svrhu, a koja nije kreiranje audio-vizuelnog sadržaja namenjenog publici.

⁸⁰ Jelena Mišeljčić, 2021. doktorska disertacija *Postljudski pogled: uticaj automatizovanih slika na savremeni film*, Beograd, Univerzitet Singidunum, str. 18

„Još jedno svojstvo automatizovanih slika [...] jeste da nemaju tradicionalno shvaćene estetske osobine filmske slike: njihov estetski kvalitet u filmovima ne možemo razmatrati u kategorijama kadriranja, kompozicije, simetrije, montaže, upotrebe svetla, boje, zvuka, muzike. One emaniraju dokumentarizam, otisak objektivne stvarnosti, putem neposrednosti i indiferentnosti mašinskog pogleda.”⁸¹

Sadržaj koji je nastao putem uređaja i koji smatramo automatizovanim svakako ne možemo analizirati sa stanovišta sadržaja koji je nastajao sa namerom da bude upotrebljen i stavljen u korelaciju sa sličnim, namerno i prethodno planiranim, sadržajem. Njegovu analizu možemo vršiti na osnovu celine, to jest na osnovu sagledavanja stvorenog audio-vizuelnog dela koga čine automatizovani sadržaji, uklopljeni u celinu koja ima ideju i formu i koja teži da publici donese priču. Takva celina može da ima montažni ritam, evidentnu upotrebu zvuka i muzike utemeljenu u dramaturškoj strukturi, a onda i sveobuhvatni estetski kvalitet utemeljen na određenim vrednostima koje plasira. Jelena Mišeljić smatra da ovakve sadržaje možemo analizirati i sa stanovišta posmatrača i i sa stanovišta posmatranog, to jest kada je u pitanju kolažni video rad „@24h_tradicije” sa stanovišta uloge svedoka koja ima trostruko značenje i odnosi se na kreatora video rada, učesnika događaja kome pristvuje i na kraju ulogu publike video rada koji je nastao zahvaljujući njemu.

Analizirajući sadržaj sa tačke posmatrača i posmatranog Jelena Mišeljić se vraća na tačku gledišta koju Hrvoje Turković definiše kao „prostorni smještaj u prizoru u danom trenutku promatranja prizora, a i usmjerenost promatranja”⁸². Tačku posmatrača treba analizirati i sa dramaturškog stanovišta, naročito kroz prizmu narativnih događaja koje posmatramo „odnekud, ka nečemu i u nekom vremenu”⁸³ Problem definisanja tačke gledišta u koju nas autor sadržaja nastalih automatizovanim putem stavlja lako se premošćava u kolažnom video radu jer se tačka gledišta odnosi na pojedinačnu vizuru, to jest na tačku gledišta pojedinačnog aktera, svedoka događaja. Nama kao publici je to jasno, jer podrazumevamo tačku gledišta u sadržaju koji je

⁸¹ Jelena Mišeljić, 2021. doktorska disertacija *Postljudski pogled: uticaj automatizovanih slika na savremeni film*, Beograd, Univerzitet Singidunum, str. 65

⁸² Hrvoje Turković, 2012. *Teorija filma*, Zagreb, Meandermedija, str. 46

⁸³ Jelena Mišeljić, 2021. doktorska disertacija *Postljudski pogled: uticaj automatizovanih slika na savremeni film*, Beograd, Univerzitet Singidunum, str. 65

nastao i koji je plasiran na društvenoj mreži Instagram, zahvaljujući vidljivoj personalizaciji profila koji nam taj isti sadržaj predočava. Gledajući sadržaj nastao i plasiran na ovaj način, publika takvog sadržaja unapred pristaje na sagledavanje prezentovanog događaja iz vizure vlasnika profila koji nam sadržaj prikazuje. „Problem tačke gledišta predstavlja mesto preklapanja naratoloških i semioloških struja studija filma, pa tako predstavlja i jednu od osnovnih preokupacija kognitivističke filmske teorije.”⁸⁴ Praveći razliku između narativne i vizuelne strukture filma, a onda i između tumačenja tačaka gledišta, u teoriji filma se pojavljuje termin *fokalizacija* koji teži da definiše perspektivu iz koje je ispričana priča ali i da doprinese izgradnji i shvatanju lika koji donosi priču. Pri generalizaciji i traganju za jednom opštom perspektivom koja bi definisala čitavo audio-vizuelno delo, potrebno je naglasiti da se kolažni video rad „@24h_tradicije” bazira na raznovrsnosti tačaka gledišta iz kojih se gledaocu donosi priča. Njegova ideja je zasnovana na toj raznovrsnosti tako da svaki kadar podrazumeva svog pripovedača. Gradeći svoju estetiku na ovaj način u dramaturškom smislu mogu se javiti problemi pri konstruisanju linearne narativne strukture.

Problem praćenja linearnosti priče kroz različite vizure događaja koje se često preklapaju ali u određenom vremenskom intervalu i razilaze, javlja se kao rezultat korišćenja različitih vizura pričanja priče. O mogućnosti prevazilaženja ovog problema na primeru kolažnog video rada „@24h_tradicije” biće više reči u nekom od narednih poglavlja.

Edvard Branigen (Edward Branigan) će u svojoj knjizi *Narrative Comprehension and Film* klasifikovati 3 vrste „donosioca priče” na sledeći način:

- 1) Naratori – prenose događaj koji se dešava bez uplitanja u njega;
- 2) Likovi – prenose i učestvuju u događaju;
- 3) Fokalizatori – nisu u službi naracije, već njihovim čulnim iskustvom, gledanjem i slušanjem donose publici priču⁸⁵;

Na osnovu ovakve klasifikacije čini se da kolažni video rad čine vizure događaja sve tri kategorije. Radi lakšeg definisanja i određivanja njihovih pozicija, donosiocima priče u radu „@24h_tradicije” možemo nazvati *svedocima* događaja. Pod terminom „svedoci” podrazumevaće se uloga *naratora* kao svatova koji nemaju direktnih upliva i mogućnosti uticaja na događaj, *likova* koji poput mladenaca i kumova prenose događaj i koji imaju mogućnost uticaja na njega i

⁸⁴ Jelena Mišeljić, 2021. doktorska disertacija *Postljudski pogled: uticaj automatizovanih slika na savremeni film*, Beograd, Univerzitet Singidunum, str. 68

⁸⁵ Edward Branigan, 1992. *Narrative Comprehension and Film*, London, New York, Routledge, str. 76

fokalizatora koji čulnim iskustvima bez uplitanja u događaj donose priču publici.

„Način kadriranja je, tako, taktički usko povezan sa tačkom gledišta, odnosno načinom na koji se konstituišu svi posrednici narativnih događaja na filmu. Kadriranjem se uspostavlja diskurs pripovjedačkog čina u filmu.”⁸⁶

Žak Lakan (Jacques Lacan) se takodje bavio teorijama pogleda i tačaka gledišta, a svoju je teoriju postavio pozivajući se na ideju o razvojnoj fazi ogledala koja se bavi i formiranjem Ega kod dece, u kojoj je definisao osvešćenje subjekta shvatajući da može da gleda i da može da bude gledan. Ova teorija nam pomaže da u osnovi shvatimo mogućnosti današnjeg osveščivanja subjekta, koji baš kao u razvojnoj fazi ogledala, dolazi do spoznaje „razvojne faze kamere” koja postaje sastavni deo njegovog života i putem koje može da gleda ili da bude gledan. Ovo shvatanje se vezuje za modernističke tehnologije medija, koje su omogućile da u svakom trenutku subjekt može da bude snimljen i istog trenutka da bude emitovan, dok je, s druge strane, taj isti subjekt u stanju da na jednostavan način snimi drugog subjekta ili da u trenutku posmatra subjekta putem digitalnih tehnologija. Čini se da su mobilni telefon, odnosno digitalne tehnologije generalno zamenile Lakanovo ogledalo i da one danas mogu da preuzmu osobine objekta putem koga možemo da definišemo razvoj osveščivanja subjekta.

Uloga kamere i način kadriranja u ovako analiziranim odnosima pripovedača i tačaka gledanja sadržaja, u mnogome se razlikuje od profesionalnih načina i tehnika snimanja. Kamera se u ovom slučaju nalazi u mobilnom telefonu *svedoka*, ona po prirodi stvari pripada uređaju koji svako od *svedoka* ima sa sobom i čije se prisustvo na događaju podrazumeva. Dakle, postojanje uređaja za snimanje slike i zvuka u okviru mobilnih telefona na datom događaju je očekivano i niko od *svedoka* događaja to ne dovodi u pitanje. Korišćenje mobilnog telefona, to jest kamere i mikrofona u njemu, pred ostalim *svedocima* događaja predstavlja normalnost i sastvani deo događaja. Čini se da kamera postaje deo performativnog i narativnog čina. Ona beleži događaje ali će često poput *svedoka* koji rukuju kamerom ona postati i deo snimljenog sadržaja druge kamere kojom upravlja drugi *svedok*. Ako analiziramo odnos *svedoka* prema kamerama koje ih snimaju, za razliku od profesionalnog, dokumentarističkog pristupa snimanja, shvatićemo da se *svedoci* na ovakvim događajima i pred kamerama u mobilnim telefonima osećaju manje neprijatno nego pred velikim, profesionalnim kamerama, što samo potvrđuje ideju prisustva i

⁸⁶ Jelena Mišeljić, 2021. doktorska disertacija *Postljudski pogled: uticaj automatizovanih slika na savremeni film*, Beograd, Univerzitet Singidunum, str. 70

pripadanja kamere događaju koji snima. Ona postaje sastavni deo tog događaja i sastavni deo uloge *svedoka* koji će beležiti događaje i koji će biti zabeležen u događaju. Čini se da poziciju *svedoka*, koju smo u ovom poglavlju uveli kao objedinjujuću poziciju većeg broja narativnih mogućnosti, ne možemo da odvojimo i definišemo bez kamere i zvučnika u mobilnom telefonu.

Kamera predstavlja novu normalnost u definisanju osobina uloge *svedoka*. *Svedoka* definišu ljudske osobine u korelaciji sa fizičkim predmetom – kamerom mobilnog telefona.

Ovakvo definisanje osobina *svedoka* može da se poredi i sa Maršal Mekluanovom (Marshall McLuhan) idejom uticaja novih medija na čoveka tako da „svaki pronalazak ili tehnologija znače produžetak ili samoamputaciju naših fizičkih tela, a takav produžetak takođe zahteva nove odnose ili nove ravnoteže među ostalim organima ili produžecima tela.”⁸⁷

⁸⁷ Maršal Mekluan, 1971. *Poznavanje opštita - čovekovih produžetaka*, Beograd, Prosveta, str. 83.

5. *Etnografski film*

Korene etnografskog filma možemo da potražimo još u počecima beleženja pokretnih slika. U nima možemo da analiziramo tipologije i načine funkcionisanja društava, običaja ili ponašanje, osobine i želje pojedinaca. Filmski autori pri počecima razvoja stvaranja pokretnih slika su nesvesno stvarali dokumentarne filmove koji su beleženjem trenutka mogli da se svrstaju u kategoriju etnografskih filmova.

„Negde oko 1920. godine Robert Flaerti (Robert J. Flaherty) smatra da snimiti film o kanadskim Eskimima znači snimiti jednog Eskima, ne kao predmet već kao osobu. Njegovo osnovno poštenje zahtevalo je da svom subjektu pokaže šta radi. Kada je Flaerti instalirao sobu za razvijanje filma u jednoj brvnari u zalivu Hadson i kada je projektovao na platno tek snimljeni film svom prvom gledaocu, Eskimu Nanuku, nije bio svestan da je sa neverovatno neodgovarajućim sredstvima upravo izmislio „posmatranje učesnika” koje će trideset godina kasnije koristiti antropolozi i sociolozi, kao i „povratnu spregu” sa kojom i dan-danas nespretno eksperimentišemo.”⁸⁸

Tehnološki razvoj je doprineo i razvoju etnografskog filma, jer je manja i dostupnija tehnika za snimanje omogućila lakši pristup događajima i ljudima kako bi se dokumentovao određeni ritual u svrhu etnografskog dokumentarizma. Ovde se u istorijskom smislu mogu izdvojiti pronalazak 16mm filmske trake, pojava magnetoskopa, razvoj televizije, digitalizacija...

Etnografski film danas sve ređe biva komercijalno distribuiran. Hokings u analizi etnografskog filma konstatuje da on ima sve tehničke osobine komercijalnog filma, misleći na špicu, komponovanu muziku, montažu, trajanje, dok u sebi nosi etnografski konstruisanu priču. Na taj se način stvara jedna vrsta hibridnog filma koji je tehnički konstruisan da ima komercijalni karakter a idejno da zadovolji potrebe etnografski kategorisanog filma. To znači da se on često nalazi u međupoziciji u kojoj ga je često teško klasifikovati među klasične istraživačko-etnografske filmove niti među klasične komercijalne filmove koji podrazumevaju bioskopsku

⁸⁸ Pol Hokings, 2014. *Načela vizuelne antropologije*, Beograd, Clio, str. 20

eksploataciju. Hokings smatra da je potrebno još vremena kako bi televizije i onlajn paltforme za prikazivanje audio-vizuelnih dela prihvatile ovakve sadržaje sa svešću o njihovoj različitosti u odnosu na klasične komercijalne filmove, te da bi se tek tada mogao razviti nov i poseban vid etnografskog filma koji bi sledio „svoja osobena merila”⁸⁹

U svojoj knjizi *Načela vizuelne antropologije* Pol Hoking će kroz svoja iskustva snimanja etnografskih filmova dati svoje mišljenje o poželjnim načinima beleženja ovakvih sadržaja. On akcenat stavlja na težnju ka nenarušavanju privatnosti pri ustaljenim ritualnim procesima osoba koje snima, te ističe da najviše voli da on sam, bez prisustva velike filmske ekipe, beleži ovakve sadržaje. Sa stanovišta kolažnog video rada, ideja o beleženju sadržaja iz pozicije učesnika ritualnog događaja uklopila bi se u Hokingsovu ideju o načinu snimanja ovakvih sadržaja. Dakle, nema mnogobrojne filmske ekipe kojoj bi se akteri događaja prilagođavali, već akteri sami u službi vršenja ritual, a ponajviše iz sopstvene želje da oni sami zabeleže pomenuti ritual, poseguće za kamerama mobilnih telefona i zabeležiti dati događaj. Hoking u svom obrazlaganju ideje o snimanju etnografskih filmova bez prisustva filmske ekipe ide i korak dalje, predlažući mogućnost da studenti antropologije sami nauče da snimaju sliku i zvuk, govoreći da će na taj način možda dobiti filmove slabijeg tehničkog kvaliteta nasuprot kvaliteta u priči i temi koju istražuju.

Etnografi se u velikoj meri kroz filmska ostvarenja bore za istinu. Oni su svesni da film nije objektivna medij ali da može da teži objektivizaciji. U razmišljanju i traganju za istinom korišćenjem filmske tehnike, etnografi dolaze do problema koji se tiče montaže kadrova. Oni smatraju da montažom ubijaju integritet ideje cepkanjem na manje delove. U traganju za objektivnošću etnolozi će često da potegnu za kadrovima koji traju i po 30 minuta, želeći da integralno prenesu ideju, to jest dešavanje koje istražuju.

U kategorizaciji načina predstavljanja i praćenja događaja koji se istražuje i koji je predmet analize, etnografi su definisali podvrstu etnografskog filma koji su nazvali *posmatrački film*. On teži da bliže odredi etnografski film najviše u načinu percepcije ljudi i običaja.

Hokings će kroz svoju knjigu *Načela vizuelne antropologije* dosta analizirati načine i metode snimanja pojava koje će posle na osnovu snimljenog materijala moći da tumači i pojedinačno analizira.

S druge strane, kolažni video rad će koristiti etnografske motive u svom sadržaju ali će ih

⁸⁹ Pol Hokings, 2014. *Načela vizuelne antropologije*, Beograd, Clio, str. 25

analizirati kao okidače za snimanje tog sadržaja iz koga će na kraju, kao rezultat, proizići istraživana metoda snimanja i obrade video sadržaja putem onlajn aplikacije.

Ono što Hoking prepoznaje kao problem objektivnosti snimljenog sadržaja jeste činjenica da kamera koja beleži dati događaj to ne čini sama već njom upravlja čovek koji je u najvećem broju slučajeva odabran jer je profesionalni snimatelj koji nema dodirnih tačaka sa događajem koji snima pa često njegov fokus nije na pravoj osobi ili na pravom elementu događaja već na tehničkom i estetskom kavalitetu materijala koji snima. Ova situacija je kolažnim video radom „@24h_tradicije” izbegnuta pošto je kamera data učesnicima događaja tako da oni sami biraju šta će i u kom trenutku da snimaju, što na kraju kao snimljeni materijal može da se analizira sa etnografskog stanovišta, budući da interesovanje i fokus pri beleženju sadržaja u kojem član određene zajednice učestvuje umnogome govori kako o pojedincu tako i o grupi, a naročito o interesovanju i učešću tog pojedinca u dešavanju grupe.

5.1. Tumačenje svadbenih običaja u funkciji kolažnog video rada

U knjizi *Svadba – priča o identitetu* Sanja Zlatanović se bavi svadbom kao ritualom koji izražava „društvenu odgovornost, ekonomske i srodničke odnose, položaj žene, odnos prema onostranom”.⁹⁰

Analizom rituala svadbe Sanja Zlatanović se zapravo bavi analizom problema identiteta koji je, kako kaže, neodvojivo povezan sa pojmom rituala, dok oba pojma ona vezuje za pojam tradicije kao ideje prenošenja vrednosti sa generacije na generaciju u istorijskom smislu. Ona savremenu srpsku svadbu vidi kao mesto preseka ova tri pojma, te na osnovu toga teži da analizom svadbenih običaja dođe do mogućnosti definisanja ovih pojmova.

Trudeći se da definiše tradicionalnu srpsku svadbu, Sanja Zlatanović na osnovu etnografskih istraživanja i razgovora sa meštanima juga Srbije tradicionalnu srpsku svadbu stavlja u period od 1918. do 1941. godine. U istorijskom smislu, donja granica za analizu rituala svadbe je zapravo trenutak oslobođenja Srbije od Turaka a gornja granica je svakako 1941. godina, pred početak Drugog svetskog rata, posle koga se promenom društvenog uređenja menja mnogo toga pa i sagledavanje tradicionalnosti na nivou svadbenih običaja.

⁹⁰ Sanja Zlatanović, 2003. *Svadba – priča o identitetu*, Beograd, SANU, Etnografski institut, str. 7

„Iako kao pojam *tradicija* konotira prošlosti, ona ne ostaje tamo kao zauvek okamenjena i nepromenljiva kategorija, već se sa stanovišta savremenog trenutka, konfliktnog i višeznačnog, tumači na određeni način, oživljavaju se ili redukuju neki njeni aspekti, ona se modifikuje, prestruktuiru pa i izmišlja.”⁹¹

Osnovni postulat svadbenog rituala jeste *obred prelaza*. On se definiše na osnovu različitih tumačenja svadbenih odnosa ali u svim etnografskim istraživanjima se tumači kao „most preko socijalne provalije koja nastaje odlukom da član zajednice stupi u bračnu vezu, što je prelomni momenat u životnom ciklusu pojedinaca, ali i šire društvene zajednice u kojoj tim činom dolazi do pregrupisanja”.⁹² To pregrupisanje će rezultirati prelaskom jednog člana jedne zajednice u drugu zajednicu, što će narušiti ravnotežu u uspostavljenim odnosima. Kako je mlada ta koja vrši obred prelaza iz jedne zajednice u drugu, većina ritualnih dešavanja će fokus imati na njoj dok će ostali akteri svadbenih običaja svoje uloge prilagođavati njoj, to jest aktivnostima koje im se ritualom nameću. Analizirajući mitologije i religije, Džozef Kembel (Joseph Campbell) je uspeo da definiše jednu univerzalnu priču, odnosno „jedan mit o heroju i nazvao ga je monomit”.⁹³

„Standardan put mitološke avanture heroja jeste uveličavanje one formule predstavljene u ritualima prelaska: odvajanje – inicijacija – povratak, a što se može označiti kao nukleus monomita. Heroj se otiskuje iz sveta svakodnevice u područje natprirodnih čuda, tu sreće mitske sile i izvojuje odlučujuću pobedu, heroj se vraća iz tajanstvene avanture, s moći da podari nešto dobro svojim saplemenicima.”⁹⁴

Na osnovu ove konstatacije Džozefa Kembla, koji put heroja učitava na osnovu rituala prelaska, pokušaću uloge koje akteri tokom rituala preuzimaju da analiziram iz pozicije junaka, a naročito ulogu mlade koja i vrši obred prelaza.

Termini „obred” i „ritual” imaju manjih razlika u značenju. Termin „obred” u svom korenu nosi religijska značenja, za razliku od termina „ritual” koji ne mora da ima religijska

⁹¹ Sanja Zlatanović, 2003. *Svadba – priča o identitetu*, Beograd, SANU, Etnografski institut, str. 10

⁹² Ibidem, str. 14

⁹³ Kristofer Vogled, 2020. *Piščevo putovanje: mitska struktura za pisce*, Beograd, FCS, str. 13; Termin *monomit* Džozef Kembel preuzima od Džejmisa Džojlsa iz dela *Finnegans Wake*

⁹⁴ Džozef Kembel, 2018. *Heroj sa hiljadu lica*, Beograd, Zlatno runo, str. 26

značenja i koji može biti shvaćen u širem društvenom kontekstu. Dakle, pojam „ritual” ima šire sociološko značenje, dok je pojam „obred” uži i odnosi se na religijski skup značenja. Današnja srpska svadba će kao ritual sadržati određenu količinu obrednih značenja.

Analizirajući ritual kao sastavni deo ljudskog života u zajednici, bitno je istaći da određeni događaji u društvenom okruženju pojedinca, kao što su rođenje deteta, smrt člana porodice i svadba, dovode do narušavanja postojeće ravnoteže u zajednici, a iz želje da se ona ponovo uspostavi, rodila se ideja o određenim fizičkim radnjama koje smo, primetivši njihove repetitivne, stilizovane i simboličke karaktere, nazvali ritualom. „Ritual je stvaralački čin, dešavanje, predstava u kojoj članovi kojih se promena tiče igraju u standardizovanim i stilizovanim ulogama, relacijama i postupcima ali i sa izvesnom dozom improvizacije”.⁹⁵ Određena grupa autora na ritual u sociološkom smislu gleda i kao na mogućnost kanalisanja emocija u društveno narušenim odnosima. U istorijskom smislu oni smatraju da su rituali nastali kao zaokupljanje pažnje određenim radnjama koje podrazumevaju i igranje i pevanje kako bi se savladale emocije koje određeni članovi grupe doživljavaju usled narušenih socioloških odnosa u zajednici prelaskom jednog člana u drugu zajednicu, gubitkom člana zajednice ili dobitkom novog člana zajednice.

„Kada se [...] sada okrenemo razmatranju mnogobrojnih neobičnih rituala koje su istraživači opisali kod primitivnih plemena i velikih civilizacija iz prošlosti, postaje očigledno da je svrha i stvarni efekat njihov da vode ljude kroz one teške situacije transformacije koje zahtevaju promenu obrazaca, ne samo svesti, već i našeg podsvesnog života.”⁹⁶

Tradiciju (*traditio*) kao pojam definiše više autora u različitim leksikonima stranih reči i izraza ali je kod svih autora zajedničko da se pojam tradicije odnosi na kulturno-istorijsku vrednost prenošenja različitih verovanja, obrzaca i načina ponašanja, ophođenja, delanja, vrednosti itd. Tradicija se može prenesti na različite načine i u različitim oblicima, a shodno segmentu tradicije koji tumačimo, možemo i pratiti vremensku modifikaciju tradicionalnog oblika u istorijskom smislu.

Termin „svadba” nastao je iz reči „svat” koji se odnosi na ulogu rođaka u okolnostima

⁹⁵ Sanja Zlatanović, 2003. *Svadba – priča o identitetu*, Beograd, SANU, Etnografski institut, str. 17

⁹⁶ Džozef Kembel, 2018. *Heroj sa hiljadu lica*, Beograd, Zlatno runo, str. 11

sklapanja braka između dvoje ljudi. Sanja Zlatanović svadbu definiše na osnovu pojma braka za koji kaže da je „bio-socijalna zajednica dveju osoba različitog pola, društveno odobrena, sa više funkcija – reproduktivnom, ekonomskom, socijalnom i obredno-religijskom”⁹⁷

U teorijskom sagledavanju svadbene običajne tradicije njoj obično prethodi ritual koji nazivamo „veridba”, a koja se odnosi na prosidbu devojke od strane budućeg mladoženje, a sadašnjeg momka. U etnografski analiziranim činjenicama svadba se obično u Srbiji dešava tokom vikenda a kalendarski se odnosi na proleće, leto i jesen. Ovo su podaci zabeleženi na osnovu ispitivanja i praćenja velikog broja svadbenih običaja u Srbiji. Na dan svadbe, u toku jutra se u mladoženjinom kući priprema veselje i odlazak po mladu u njenu kuću, dok se u mladinoj kući takođe vrše poslednje pripreme za veselje, vrše se i pripreme za dolazak mladoženje sa njemu bliskim krugom porodice i svatova.

Dom u kome živi buduća mlada sa svojim roditeljima je okićen, obično veče pred dolazak svatova, a kićenje kuće cvetovima i ukrasima vezuje se za obeležavanje prostora u kome će se dešavati određeni ritualni procesi, na osnovu čega ukrašavanje mladineg doma možemo da dovedemo u vezu sa scenografskim opremanjem prostora u kome će se dešavati jedan deo radnje scenske izvedbe. Pored toga, kićenje mladine kuće u bliskoj je vezi sa kićenjem svatova koji na sebe stavljaju po neki ukrasni element (cvet, mašna, ukras) sličan onom kojim je okićen mladine dom, sa idejom o stupanju i prihvatanju učešća u budućem obrednom događaju koji će se desiti na tom unapred utvrđenom prostoru.

Po dolasku svatova na čelu sa mladoženjom, njegovim roditeljima, deverom i kumom u mladine dom, mladoženja treba da pokaže svoje sposobnosti obaranjem jabuke koja obično visi na kanapu. Mladoženja dobija pištolj ili pušku, kojom treba da obori jabuku. U tome mogu da mu pomognu kum, dever ili otac. Sanja Zlatanović ovaj ritual gađanja jabuke tumači kao potvrđivanje muškarca kao ratnika.

Nakon obaranja jabuke sa kanapa, mladoženja sa ostatkom svatova ulazi u mladine dom, gde će se obaviti „kupovina mlade”. Mlada se nalazi u jednoj od soba njenog doma a ispred vrata sobe se nalaze njena braća koja je neće dati bez otkupa. Ovde sledi dogovaranje oko cene prodaje mlade. Etnolozi smatraju da ovaj ritual ima duboku ukorenjenost u tradiciji i da vodi poreklo još od doba turske okupacije. Po ulasku u mladine sobu, mlada se gotovo dramski žali budućem deveru da nema šta da obuče za svadbu, te joj on obuva tek kupljene cipele. Ovde će često

⁹⁷ Sanja Zlatanović, 2003. *Svadba – priča o identitetu*, Beograd, SANU, Etnografski institut, str. 24 na osnovu S. Naumović *Tradicija i proces tranzicije*, str. 149-150

mladina dramska izvedba doći do izražaja, naročito kada se žali deveru da je nove cipele žuljaju te da ne može da ih obuže. On pronalazi rešenje u novčanicama kojima oblaže cipelu tako da bude udobnija.

Nakon obuvanja mlade, ona će deveru kao znak zahvalnosti da stavi preko ramena deversku maramu ili traku, koju će on nositi ceo dan, tokom trajanja svadbe. U mladinoj sobi će se nakon ovoga, iznad njene glave, lomiti svekrvina pogača. Etnolozi ovaj ritual tumače kao jedan od elemenata mladine separacije kojih će u narednom periodu biti više. Po izlasku iz svoje sobe ali i iz roditeljskog doma, mladu izvode njen brat i njen dever, odvođeci je do mladoženje; ovde etnolozi zapažaju i definišu mladinu i mladoženjinu poziciju kao *pasivnih subjekata* koji učestvuju u radnji. „Mladinu separaciju ritual naglašava rasparčavanjem venčića i „grabene pogače” nad njenom glavom, pesmom, time što je snaškino kolo, koje ona igra čak dva puta prilikom izlaska (na veridbi i na svadbi), separaciono. I danas je nevesta poput trešnje koja se presađuje, da bi na novom mestu davala plodove.”⁹⁸ Nakon mladnog kola pri izlasku iz porodičnog doma, svatovi se automobilima prevoze do opštine u kojoj će se obaviti građansko venčanje. U kolažnom video radu „@24h_tradicije” mlada sa svatovima odlazi u rodni grad mladoženje, u Kruševac, gde će se obaviti građansko i crkveno venčanje. Kolona automobila, zvucima sirena, označava kraj naznačene separacione faze obrednih dešavanja. Po obavljenom građanskom, a onda i crkvenom venčanju, mada baca bidermajer iza svojih leđa, a verovanje glasi da je ona devojka koja uhvati bidermajer sledeća na redu za udaju. Tumačenje ovog segmenta rituala svadbe odnosi se na prebacivanje uloge mlade bacanjem bidermajera na neku od neudatih devojaka.

Po obavljenom venčanju, mlada obično odlazi do mladoženjine kuće, gde će obaviti ostatak obrednih aktivnosti. Mlada od svekrve dobija sito u kome se nalazi žito pomešano sa raznim žitaricama i zrnevljem koje polako prazni i baca na mladoženju, dok mu je okrenuta leđima. Kada isprazni sadržaj sita, mlada baca sito na krov mladoženjine kuće. Verovanje je da ukoliko se sito zadrži na krovu kuće, u kući će ostati i mlada i suprotno. Nakon toga, mlada uzima najmlađe dete u mladoženjinoj kući iz njegove porodice i tri puta ga diže u vis, kako bi prema verovanju mlada imala poroda. Na kraju običaja koji se dešavaju u mladoženjinoj kući ili ispred nje, mladoženja treba mladu da prenese preko praga kuće i da je prvi put uvede u svoj

⁹⁸ Sanja Zlatanović, 2003. *Svadba – priča o identitetu*, Beograd, SANU, Etnografski institut, str. 122

dom. On nju prenosi preko praga, kako ona ne bi zgazila na prag njegovog doma i na taj način probudila i naljutila duše uspavanih predaka koje se po verovanju nalaze u pragu kuće.

Po dolasku u salu za proslavu venčanja, nastavljaju se obredni događaji u novom prostoru koji će poprimiti oblike scene na kojoj će se izvoditi različiti elementi svadbenih običaja. Jedan od njih je svakako ceremonijalni ulazak i doček mladenaca od strane ostalih gostiju koji su se već pre toga smestili na svoja mesta. Mladenci se obično dočekuju ovacijama i uplauzom tako da se njihov ulazak odmah nadovezuje na izvođenje prvog plesa. Orkestar tada svira mladencima odabranu numeru, gosti se okupljaju oko mladenaca i pomno posmatraju izvođenje prvog plesa koji će izvesti dvoje mladih, tek venčanih ljudi. Prvi ples obično prati niz specijalnih efekata poput suvog leda, balončića, raznobojnih svetala, vatrometa, prskalica...

Etnolozi ističu bitnu promenu odnosa i uloga, to jest pregrupisavanje pri dolasku u salu za proslavu venčanja. Mlada u ovom objektu već predstavlja deo muževljeve porodice pa se od nje i očekuje da ima drugačiji odnos prema porodici kojoj sada pripada.

Mesto na kome će u restoranu za proslavu svadbenog događaja sedeti mlada i mladoženja je obično centralno i na neki način izdvojeno od ostalih gostiju. Oni za stolom sede sa svojim kumovima. Stolovi najbliži mladencima rezervisani su za njihove najuže članove porodica – roditelje, braću, sestre... U istorijskom pregledu analiza svadbenih običaja u Srbiji, ranije je mladoženjina porodica bila dominantna na svadbenom veselju. Dominacija se registrovala na osnovu broja gostiju ali i na osnovu ponašanja na svadbenom veselju, za razliku od mladine porodice koja je malobrojnija i koja se obično ponašala podređeno. Danas je to sve ređi slučaj, obično je broj gostiju sa mladine i mladoženjine strane izjednačen, dok su uloge i načini ponašanja tokom svadbenog veselja podjednako dominantne.

Tokom svadbenog veselja, jedan deo vremena odvajaju se za fotografisanje sa mladencima. Oni obično stoje ispred određene pozadine a gosti se smenjuju pored njih kako bi svaki svat imao uspomenu u vidu fotografije sa ovog veselja sa mladencima.

Pred kraj svadbenog veselja, ceremonijalno se donosi mladenčaka torta koju obično prate trubači, prigušeno svetlo, vatromet i šampanjac. Dakle, elementi dramskog prostora dobijaju novu dimenziju za ovaj bitan i naglašen segment veselja. Prvo parče torte mladenci seku zajedno i jedno drugom daju po zalogaj torte. Ovaj običaj vodi poreklo iz davnina, kada nije bilo veselja u restoranu, već kada su mlada i mladoženja po dolasku u njegovu kuću uzimali meda zarad budućeg slatkog života. Danas je ovaj običaj blago promenjen i prilagođen ceremonijalno-

scenskim dešavanjima u restoranu za proslavu. Nakon isečenog prvog parčeta, ostatak torte seku konobari i služe ostalim gostima. Po završetku segmenta *sečenja torte*, lagano se svadbeno veselje privodi kraju.

5.2. *Mlada kao junak*

U svim ovim obrednim dešavanjima možemo primetiti izvesne dramske elemente u kojima se nalaze učesnici obreda koji svesno ulaze u svoje uloge: mlade, mladoženje, devera, svekrve itd. Dramatizacija ili dramska izvedba u okvirima ritualnih aktivnosti sastoji se od improvizacije aktera kojima su prethodno poznati samo okviri radnje u kojima bi dramska izvedba trebalo da se kreće. Pored dramske izvedbe aktera ritualnih događaja, moguće je detektovati i pozicionirati aktere i dramske situacije u određenim objektima koje je moguće dovesti u vezu sa scenskim prostorom kao mestom u kome se zbiva određena dramska igra.

Za određene uloge u ovom ritualu mogu se vezati i određena predubeđenja, pa se tako za svekrvu smatra da je njena uloga da teži ka održivosti tradicije i tradicionalnih odnosa i rituala jer je njena uloga zahtevna i kompleksna iz pozicije majke muškog deteta koje je odgajila i pripremila za svadbu. S druge strane, mlada je junak oko koje se vezuje određena vrsta pasivnosti, glamura i romantike koja se iskazuje pre svega kostimom ali i oblikom učešća u ritualu.

Na osnovu svih navedenih elemenata kao i analize aktivnosti i učešća u svadbenom ritualu, mladu kao junaka rituala možemo da analiziramo i iz pozicije Kembelovog tumačenja *heroja*, čije putovanje on definiše kroz nekoliko faza u III čina.

I čin – *Odlazak, rastanak*

Kembel prvi čin deli na segmente kojima prvenstveno analizira uvođenje junaka u priču kroz njegovo predstavljanje u *svetu obične svakodnevice*, do *poziva u pustolovinu*. Ovde sa stanovišta mlade kao junaka svadbenog rituala u kome ona izaziva promenu, možemo da krenemo od analize *sveta obične svakodnevice* u kome kroz kolažni video rad „@24h_tradicije” opisnim kadrovima eksterijera uvodimo gledaoca u dom u kome mlada živi i u kome će se dešavati određeni segmenti obreda. Pored toga, Kembel ostavlja mogućnosti nagoveštaja

određenih elemenata koji će kasnije u toku radnje dobiti primenu. Ukrase na zgradi u kojoj mlada živi možemo posmatrati kao nagoveštaje buduće radnje.

Drugi segment prvog čina koji karakteriše *zov pustolovine* možemo smestiti i analizirati iz pozicije veridbe koja prethodi svadbi i koja predstavlja predsvadbenu ritual u kome budući mladoženja iskazuje svoje namere prema devojci, to jest najavljuje buduće svadbeno veselje.

Treća etapa I čina je kategorizovana kao *odupiranje zovu* i odnosi se na razmišljanje heroja o odbijanju pustolovine. U ovu fazu možemo postaviti buduću mladu koja bez ikakve namere da odbije predlog verenika, bar u nekom trenutku, samo za sebe, preispituje svoju odluku. Pomisao lika o odbijanju poziva u avanturu je dovoljna i često ostaje samo na nivou tog lika, ne mora da ima suštinskog efekta na druge likove.

Četvrtu etapu Kembel definiše kao *natprirodnu pomoć* a Vogler kao *susret sa mentorom*; obe se odnose na pomoć koju junak dobija i koju traži od različitih oblika bića. U sagledavanju svadbenih običaja u ritualu, gde se nakon veridbe pri uobličavanju budućeg dešavanja uključuju roditelji mlade i mladoženje, kao osobe koje su već prošle put koji tek sada prolazi naš junak i koji u odnosu na njega imaju iskustva u tome. U teorijsko-etnografskim analizama svadbenih običaja zapažena je uloga svekrve kao mentora, koja dobija ulogu iskusnog učesnika u ritualu. Sa te tačke gledišta, nju možemo svrstati u klasifikaciju mentorske pomoći ali svakako će tu pripadati i mladini roditelji i mladoženjin otac.

Prelazak preko prvog praga je peti segment u kome vidimo junaka tik pred pustolovinom. On je prevazišao sumnje, umirio strahove i nalazi se na korak od akcije. Vogler kaže da se junak tada nalazi u zoni prelaska, na ničijoj zemlji. U takvom stanju je mlada neposredno pred početak obrednog dešavanja. Ona je prihvatila ideju odlaska iz roditeljskog doma ali još nije zakoračila ka inicijaciji ulaska u muževljev dom. Ona se nalazi u vakuum prostoru oivičenim željama i strahovima od nepoznatog. Vogler ovde završava prvi čin a Kembel ostavlja prostora za još jednu etapu i naziva je *kitova utroba*. Ona se odnosi na nepoznato u koje je junak tek zakoračio ili u koje je nenadano dospeo.

II čin – *Spuštanje u akciju, inicijacija, prodiranje*

Kembel drugi čin započinje segmentom koji naziva *put iskušenja* a Vogler u prvi segment drugog čina svrstava i saveznike i neprijatelje junaka na putu iskušenja. Ovde je naš

junak već duboko zašao u avanturu, u „pejzaž iz snova, čudesno fluidnih i nejasnih oblika, u kojem mora da preživi uzastopna iskušenja”⁹⁹. Uloga mlade u svadbenom ritualu, kao junaka koga pratimo kroz avanturu, ovde ima centralno mesto jer je ovo trenutak akcije, to jest vršenja obrednih aktivnosti.

Tu će se pojavljivati suparnici i saveznici, a junak će se protiv ili uz pomoć njih boriti i ići dalje kroz avanturu.

Nakon ovog segmenta, Vogler ubacuje u svoju klasifikaciju novi segment koji naziva *pristupanje najdubljoj pećini* objašnjavajući nam da se on odnosi na junakovu adaptaciju na avanturu, nakon koje je spreman da ode do samog izvora avanture i da je on tada potpuno spreman za borbu i izazove koji mu slede.

Kada je već zašao do same dubine izvora avanture i borbe, naš junak dolazi do segmenta koji Vogler naziva *sudbonosno iskušenje* a kome daje smisao segmenata koje Kembel definiše kao *susret s boginjom, žena kao iskušiteljica, izmirenje s ocem i apoteza*. Ovde je Kembel detaljniji u klasifikaciji za razliku od Voglera koji u jednom segmentu objedinjuje četiri Kembelova segmenta. Kako je ideja da mladu kao junaka svadbenog rituala analiziramo kroz put heroja, u ovom segmentu puta mladoj će biti bliža Voglerova klasifikacija na osnovu koje možemo da konstatujemo da se ona nalazi u najdubljoj pećini, dakle, došla je do same suštine obrednih aktivnosti i to je “glavna okosnica herojskog obličja i ključ magične moći.”¹⁰⁰ Iz vizure svadbenih običaja, u ovom segmentu je teško izdvojiti pojedinačni ritual, pošto se on razlikuje od tradicije do tradicije i od jednog do drugog geografskog područja Srbije, ali se može odnositi na ceremonijalni skup običaja koji će mlada sa ostalim akterima proći, a pre same proslave koja će nakon obavljenih ritualnih aktivnosti predstavljati završetak avanture.

Na kraju trećeg čina Vogler postavlja segment koji naziva *nagrada* a Kembel ga naziva *najviši dar*. U ovom segmentu proslavlja se pobjeda života nad smrću, obično je neka vrsta zla pobeđena i junak to proslavlja i prikuplja snagu za povratak u svet kome pripada. Pored toga, u ovom segmentu junak dobija nešto za čime je tragao pre ulaska u avanturu. To može da bude neki predmet, osoba ali može da bude i osećanje ljubavi.

Kembel čak pominje i osvajanje Svetog grala kao neke najviše instance kojoj junak teži na svom putu.

⁹⁹ Džozef Kembel, 2018. *Heroj sa hiljadu lica*, Beograd, Zlatno runo, str. 78

¹⁰⁰ Kristofer Vogled, 2020. *Piščevo putovanje: mitska struktura za pisce*, Beograd, FCS, str. 229

III čin – *Povratak*

Treći i završni čin odnosi se na povratak junaka u svoju domovinu iz koje je i krenuo u avanturu, ali on se ne vraća isti, njega je avantura promenila i na neki način oplemenila. On se vraća kao novi junak pun iskustava koja su ga na putu oblikovala i od njega načinila potpuno novog junaka. Vogler treći čin deli na tri segmenta: *put povratka, uskrsnuće i povratak s eliksirom*, dok će Kembel i ovde biti detaljniji i napraviti podelu na čak sedam segmenata: *odbijanje povratka, magični beg, pomoć spolja, prelaženje praga povratka, povratak, gospodar dva sveta, sloboda da se živi*. Junak pri povratku u svet kome pripada mora da doživi određenu vrstu pročišćenja od smrti koja mu je bila blizu, to jest mora da doživi katarzu. Kroz put povratka junak će se poslednji put sresti sa iskušenjem koje ovde, na samom kraju puta, postoji kao utvrđivanje naučenog gradiva iz iskušenja koje ga je čekalo na polovini puta. Po završetku svadbenih ritualnih odnosa, devojka koja je preuzela ulogu mlade se vraća u svet kome pripada, ali promenjena, sa novom primarnom porodicom čiji je deo, neodbacujući porodicu kojoj je pre svadbenog rituala pripadala. Ona je ritualom napravila promenu i prešla iz jedne porodice u drugu, jednu figuru muškarca zamenila je drugom, nastavljajući da postoji i korespondira i sa porodicom kojoj je pre početka rituala pripadala. Sada je ona ta koja će iskustveno moći u narednom periodu da vodi i usmerava nekog budućeg junaka na njegov put. “Svadba, kao i svaki ritual prelaza, omogućava prevladavanje haosa. Sklapanje braka izaziva velika pomeranja u grupi, jer su članovi zajednice međusobno povezani i promena pozicije jednog od njih u društvenoj strukturi zahvata i sve ostale, zbog čega dolazi do narušavanja ravnoteže”.¹⁰¹

S druge strane, u klasifikaciji heroja Kembel definiše *heroja okrenutog grupi* gde možemo da svrstamo i mladu koja se u prvom činu razdvaja od grupe kojoj pripada, prolazi kroz određenu pustolovinu u drugom činu, da bi se u trećem činu ponovo sjedinila sa grupom – u ovom slučaju novom, muževljevom. Svekrvu u svadbenom ritualu možemo da svrstamo i tumačimo kao *mentora ili mudru staricu* koja po Kembelovoj klasifikaciji vodi i pomaže junaku kroz izazove koji mu se nalaze na putu. Čini se da ovaj junak svoju punoću izraza doživljava u drugom činu, to jest u centralnom delu izvođenja ritualnih aktivnosti od strane mlade. Njeno mentorstvo i podučavanje se zasnivaju na iskustvu koje ima a koje je godinama sticala kroz život. Kao ključnu ulogu lika *mentora ili mudre starice*, Kembel izdvaja podučavanje.

¹⁰¹ Sanja Zlatanović, 2003. *Svadba – priča o identitetu*, Beograd, SANU, Etnografski institut, str. 161

Ulogu devera moguće je analizirati kroz arhetip *saveznika* koga mlada povlači na svoju stranu, kako bi joj pomagao tokom izvođenja ritualnih aktivnosti a od trenutka kada on obavi njenu kupovinu. Čini se da on do tada pripada protivničkoj grupi koja želi da osvoji junaka ali ga junak prisvaja i koristi njegovu pomoć pri obavljanju centralnih aktivnosti u drugom činu.

“Pojam identiteta je neodvojivo povezan sa pojmom rituala, jer su rituali ugrađeni u identitet zajednice i izražavaju njegove suštinske karakteristike.”¹⁰² Sanja Zlatanović na osnovu ove teze koristi savremenu srpsku svadbu kako bi je dovela i analizirala na relaciji tradicija – identitet – ritual.

¹⁰² Sanja Zlatanović, 2003. *Svadba – priča o identitetu*, Beograd, SANU, Etnografski institut, str. 138 na osnovu G. Kligman, str. 262, 264

6. Estetika i poetika kolažnog video rada (od ideje do realizacije)

Kolažni video rad „@24h_tradicije“ koncipiran je kao kratki audio-vizuelni format koji u dokumentarno-eksperimentalnoj strukturi istražuje drugačije produkcione modele nastanka ovakvih sadržaja, koristeći se neprofesionalnom tehnikom. Akcenat rada je stavljen na ideju prikupljanja sadržaja koji nastaje u velikoj količini u svakom trenutku, a naročito na događajima koji okupljaju veći broj ljudi i koji za okupljene imaju određeno emotivno značenje.

Rad na ovom projektu počeo je 2019. godine razmišljanjem o količini materijala koja nastaje kamerama i mikrofonomima mobilnih telefona. Taj materijal svako od nas pojedinačno stvara a njemu se po protoku određenog vremena retko vraćamo. Obično takve materijale čuvamo na eksternim hard diskovima ili na onlajn prostorima za skladištenje digitalnih materijala. Karakteristika ovakvih sadržaja je da su nastali u nekim okolnostima koje za autora imaju određenu emotivnu vrednost kao i da se takvih sadržaja retko odričemo.

U razmišljanju o ideji implementacije ovakve vrste sadržaja u jednu celovitu audio-vizuelnu formu sve vreme se nametalo pitanje načina nastanka i mogućnosti plasiranja ovakvih sadržaja. U analizi ovakvih sadržaja zaključeno je da većina nastaje kamerama i mikrofonomima na mobilnim telefonima a svoj plasman doživi na Instagram ili Fejsbuk stranici vlasnika sadržaja. Zanimljiviji koncept plasiranja sadržaja za ovaj rad je Instagram story format koji omogućava neograničen broj gledanja sadržaja u ograničenom roku od 24 sata od njegovog postavljanja na ovoj socijalnoj mreži. Pored toga, mogućnost uvezivanja različitih korisnika ove socijalne mreže sa objavljenim sadržajem uz pomoć opcije tagovanja, presudila je u odabiru platforme na osnovu koje će se prikupljati ali i montirati materijal video rada.

6.1. Događaj i njegovi svedoci

Da bi video rad nastao, potreban je bio odabir događaja koji bi omogućio prikupljanje snimljenog materijala putem Instagram aplikacije, što je značilo poznavanje određenog broja učesnika događaja ili bar postojanje mogućnosti uključivanja u organizaciju događaja. Odabran je događaj čije je dešavanje planirano za 18. 09. i 19. 09.2021. godine. Reč je o svadbi moje sestre, dakle, događaj čije sam učesnike bar jednim delom poznao (učesnike sa mladine strane) ali i

dogadaj u čiji sam organizacioni sistem bio upućen od početka. Nakon definisanja događaja obrađenih kroz kolažni video rad, u saradnji sa dramaturzima pristupljeno je pravljenju scenosleda koji je omogućio lakše sagledavanje celine, ali koji je najviše pomogao u montaži video rada. Scenosled je nastao u saradnji sa dramaturzima Vidom Davidović i Lorom Džolić, koje su na osnovu mojih instrukcija detaljno sagledale mogućnosti i koncipirale ih u formu scenosleda kolažne video forme. Scenosled je predstavljao jedini dramaturški predložak na osnovu koga su saradnici u svim sektorima mogli da planiraju svoje aktivnosti.

SCENOSLED

I segment - Priprema - mladina i mladoženjina kuća

1. ENT. MLADOŽENJINA KUĆA, KRUŠEVAC

Mladoženja i svatovi u njegovoj kući/dvorištu - okupljanje svatova, kretanje ka mladinoj kući.

2. ENT. MLADINA KUĆA

Mlada je u sobi sa prijateljicama/rođakama i bratom, vrše se poslednje pripreme (šminkanje, oblačenje), u ostatku kuće je mladina porodica.

3. EKST. ISPRED MLADINE ZGRADE, BEOGRAD

Ispred zgrade je postavljena jabuka na motki, pristižu mladoženja i svatovi. Jedan od svatova gađa jabuku igračkom pištoljem/vodenim pištoljem dok je ne pogodi; kada je pogodi, dever i nekoliko svatova ulaze u kuću. (Objašnjenje pojma : gađanje jabuke: Mladoženja pucanjem u jabuku pokazuje svoje sposobnosti mladinom ocu. Pogodak u jabuku označava osvajanje mlade. Objasnjenje je zamišljeno putem instagram filtera preko određenog video sadržaja.)

4. ENT. MLADINA ZGRADA

Dever se ispred mladine sobe pogađa sa mladim bratom oko kupovine mlade; kada se dogovore, mlada izlazi iz sobe i dever je uzima pod ruku. (Objašnjenje pojma: kupovina mlade: Dever u simboličnom nadmetanju otkupljuje mladu od njenog brata. Te sume u današnje vreme najčešće su simbolične.)

5. EKST. MLADINA ZGRADA

Nekoliko devojaka i momaka, mladinih rođaka, kite automobile od svatova.

6. ENT. KOLA

Mlada i mladoženja se voze na zadnjim sedištima kola.

7. EKST. ULICE

Kolona ukrašenih vozila, koja idu jedno za drugim i trube.

II segment - venčanje - crkva

8. ENT. CRKVA

Mlada i mladoženja se venčavaju u crkvi (stavljaju krune)

9. EKST. CRKVA

Trubači ispred crkve sviraju, svatovi ih čašćavaju i vesele se uz muziku.

10. EKST. MLADOŽENJINA KUĆA

Mlada baca sito na krov kuće. Zatim uzima najmlađe muško dete u porodici i baca ga tri puta u vazduh. (Objašnjenje pojma „nakonče“: Mlada baca najmlađe muško dete u porodici tri puta uvis kako bi osigurala sebi i mladoženji dobar porod. Objasnenje

pojma „bacanje sita“: Sito se baca radi mladnog ostanka u novom domu)

11. ENT. NEKOLIKO AUTOMOBILA

Kola u koloni voze do mesta proslave i trube kroz grad/ulice. (Predviđeno je da video materijal bude iz nekoliko automobila, sa različitim muzičkim izborom)

III segment - proslava - restoran

12. ENT. RESTORAN

Devojčice sa korpama obilaze goste i kite ih, a gosti ih čašćavaju. (Objašnjenje pojma „kićenje svatova“: Običaj nastao u srednjem veku koji je služio za to da se gosti ukrase, a devojke koje kite svatove upoznaju i zbližavaju se sa momcima.)

13. ENT. RESTORAN

Prvi ples - mlada i mladoženja plešu u centru podijuma, kasnije im se priključuju ostali parovi.

14. ENT. RESTORAN

Dolazak matičara. Kumovi i mladenci se potpisuju, razmenjuju prstenje, matičar ih proglašava mužem i ženom, gosti tapšu.

15. ENT. RESTORAN

Mlada je sa bidermajerom u rukama okrenuta leđima grupici devojaka. Mlada baca bidermajer, devojke se bore za njega i jedna od njih ga uhvati i srećno podigne u vis. (Objašnjenje pojma „bacanje bidermajera“ : istaknuto je da je običaj preuzet iz zapadne tradicije: mlada baca bidermajer neudatim devojka, veruje se da se devojka koja uhvati bidermajer sledeća udaje.)

16. ENT. RESTORAN

Mladenci stoje ispred određenog plakata ili šarenih balona, stoje u mestu i poziraju, dok se gosti oko njih smenjuju i fotografišu se. Kako koji gost priđe, tako daje kovertu mladi ili mladoženji u ruke.

18. ENT. RESTORAN

Posluživanje hrane, gosti jedu i piju, bend svira neku laganu muziku.

19. ENT. RESTORAN

Bend svira bržu muziku, svatovi se vesele.

20. ENT. TOALET RESTORANA

Devojke ispred ogledala popravljaju jedna drugoj šminku i frizuru, neke se fotografišu mobilnim telefonima, jedna od njih skida štikle i obuva baletanke. PROSLAVA, MUZIKA, VESELJE (OFF).

21. ENT. RESTORAN

Mlada I mladoženja zajedno seku višespratnu tortu. Prskalice na torti prskaju; kada iseku prvo parče torte, gosti počnu da aplaudiraju, mladenci mažu jedno drugog tortom po licu. Mladoženja otvara šampanjac i sipa ga u čaše, mladenci piju šampanjac ukrštenih ruku.

22. ENT. RESTORAN

Bend svira Užičko kolo. Gosti se uhvate u kolo i igraju, neki spretno, neki samo skakuću, atmosfera je haotična i vesela.

23. EKST. RESTORAN

Pijani gosti zovu taksi, gosti polako napuštaju restoran.

IV segment - prva bračna noć

24. EKST. MLADOŽENJINA KUĆA Mlada snima stori kako je mladoženja prenosi preko kućnog praga.



Slika br. 4 – Podsetnik za tagovanje stranice „@24h_tradicije”

Nakon dolaska u Beograd i obavljanja ritualnih običaja, svadbena povorka je krenula za Kruševac. Tokom sutrašnjeg dana, 18. 09. 2023. godine obavljeni su segmenti definisani u scenosledu kao segmenti dva i tri.

Tokom ceremonijalnih aktivnosti u mladinom domu ali i tokom proslave u restoranu svi gosti su ljubazno zamoljeni da na materijalu koji snimaju i objavljuju putem aplikacije Instagram taguju stranicu pod nazivom „@24h_tradicije”. Na taj je način na stranici napravljenoj samo za ovu svrhu pristigla velika količina materijala. Sav materijal smo pregledali montažerka i ja, kao jedine dve osobe koje su imale pristup navedenoj Instagram stranici. Montažerka Krana Kablar nije prisustvovala ritualnim aktivnostima i proslavi, već je celokupan događaj sagledavala i na taj

Nakon napisanog scenosleda, otvorena je Instagram stranica pod nazivom „@24h_tradicije” i sa nje su dodati prijatelji i rođaci koje poznajem a za koje sam znao da će biti deo svadbenog veselja.

Sam svadbeni događaj je trajao dva dana, 17. i 18. 09. 2021. godine.

Prvi dan je podrazumevao prvi segment u scenosledu, to jest scene od 1 do 7. Svadba je planski podeljena u dva dana jer je mlada živela u Beogradu a mladoženja u Kruševcu. Mladoženja je 18. 09. rano ujutru sa svojim svatovima krenuo iz Kruševca za Beograd po mladu.

način sklapanja video rad, isključivo putem stori snimaka koje je dobijala opcijom tagovanja stranice.

Celokupni događaj kompletno je snimljen profesionalnom tehnikom za snimanje zvuka. Snimatelj i dizajner zvuka bio je Antonio Andrić, koji je osmislio način beleženja segmenata navedenih u scenosledu i koji je na osnovu njega mogao da planira i da se rukovodi ritualnim celinama koje su planirane. Tokom montaže slike koja je podrazumevala izbor određenih video celina koje smo dobijali putem instagrama i njihovo ritmičko uklapanje u celinu rada, dodavane su grafike kojima su objašnjene ritualne aktivnosti koje su se dešavale tokom svadbenog događaja.

6.2. *Montaža video rada*

U pripremi ovog projekta postojale su određene poteškoće u shvatanju na koji način će se tačno realizovati ovakav audio-vizuelni sadržaj u montažnom smislu, kao i da li je to uopšte moguće. On je u sebi podrazumevao:

1. Izmenjeni pristup pojmu ritma
2. Nemogućnost reza kao osnovnog montažerskog alata za rad
4. Vremenska ograničenost
5. Grafika – elementi koji opisuju dešavanje na svadbi praćeni objašnjenjima o ulozi pojedinačnog običaja na svadbi.

Teoretičari napominju da je jedna od glavnih uloga montažera stvaranje ritma filma i da montažer ima punu slobodu da se svojom kreativnošću iskaže kroz materijal snimljen od strane iskusnih, učenih, a pre svega talentovanih kolega snimatelja. Međutim, u slučaju ovog filma, montažer se susreće sa potpuno drugačijim kolegama. Naime, prepušten je dokumentarnim snimcima koji su nastali mobilnim telefonom, a čiji su kreatori svatovi – svedoci događaja. Ovaj koncept već od samog početka deluje egzotično, ali postavlja i sledeći veliki izazov – rez koji određuje snimatelj (u ovom slučaju zvanica sa svadbe – svedok)

Rez je već određen, tako da montažer mora da smišlja adekvatan način na koji će spojiti sledeći snimak, što ga usmerava da se fokusira na samu dramaturgiju filma i tok radnje, koja ima svoj definisan početak i kraj.

Još jedan od izazova bila je vremenska ograničenost. Koncept ovog dokumentarnog formata, u kome u roku od dvadeset i četiri sata sve počinje i završava se, uključujući i samu montažu, koja, kada su u pitanju ovakve forme, nekada može trajati i duže od samog snimanja, predstavljala je izazov pošto se po prvi put montažer mora odreći osnovnih montažerskih postulata i ponekad dugotrajnog rada sa materijalom. Rešenje je bilo u povratku na idejni koncept rada koji je zahtevao praćenje dramaturške osnove i svih bitnih elemenata uklopljenih u ritmičku strukturu.

Poslednji izazov, ali zato ne i manje važan, jeste polje na kome nije bilo prostora za grešku – postavljanje grafike u realnom vremenu. Kako će izgledati dizajn grafike, na koju poziciju u kadru će biti postavljena, i to tako da ne sakrije najbitnije delove akcije u kadru, da li će sve biti ispravno napisano, jer nema mogućnosti povratka... Ovakav način rada vrlo je sličan radu montažera na poziciji video miksera u prenosa događaja uživo, kada u trenutku bira kadar ali i prateću grafiku koja se preko kadra ispisuje i koja istog trenutka odlazi u etar.

Ideja trenutnog sklapanja kolažnog video rada, onda kada se on i snima, to jest dok je događaj u toku, bila je najpribližnija upravo prenosu uživo, tako da sa te tačke montažerskog stvaranja montažer nema najpregledniju sliku kako će sve izgledati na kraju.

Dakle, ostaje jedina mogućnost fokusiranja na ritam, a u skladu sa materijalom koji je dodeljen stvarajući inovativan narativni pristup, koji će u budućnosti uzeti primat i u klasičnom filmskom stvaralaštvu.

6.3. *Postprodukcija video rada*

Nakon dramaturški postavljenih video snimaka koji su montažnim sredstvima uklopljeni u jednu celinu, bilo je potrebno izvući sliku kolažnog video rada iz mobilnog telefona kako bi se na osnovu nje radio dizajn zvuka. Slika video rada dobijena je opcijom snimanja ekrana (screen recording), tako da je zabeležen video rad u njegovom lajv emitovanju, ali su pored njega zabeleženi i ostali elementi koji čine ekran mobilnog telefona. Tu spadaju indikatori potrošnje baterije, vreme, signal interneta, signal mreže, itd. Ovi elementi ostali su kao sastavni deo kolažnog video rada jer pri njegovom ponovnom prikazivanju daju utisak gledanja sadržaja koji se trenutno u novih 24 sata trajanja dešava na društvenoj mreži Instagram.

Dizajn zvuka na kolažnom video radu rađen je sa idejom da se sve tehničke nepravilnosti

nastale snimanjem mobilnim telefonima sa lošim mikrofonom uklone, tako da gledanje i slušanje kolažnog video rada u slušalicama na mobilnim telefonima bude prijatno iskustvo. Kako je celokupan događaj snimljen profesionalnom tehnikom, to nije bio problem. Postprodukcija zvuka ovog rada otvorila je novo razmišljanje o ovom radu najviše u domenu dramaturgije. Antonio Andrić i ja smo pokušali da zvučnom slikom dramaturški linearno ispratimo radnju iako to u slici često nije bio slučaj. Otuda su u radu česti asinhroniteti slike i zvuka, što znači da se zvukom prati linernost događaja, dok nas slika vraća dramaturški bar na nekoliko sekundi unazad. Čini se da smo zvukom održavali dramaturšku linearnost dok smo je slikom razbijali, a obe stvari su se dešavale paralelno. Dizajn zvuka ovog rada otvorao je i druga pitanja, kao što su pitanja o imanentnoj muzici koja će se pretvarati u transcendentnu i obrnuto, o zvučnim pokrivalicama, o overlepingu... Ideja je bila da kroz rad uklopimo dva različita parametra. Jedan je slika koja je autentična, onakva kakvu su je svedoci snimili, bez ikakvih intervencija na njoj, a druga je zvuk koji je profesionalno sređen i koji dopunjuje ili nadograđuje sliku. Slika video rada ostala je autentična, tako da sobom donese Instagram estetiku ovog video rada. Slika sadrži Instagram elemente. Ona je često degradirana, neujednačena, šarenolika i često opterećena motivima u obliku stikera koji odlikuju sliku na ovoj društvenoj mreži. Spajanjem slike i zvuka dobijena je celika video rada, tako da zvuk i slika funkcionišu u korelaciji, dopunjujuću jedno drugo.

Po završetku postprodukcije video rada, akcentat je stavljen na ideju o javnom prikazivanju. Kako je rad nastao na osnovu estetike sadržaja plasiranih na društvenim mrežama, u tom pravcu je teklo i razmišljanje o prikazivanju rada. Pored toga, u teoriji posredovanih sećanja potreban je događaj, vremenska instanca i ponovni susret sa predmetom sećanja kako bi se stvorilo posredovano sećanje. Događaj postoji i desio se 17. i 18. 09. 2021. godine, vremenska distanca postoji i trenutno je 17 meseci, a da bi se krug posredovanog sećanja zatvorio potrebno je organizovati ponovni susret tvoraca ovog rada sa samim kolažnim video radom. Zamišljeno je da se svedoci događaja koji su ujedno i tvorci video rada pozovu na javno izvođenje koje bi se desilo na jednoj od pozorišnih scena gde bi publika, koju u najvećoj meri čine svedoci događaja, ali i ostala publika koje nije prisustvovala događaju, na svojim mobilnim telefonima u jednom prostoru gledala kolažni video rad „@24h_tradicije”. „Međutim, očigledno je da bilo besmisleno osuditi etnografski film na tu vrstu zatvorenog kruga audio-vizelnog informisanja. Stoga je moj treći odgovor na pitanje 'za koga': 'Za najveći mogući broj ljudi, za sve vrste publike’.”¹⁰³

¹⁰³ Pol Hokings, 2014. *Načela vizuelne antropologije*, Beograd, Clio, str. 32

U detaljnoj razradi javnog izvođenja kolažnog video rada, on je sagledan iz perspektive scenskog događaja, tako da ima određene elemente audio-vizuelne izvedbe sadržaja koja se dešava u prostoru sa binom i publikom. Na bini bi se postavio samo jedan mikrofona na stalku. Po ulasku i smeštanju publike, u gledalištu se gasi svetlo, a na bini se pali spot svetlo direktno na mikrofona. Posle par sekundi, sa zvučnika iz sale čuje se ženski glas iz off-a, koji izgovara glumica Sonja Kolačarić, koji glasi:

„Poštovana publiko, dobro veče!

Dobro došli na javno prikazivanje doktorskog umetničkog projekta pod nazivom: „24 sata tradicije, kolažni video kao proizvod tehnologije društvenih mreža“, autora Miroslava Đurđevića.

Kolažni video rad „24 sata tradicije“ nastao je kao istraživački projekat na doktorskim umetničkim studijama Fakulteta dramskih umetnosti u Beogradu i predstavlja rezultat četvorogodišnjeg istraživanja na polju produkcije digitalnih video formata ali i načina beleženja i klasifikovanja digitalnih uspomena putem društvenih mreža.

Pred vama će se naći video rad koji je nastajao 17. i 18. septembra 2021. godine, a njegovi tvorci, koji su ujedno i akteri, večeras su među nama u publici.

Video rad traje 21 minut, ali će svako od vas biti u mogućnosti da njegovo trajanje smanji ili produži, pomoću alata video platforme na kojoj se rad prikazuje.

Za gledanje video rada biće vam potreban internet protok. Ukoliko nemate svoj, možete se povezati na otvorenu WiFi mrežu pod nazivom „24 sata tradicije“.

Sada vas molim da pripremite svoje mobilne telefone, da na njih povežete vaše audio slušalice i da skenirate QR kod koji se nalazi na programima koje ste dobili na ulazu u dvoranu.

Ukoliko vam je potrebna bilo kakva pomoć, u svakom trenutku se možete obratiti nekom od naših hostova.”

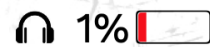
Ideja je da nakon odslušanog *off*-a publika skenira svojim telefonom *QR* kod koji se nalazi na programima koji su dobili pri ulasku u salu, da zatim poveže svoje audio slušalice i počne da gleda kolažni video rad. Kolažni video rad se nalazi na *Youtube* platformi i moguće ga je pogledati isključivo dobijanjem linka koji vodi do video rada. Zahvaljujući tehničkim mogućnostima navedene platforme, publika će biti u mogućnosti da trajanje video rada skрати ili produži, tako što bi na liniji trajanja video sadržaja, određene delove ponovo gledala ili usporila za gledanje, a određene delove ubrzala ili ih preskočila. Na taj bi se način poništila linearnost bioskopskog prikazivanja filmova, a sa druge strane, gledanje video rada bi se zadržalo na nivou osobenosti gledanja sadržaja na mobilnim telefonima.

U toku paniranja javnog izvođenja, a u saradnji sa Jelenom Milojević, studentkinjom Fakulteta primenjenih umetnosti u Beogradu, krenulo se sa planiranjem realizacije vizuelnih rešenja plakata ali i story i post najava koje bi se kačile na stranici „@24h_tradicije”. Koleginica Milojević je napravila nekoliko potencijalnih vizuelnih rešenja, od kojih su dva ušla u uži izbor, a oba su bazirana na estetici dizajnera Davida Carsona (David Carson). Jedno rešenje se fokusira na mobilni telefon, to jest na njegov ekran, na kome bi po datumu i vremenu bilo naznačeno prikazivanje kolažnog video rada. Pored toga, on poseduje elemente poput indikatora trajanja baterije koje je na 1% ali i rukom doctanih elemenata naslova rada. Drugi plakat je koncipiran tako da predstavi album sa crno-belim fotografijama, preko kojih se nalazi mobilni telefon koji pokriva svojim ekranom jednu od njih. Pored toga, druga fotografija u dnu plakata okrenuta je naopako, a na njenoj pozadini ručno je ispisana ekipa kolažnog video rada. Oba plakata teže da predstave ideju o očuvanju tradicije ali i borbu analognog i digitalnog sveta u kojoj se našla tradicija.

„Isto tako, filmovi i dalje dominantno opstaju u tradicionalnoj formi, kao dvodimenzionalne pokretne slike namijenjene bioskopima, ali zahvaljujući 'slojevima' digitalnih

tehnologija i sve dominantnijih postfilmskih i postkinematografskih praksi proizvodnje, distribucije i prikazivanja, film dobija jedan novi oblik i pojavnost.”¹⁰⁴

¹⁰⁴ Jelena Mišeljić, 2021. doktorska disertacija *Postljudski pogled: uticaj automatizovanih slika na savremeni film*, Beograd, Univerzitet Singidunum, str. 79



20:00

Petak, 7. april

Scena „Mata Milošević” - FDU

07/04/23, 20:00h

Poneti slušalice

07/04/23, 20:00h

24h ~~tradicije~~

TRAVN
LNI

Autor: Miroslav Đurđević
Scenaristi: Lora Džolić i
Vida Davidović
Montaža: Kruna Kablar
Snimatelj i dizajner zvuka:
Antonio Andrić
Mentor: mr Radenko Ranković
Dizajn plakata: Jelena Milojević



Slika br. 6 –Idejno rešenje plakata br. 2

Zaključak

Kroz rad na kolažnom videu stvorena je ideja o klasifikovanju i plasiranju svedočanstva svakodnevnog života, kao vizuelnog svedočanstva svakodnevice. Otuda se prošlost pojavljuje u dvostrukom obliku, kao istorija svakodnevice, lična istorija, privatna istorija i kao sećanje kolektivno i lično. Svedočanstvo smo kroz rad mogli da klasifikujemo i kao kulturalnu, dnevnu istoriju, kao antropološko svedočanstvo i kao naše interno sećanje. Analizirana je ekologija pamćenja to jest kako mediji menjaju naše pamćenje nekog događaja i koliko se naše pamćenje zapravo razlikuje od konkretnog događaja.

„Mi smo ljudi koji veruju da će svet sutrašnjice, svet koji upravo gradimo, biti podnošljiv samo ako prizna razlike koje postoje među kulturama i ako ne odrekemo pravo na postojanje drugim kulturama tako što ćemo pokušati da ih saobrazimo našoj. Da bi se to postiglo, moramo poznavati druge kulture; nema boljeg sredstva za sticanje tog znanja od etnografskog filma.”¹⁰⁵

Kroz ideju o žanrovskom opredeljenju ovog umetničkog rada pojavljivale su se dve klasifikacije. Jedna je dokument prošlosti, koji bi implicirao faksiju, a druga je dokument sećanja, koji bi implicirao fikciju. S druge strane, reč je o video sadržaju koji bi mogao biti tretiran i kao performativno izvođenje istorije i sećanja što akcentat stavlja na performativni potencijal filma i filma kao procesa izvođenja.

Kroz multiperspektivno sagledavanje ovog rada i novog formata koji je iz njega proistekao možemo navesti nekoliko njegovih karakteristika, kao što su produkciono, edukativno i upotrebno-receptivno korišćenje u kontekstu kulture sećanja i kulture svakodnevnog života.

Cilj ovog rada je umetničko istraživanje nove vrste medijskog svedočenja na jednom tradicionalnom fenomenu, uključujući i njegovu teorijsku eksplikaciju. Novo medijsko svedočenje ima implikacije ne samo na strukturu umetničkog teksta, kolažnog video rada, već i na distribuciju, plasman i koncepciju. Kroz realizaciju cilja umetničkog istraživanja, kao rezultat je nastao produkcionni model medijskog svedočenja, stvoren na primeru obrednog događaja. Produkcionni model stvoren na ovakav način tretiran je kao sadržaj kolažnog tipa, zahvaljujući njegovoj mogućnosti sklapanja već kreiranih segmenata u širu sliku tako da je obuhvaćeno

¹⁰⁵ Pol Hokings, 2014. *Načela vizuelne antropologije*, Beograd, Clio, str. 32

pojedinačno stvaralaštvo svakog svedoka ali i svakog saradnika koji je na osnovu toga kreirao celoviti kolažni video rad.

Literatura

Pisani izvori na srpskom jeziku:

- 1) Aleksandra Milovanović, 2019. *Ka novim medijma: Transmedijalni narativi između filma i televizije*, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti
- 2) Ana Vujanović i Jovićević Aleksandra, 2007. *Uvod u studije performansa*, Beograd, Fabrika knjiga
- 3) Ana Martinoli, Nevena Krivokapić, Bojan Perkov, Mirko Stojković, 2019. *Priručnik: regulatnorni okvir i poslovni modeli online medija*, Beograd, Share Foundation, Fondacija za otvoreno društvo Srbija
- 4) Anri Begson, 1927. *Materija i memorija ogleđ o odnosu tela i duha*, Beograd, Izdavačka knjižarnica Gece Kona
- 5) Andre Bazan, 1974. *Šta je film*, Beograd, Institut za film
- 6) Biljana Ćorović, 2018. doktorska disertacija *Mediji kao kulturološki fenomen: od Maršala Makluana do Pola Virilija*, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu
- 7) Bojan Vuletić, 2021. *Bela nedelja, scenario za dugometražni igrani film sa oniričkim motivima i strukturom dramaturgije snova*, doktorski umetnički projekat, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti
- 8) Dušanka Marković, 2017. *Srpski svadbeni običaji u Vojvodini*, Novi Sad, Muzej grada Novog Sada
- 9) Dejvid A. Kuk, 2018. *Istorija filma I - III*, Beograd, Clio
- 10) Džozef Kembel, 2018. *Heroj sa hiljadu lica*, Beograd, Zlatno runo
- 11) Hrvoje Tuković, 2012. *Teorija filma*, Zagreb, Meandermedija
- 12) Ivana Kronja, 2020. *Estetika avangardnog i eksperimentalnog filma: telo, rod i identitet*, Beograd, Filmski centar Srbije
- 13) Jakov Munižaba, 2019. *Motion stop – oživljavanje zvuka*, doktorski umetnički projekat, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti
- 14) Jacques Lacan, 1986. *Četiri temeljna pojma psihoanalize*, Zagreb, Naprijed

- 15) Jelena Mišeljić, 2021. doktorska disertacija *Postljudski pogled: uticaj automatizovanih slika na savremeni film*, Beograd, Univerzitet Singidunum
- 16) Joze van Dejk, 2018. *Posredovana sećanja u digitalnom dobu*, Beograd, Clio
- 17) Jelena Đorđević, 2002. „Plen ili žrtva: jedno razmišljanje o srpskom identitetu, Kulturni i etnički identiteti u procesu globalizacije i regionalizacije Balkana”, Niš, Centar za balkanske studije, Jugoslovensko udruženje za naučno istraživanje religije
- 18) Kristofer Vogled, 2020. *Piščevo putovanje: mitska struktura za pisce*, Beograd, FCS
- 19) Lora Malvi, 2017. *Vizualno zadovoljstvo i narativni film*, Beograd, Filmski centar Srbije
- 20) Lev Manović, 2015. *Jezik novih medija*, Beograd: Clio
- 21) Maja Ristić, 2018. *Performans kao drugost, Filozofija medija: mediji i alternativa*, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti, pos. izd, knj. 22
- 22) Maršal Mekluan, 1971. *Poznavanje opština - čovekovih produžetaka*, Beograd, Prosveta
- 23) Moris Albvaks, 2013. *Društveni oblici pamćenja*, Novi Sad, Mediterran publishing, prevod. Olja Petronić
- 24) Mirko Stojković, 2016. *Zatamnjenje (pervazivna igra)*, doktorski umetnički projekat, Beograd, Fakultet dramskih umetnosti
- 25) Pol Hokings, 2014. *Načela vizuelne antropologije*, Beograd, Clio
- 26) Rolan Bart, 2004. *Svetla komora*, Beograd, Reč i misao
- 27) Sanja Zlatanović, 2003. *Svadba – pričao o identitetu*, Beograd, SANU
- 28) Siva Vajdijanatan, 2018. *Antidruštvene mreže*, Beograd, Clio
- 29) Vinsent Hendriks, Pele Hansen, 2017. *Bura informacija, zašto lajkujemo*, Beograd, Centar za promociju nauke

Pisani izvori na engleskom jeziku:

- 1) Edward Branigan, 1992. *Narrative Comprehension and Film*, London, New York, Routledge
- 2) Gordon Wheeler, 1997. *Self and Shame: A Gestalt Approach*, Gestalt Review
- 3) Gelden Van Hilde, Helen Westgeest, 2011. *Photography Theory in Historical Perspective*, London, Wiley-Blackwell

- 4) Guy Debord, 2002. *Society of the Spectacle*, Bureau of Public Secrets, prevod: Ken Knabb
- 5) Jane Kroger, 2000. *Identity Development – Adolescence Through Adulthood*, London, Sage Publications, Inc.
- 6) Luciano Floridi, 2014. *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*, UK, Oxford University Press
- 7) Marita Sturken, 1997. *Tangled Memories*, University of California Press
- 8) Maurice Halbwachs, 1992. *On Collective Memory*, Chicago, Chicago University Press
- 9) Steven Shaviro, 2016. *Splitting the Atom: Post-Cinematic Articulations of Sound and Vision*, u Shane Denson, Julia Leyda, „Post-Cinema: Theorizing 21st-Century Film”, Falmer: REFRAME Books
- 10) Walter Benjamin, 1979. *One-Way Street and other Writings*, London: Verso
- 11) Winkler Hartmut, 2001. „Discourses, Schemata, Technology, Monuments: Outline for a Theory of Cultural Continuity”, Configurations

Webografija

- 1) <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/vlog> - pristupljeno: 22.02.2023. godine
- 2) <https://www.kanopy.com/en/category/36> - pristupljeno: 03.02.2023. godine
- 3) [https://www.idfa.nl/en/collection/documentaries?page=1&filters\[tvPrice\]=Free](https://www.idfa.nl/en/collection/documentaries?page=1&filters[tvPrice]=Free) - pristupljeno: 03.02.2023. godine
- 4) <https://collider.com/best-mockumentaries-movies-21st-century/> pristupljeno: 02.02.2023. godine
- 5) <https://guidedoc.tv/browse/genres/experimental-documentary-83/> - pristupljeno: 02.02.2023. godine
- 6) <https://alg.manifoldapp.org/read/film-appreciation/section/93d7fe6c-018d-408d-b34b-d137c9a57767> - pristupljeno: 02.02.2023. godine
- 7) <https://mubi.com/lists/video> - pristupljeno: 25.01.2023. godine
- 8) <https://jonigutierrez.com/blog/avant-garde-poetic-and-experimental-documentary/> - pristupljeno: 25.01.2023. godine

- 9) <https://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/3-4-shaviro/> pristupljeno: 22.01.2023. godine
- 10) <https://www.documentary.org/feature/redefining-documentary-experimental-forms-explore-new-territory> - pristupljeno: 22.01.2023. godine
- 11) <https://www.masterclass.com/articles/what-is-cinema-verite-in-filmmaking> pristupljeno: 08.01.2023. godine
- 12) <https://indiefilmhustle.com/cinema-verite/> pristupljeno: 08.01.2023. godine
- 13) <https://www.makeuseof.com/tag/what-are-instagram-highlights/> pristupljeno 30.06.2022. godine
- 14) <https://www.fabrikaknjiga.co.rs/rec/64/235.pdf> pristupljeno: 22.06.2022. godine
- 15) <https://whatis.techtarget.com/definition/Instagram-stories> pristupljeno: 16.06.2022. godine
- 16) <https://www.lifewire.com/how-to-repost-instagram-story-4691376> pristupljeno: 16.06.2022. godine
- 17) <https://www.lifewire.com/how-to-repost-instagram-story-4691376> pristupljeno 16.06.2022. godine
- 18) <https://blog.sagipl.com/most-used-apps/> pristupljeno: 16.06.2022. godine
- 19) https://www.nfb.ca/film/cinema_verite_defining_the_moment/ pristupljeno: 08.05.2022. godine
- 20) <https://www.pbs.org/independentlens/blog/cinema-verite-the-movement-of-truth/> pristupljeno: 07.05.2022. godine
- 21) https://www.researchgate.net/publication/316250457_Social_Network_Theory pristupljeno: 03.04.2022. godine
- 22) <https://www.albany.edu/faculty/gz580/docfilmshistory/> pristupljeno: 02.04.2022. godine
- 23) <https://nonfics.com/archival-documentaries-on-the-rise/> pristupljeno: 02.04.2022. godine
- 24) https://www.informatika.com/usluge/cloud/?sr_pismo=lat pristupljeno: 01.04.2022. godine
- 25) <https://memory.is/my-first-film> pristupljeno: 01.04.2022. godine

- 26) <https://www.idfa.nl/en/collection/documentaries?page=1> pristupljeno: 31.03.2022. godine
- 27) <https://www.fabrikaknjiga.co.rs/rec/64/235.pdf> pristupljeno: 21.01.2022. godine
- 28) <https://whatis.techtarget.com/definition/Instagram-stories> pristupljeno 16.06.2021. godine
- 29) <https://blog.sagipl.com/most-used-apps> pristupljeno 16.06.2021. godine

Filmografija

- 1) *The Exit of the Trains (Lesirea Trenurilor din Gara*, Radu Jude, 2020.)
- 2) *Аполло 11 (Apollo 11*, Todd Douglas Miller, 2019.)
- 3) *Aznavour by Charles (Le regard de Charles*, Marc di Domenico, Charles Aznavour, 2019.)
- 4) *The Image Book (Le livre d'image*, Jean-Luc Godar, 2018.)
- 5) *Skip Day* (Ivete Lucas, Patrick Bresnan, 2018.)
- 6) *Сена (Senna*, Asif Kapadia, 2010.)
- 7) *Devet očiju Google Street View-a (Nine Eyes of Google Street View*, Jon Rafman, 2009.)
- 8) *Public Solitude* (Daniel Aragão, 2008.)
- 9) *Cinéma Vérité: Defining the Moment* (Peter Wintonick, 2000.)
- 10) *Svadba (A Weddding*, Robert Altman, 1978.)
- 11) *Fata Morgana (Fata Morgana*, Werner Herzog, 1971.)
- 12) *Вудсток (Woodstock*, Michael Wadleigh, 1970.)
- 13) *Hronike jednog leta (Chronique d'un été*, Edgar Morin, Jean Rouch, 1961.)
- 14) *Рашомон (Rashômon*, Akira Kurosawa, 1950.)
- 15) *Čovek sa filmskom kamerom (Человек с киноаппаратом*, Дзига Вертов, 1927.)

Biografija autora

Rođen 1991. godine u Prištini. Nakon završene VIII beogradske gimnazije upisuje Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu, na kome diplomira 2015. godine. Master studije Kreativne FTV produkcije na Fakultetu dramskih umetnosti u Beogradu završava 2017. godine sa kratkometražnim igranim filmom Škrge finansiranim od strane Filmskog centra Srbije po konkursu za sufinansiranje studentskih završnih filmova, a pod mentorstvom profesora mr Radenka Rankovića.

Tokom i nakon završenih osnovnih i master studija kao producent radi na više kratkometražnih igranih i dokumentarnih filmova. Na Festivalu glumačkih ostvarenja domaćeg igranog filma – *Filmski susreti u Nišu* radi dugi niz godina kao saradnik na organizovanju pres konferencija, dok na Beogradskom internacionalnom filmskom festivalu – FEST radi kao menadžer hosting tima u periodu od 2016. godine do danas.

Nosilac je nagrada katedre za Filmsku i TV produkciju: Bojan Lukić za najboljeg studenta I godine produkcije školske 2011/2012. godine, kao i nagrade dr Dejan Kosanović za najbolji master rad školske 2017/2018. godine.

Od 2016. godine zaposlen u *Klan produkciji* gde radi kao izvršni producent pozorišta „Teatar na Brdu” a 2018. godine u okviru iste produkcijske kuće radi kao menadžer lokacija na dugometražnom igranom filmu „Taksi Bluz“ u režiji Miroslava Stamatova.

Posle kratkometražnog eksperimentalno-dokumentarnog filma „Pogledi zatvorenih očiju” (2016), Dore Filipović, čiji je producent, a koji je osvajao prestižne nagrade na svetskim festivalima, smatra da bi ovakav iskorak u eksperimentalnosti video forme samo produbio već započeto istraživanje ovog žanra.

Od 2018. godine zaposlen na Fakultetu dramskih umetnosti u okviru FTV studija na poziciji operativnih poslova rada studenata na zajedničkim vežbama u okviru FTV smeru. Takođe od 2018. godine, angažovan kao demonstrator na predmetima Filmska produkcija 5 i 6, odnosno Filmska produkcija 3 i sa profesorom mr Radenkom Rankovićem učestvuje u realizaciji studentskih individualnih vežbi i drugih praktičnih obaveza u okviru pomenutih predmeta.

Profesionalno iskustvo:

- Dugometražni dokumentarni film "Film davne budućnosti", režija: Siniša Cvetić (organizator snimanja/production manager, 2022, godine) – Magična linija i FDU
- Dokumentarni serijal "Njegoš – svevremenik", režija: Danilo Bečković (izvršni producent/executive producer, 2023. godine, 11 epizoda) – RTS i Klan produkcija
- Dugometražni igrani film "Da li ste videli ovu ženu", režija: Dušan Zorić i Matija Gluščević (associate producer, 2022. godine) - Non-Aligned Films
- Filmski festival SOFEST (koordinator službe za goste i sekretar žirija takmičarskog programa, 2021. i 2022. godine) – CEBEF;
- Kratkometražni igrani film "Dok ne sagorimo", režija: Nikola Stojanović (izvršni producent/executive producer, 2021. godine) – Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu
- Kratkometražni igrani film "Sunce nikad više", režija: David Jovanović (izvršni producent/executive producer, 2021. godine) – Pointless films i Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu
- Dečija TV serija "Andrija priča bajke", režija: Andrija Milošević, (izvršni producent, 2021. godina, 56 epizoda) – Klan produkcija;
- Igrana TV serija "Kaljave gume", režija: Miodrag Čertić, (direktor serije/line producer, 2021. godina, 10 epizoda) – EasyE Films i RTS;
- Izvršni producent pozorišta "Teatar na brdu", od 2018. - 2023. godine - Klan produkcija;
- Demonstrator na predmetu Filmska produkcija 5 i 6 / Filmska produkcija 3, Fakultet dramskih umetnosti, školske: 2018/2019, 2019/2020, 2020/2021. godine;
- Sekretar filmskog i tv studija Fakulteta dramskih umetnosti (samostalni stručnotehnički saradnik za administrativne poslove FTV studija), od: 2018. do 2023. godine;
- Član žirija 15. Producentuskog dana, 2020. godine – Fakultet dramskih umetnosti Beograd;
- Beogradski internacionalni filmski festival - FEST (organizator festivala od 2017. do 2022. godine) – CEBEF;
- Festival glumačkih ostvarenja domaćeg igranog filma – Filmski susreti Niš (organizator pres konferencija, u periodu od 2013. do 2019. godine) – Niški kulturni centar i Udruženje filmskih glumaca Srbije;

- Član žirija takmičarskog programa amaterski i studentski film u okviru manifestacije "Najkraći dan" 2019. godine;
- Pozorišna predstava "Celo telo tu me boli", režija Nikola Pejaković (organizator predstave, 2019. godine) – Klan produkcija;
- Reklama za bezbednost u saobraćaju "Veži pojas", režija: Ilija Nikotović, (izvršni producent/executive producer, 2019. godine) - Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu i Ministarstvo unutrašnjih poslova Republike Srbije;
- Reklama za bezbednost u saobraćaju "Matura", režija: Miloš Pavlović, red. prof. (izvršni producent/executive producer, 2019. godine) - Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu i Ministarstvo unutrašnjih poslova Republike Srbije;
- Pozorišna predstava "Kralj Dragojlo protiv Deda Mraza", režija Mateja Popović (organizator predstave, 2018. godine) – Klan produkcija;
- Pozorišna predstava "Šećer je sitan osim kad je kocka", režija Nikola Pejaković (organizator predstave, 2018. godine) – Klan produkcija;
- Dugometražni igrani film "Taksi bluz", režija: Miroslav Stamatov -(menadžer lokacija/location manager, 2018. godine) - Viktorija film i Klan produkcija;
- Reklama za 46. internacionalni filmski festival - FEST - "Priđi bliže" (organizator snimanja/production manager, 2018. godine) – CEBEF;
- Beogradski internacionalni filmski festival - FEST (asistent koordinator službe za goste, u periodu od 2015. do 2017. godine) – CEBEF;
- Radionica First Films First u okviru Festivala autorskog filma – (organizator snimanja/production manager, 2017. godine) – Festival autorskog filma i Gete institut;
- Reklama za NEKST Premium (Next Premium) sok – (organizator snimanja/production manager, 2017. godine) – Tuna Fiš Studio;
- Reklama za OTP Banku – (organizator snimanja/production manager, 2017. godine) – Tuna Fiš Studio;
- Kratkometražni igrani film „Škrge“, režija Nikola Zdravković – (producent filma/producer, 2017. godine) – Fakultet dramskih umetnosti i Filmski centar Srbije;
- Reklama za „MTS – 20 godina“ – Mobilna telefonija Srbije - (asistent produkcije/production assistant, 2017. godine) – Tuna Fiš Studio;

- Reklama za „MTS – Svet koji još niste upoznali“ – Mobilna telefonija Srbije - (organizator snimanja/production manager, 2017. godine) – Tuna Fiš Studio;
- Reklama za „Nektar Baz“ sok (organizator snimanja/production manager, 2017. godine) – Tuna Fiš Studio;
- Reklama za „Magnetrans“ (asistent produkcije/production assistant, 2017. godine) – Tuna Fiš Studio;
- Reklama za „Heba“ vodu (asistent produkcije/production assistant, 2017. godine) – Tuna Fiš Studio;
- Učesnik Višegrad Film Foruma (Visegrad Film Forum, 2016. godine) kao producent filma "Pogledi zatvorenih očiju" u režiji Dore Filipović;
- Dečja pozorišna predstava „Zaćarani vremeplov“ (organizator predstave, 2016. godine) – Klan produkcija;
- Igrana TV serija „Sumnjiva lica“ (asistent režije/2nd assistant director, 2016. godine, 44 epizode) – Film deluks i RTS;
- Pozorišna predstava "Pazi šta želiš", režija Jana Maričić (organizator predstave, 2016. godine) – UK Palilula i Klan produkcija;
- Kratkometražni dokumentarni film „Pogledi zatvorenih očiju“ (producent filma/producer, 2016. godine) – Fakultet dramskih umetnosti Beograd;
- Kratkometražni igrani film „Vrtlog“ (izvršni producent filma/executive producer, 2016. godine) – Akademija umetnosti Beograd;
- Modno fotografisanje (izrada lookbook-a) za japanski ženski brend „Pas de calais“ (menadžer lokacija/location manager, 2016. godine) - Sense produkcija;
- Beogradski festival dokumentarnog i kratkometražnog filma u Beogradu (asistent koordinatora službe za goste, 2015. i 2016. godine) – CEBEF;
- Muzički spot za bend „Stray dogg“, za pesmu „No one but you“ (organizator snimanja/production manager, 2015. godine) – Sense produkcija;
- Manifestacija „Dan studenata“ (organizator programa, 2013. i 2014. godine) – SKONUS;
- Festival srpskog filma fantastike (tehnički organizator, 2013. godine);
- Reklama za Zavod za transfuziju krvi (organizator snimanja/production manager, 2012. godine) – Fakultet dramskih umetnosti i Zavod za transfuziju krvi Beograd;

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторске дисертације / докторског уметничког пројекта

Име и презиме аутора: **Мирослав Ђурђевић**

Број индекса: **7/2018 ДУС**

Докторски студијски програм: **Докторске уметничке студије у драмским и аудио-визуелним уметностима**

Наслов докторске дисертације / докторског уметничког пројекта:

„@24h_tradicije“

kolažni video kao proizvod tehnologije društvenih mreža

Ментор: **мр Раденко Ранковић, ред. проф.**

Потписани (име и презиме аутора) **Мирослав Ђурђевић**

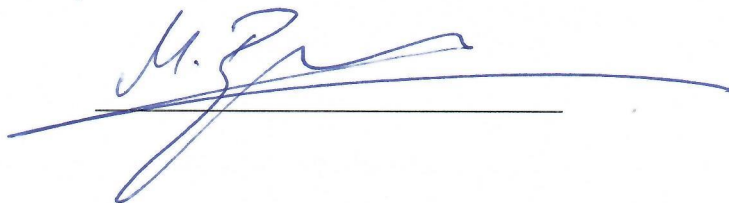
изјављујем да је штампана верзија моје докторске дисертације / докторског уметничког пројекта истоветна електронској верзији коју сам предао за објављивање на порталу Дигиталног репозиторијума Универзитета уметности у Београду.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука / доктора уметности, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета уметности Београду.

Потпис докторанда

У Београду, 24.03.2023.



Изјава о ауторству

Потписани: **Мирослав Ђурђевић**

број индекса: **7/2018 ДУС**

Изјављујем,

да је докторска дисертација / докторски уметнички пројекат под насловом:

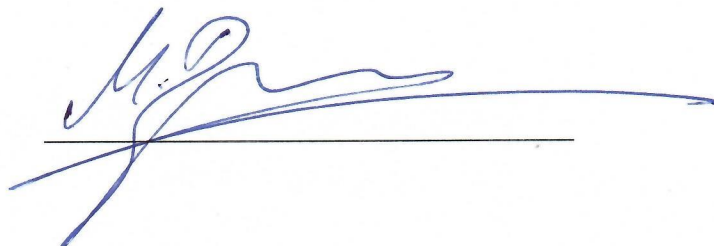
„@24h_tradicije“

kolažni video kao proizvod tehnologije društvenih mreža

- резултат сопственог истраживачког / уметничког истраживачког рада,
- да предложена докторска теза / докторски уметнички пројекат у целини ни у деловима није била / био предложена / предложен за добијање било које дипломе према студијским програмима других факултета,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда

У Београду, 24.03.2023.



Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитет уметности у Београду да у Дигитални репозиторијум Универзитета уметности у Београду унесе моју докторску дисертацију/ докторски уметнички пројекат под насловом:

„@24h_tradicije“

kolažni video kao proizvod tehnologije društvenih mreža

која / и је моје ауторско дело.

Дисертацију / докторски уметнички пројекат са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигитални репозиторијум Универзитета уметности у Београду могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство
2. Ауторство - некомерцијално
3. Ауторство – некомерцијално – без прераде
4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима
5. Ауторство – без прераде
6. Ауторство – делити под истим условима

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци, кратак опис лиценци дат је на полеђини листа).

У Београду, 24.03.2023.

Потпис докторанда

