
MILANKA TODIĆ

DEKODIRANJE SLIKE – UVOD

*Sutrašnji analfabela neće biti onaj ko ne poznaje slova,
nego onaj ko ne poznaje fotografiju.*

Valter Benjamin (Walter Benjamin), 1931.

Na oglasnim stranama interneta i u novinama mogu se naći telefoni i adrese umešnih majstora koji će vam brzo i pouzdano dekodirati svaki mobilni telefon, pa čak i preskupi iPhone. Daleko jednostavniji zadatak dekodiranja predstavlja radio u vašem automobilu, navigacioni uređaj ili satelitska antena. Brzo će vam, neki od tih znalaca, otkriti i kôd dragocenog ključa, kako biste napravili duplikat “za svaki slučaj”. Ali, da li će vam iko ponuditi svoje umeće dekodiranja slike?

U vizuelnom polju, kao što znamo, komunikacija ne funkcioniše po proverenim i zdravorazumskim pravilima, pa tako niko neće krenuti ka nebu kada vidi saobraćajni znak na kome je strelica okrenuta u vis. Konvencionalni programi dekodiranja ne važe za slike kao ni za snove, pa vam se, za sada, niko nije ni mogao predstaviti kao majstor za dekodiranje slika. Naravno, u visoko razvijenim tehnološkim kuhinjama posebno se pripremaju i pakuju programi koji svima, bez obzira na jezik, omogućavaju pravljenje, čuvanje i slanje digitalizovanih slika u najudaljenije krajeve sveta. Tu se i završava inženjerski deo rada na enkodiranju i dekodiranja vizuelnih poruka, odnosno, izgradnji informacija. U saznajnoj i simboličkoj ravni, koje se podrazumevaju u svakoj pa i u vizuelnoj komunikaciji, posmatrač je prepušten sam sebi i svojim prethodnim iskustvima dešifrovanja slikovnih poruka.

U časopisu *Kultura* objavljuju se, gotovo slučajno i bez namere da budu reprezentativni, samo neki od mogućih recepata za čitanje i dekodiranje raznorodne vizuelne građe, od grafike i fotografije, do filma i televizije. Vizuelno-tekstualna ravan komunikacije, pak, na njegovim stranicama virtuelno sintetizuje veoma veliki prostorno-vremenski raspon: od Markantonija Rajmondija do Tanje Ostojić i od evropskog do japanskog kulturnog idioma.

Čini se da nikada pre elektronske ere, u kojoj svakodnevno proizvodimo i konzumiramo slike, nije bilo toliko jednostavno artikulirati i rasejati medijski heterogenu sliku. Sve je počelo od predusretljivog Kodakovog reklamnog slogana za malu i ružnu fotokameru proizvedenu 1888. godine: “Vi pritisnite dugme, a mi ćemo učini sve ostalo!” Mogućnost da sami, bez pripremnih časova crtanja i bilo kakavog drugog učenja i vežbanja, naprave sliku vlastitog sveta bila je toliko privlačna da su se i neka deca predstavila kao vrlo uspešni autori fotografskih slika. Međutim, “u konačnom ishodu, metode mehaničkog reprodukovanja postaju tehnike umanjivanja i pomažu ljudima da do nekog stepena zagospodare delima”, kako je primetio Valter Benjamin. Zato je “klikni na sliku” ključno pravilo navigacije po vizuelnoj pučini savremenog života.