Obrazy jako aktywacje: od maszynowego realizmu do społeczeństwa PSYOP w ujęciu Trevora Paglena

AUTOR

Fundacja Dobre Państwo

STRESZCZENIE / ABSTRACT

Tekst analizuje ewolucję obrazu z narzędzia reprezentacji rzeczywistości w instrument aktywacji neuronowej. Opierając się na teorii Trevora Paglena, autor wyjaśnia, że widzenie jest konstrukcją mózgu, co czyni nas podatnymi na precyzyjnie zaprojektowane bodźce. Generatywna AI nie tworzy sztuki, lecz „wyzwalacze wizualne", które omijają refleksję i uderzają w reaktywne warstwy psychiki. Współczesna kultura obrazu przypomina „umysłowe Doritos" – treści optymalizowane pod kątem neuroekonomii uwagi, których celem nie jest przekazanie prawdy czy sensu, lecz wywołanie konkretnego stanu emocjonalnego lub behawioralnego. To przejście do maszynowego realizmu zmienia rolę obrazu z lustra świata w pilota do ludzkiego układu nerwowego.

The text analyzes the evolution of the image from a tool for representing reality into an instrument of neural activation. Drawing on Trevor Paglen's theory, the author explains that seeing is a construction of the brain, which makes us vulnerable to precisely designed stimuli. Generative AI does not create art, but rather 'visual triggers' that bypass reflection and strike the reactive layers of the psyche. Contemporary image culture resembles 'mental Doritos' – content optimized for the neuroeconomics of attention, whose goal is not to convey truth or meaning, but to evoke a specific emotional or behavioral state. This transition to machine realism changes the role of the image from a mirror of the world into a remote control for the human nervous system.

Artykuł analizuje radykalną transformację współczesnej kultury wizualnej, która w dobie generatywnej sztucznej inteligencji przestaje pełnić funkcję reprezentacji świata, a staje się narzędziem bezpośredniej aktywacji układu nerwowego. Autor stawia tezę, że przejście od obrazu-dokumentu do obrazu-bodźca pozwala na precyzyjne hakowanie

ludzkiej percepcji i afektów, co w ramach tzw. społeczeństwa PSYOP służy nie tyle przekazywaniu treści, co sterowaniu zachowaniami poprzez optymalizację reakcji biologicznych. W tym kontekście śmierć fotografii jako indeksalnego śladu rzeczywistości otwiera drogę do powstania „archiwów przyszłości" – syntetycznych wizji, które oswajają nas z określonymi scenariuszami politycznymi i społecznymi, zanim te faktycznie nastąpią. Tekst ostrzega przed utratą autonomii poznawczej na rzecz infrastruktury bodźców, postulując budowę nowej higieny percepcji oraz instytucjonalnych systemów weryfikacji, które mogłyby zastąpić utracone zaufanie do powierzchni obrazu.

SŁOWA KLUCZOWE

maszynowy realizm | społeczeństwo PSYOP | aktywacje neuronowe | generatywna sztuczna inteligencja | wyzwalacze wizualne | neuroekonomia uwagi | deepfake | pętla rekomendacyjna | realizm krytyczny | infrastruktura zaufania | symulacje warunków dokumentalności | prawo do nieprzejrzystości | gospodarka uwagi | postfotografia

Od reprezentacji świata do aktywacji układu nerwowego

Maszynowy realizm porządkuje świat tak, aby dało się nim zarządzać. Współczesna kultura obrazu nie zatrzymuje się jednak na klasyfikacji. Gdy system nauczy się rozpoznawać, może zacząć wywoływać; gdy opanuje opisywanie wzorców reakcji, może projektować bodźce. Kiedy zrozumie, które układy pikseli, dźwięków, ruchów, twarzy, gestów i słów zatrzymują uwagę człowieka, przestanie być lustrem świata, a stanie się pilotem do układu nerwowego. To przejście od obrazu jako reprezentacji do obrazu jako aktywacji.

Maszyna nie musi już mówić, czym coś jest – wystarczy, że sprawi, aby mózg zareagował. Teoria aktywacji neuronowych wprowadza do analizy obrazu brutalnie trzeźwiącą intuicję: widzenie nie jest biernym odbiorem świata, lecz konstrukcją. Mózg nie działa jak aparat fotograficzny, który pokornie zapisuje rzeczywistość; raczej nieustannie buduje doświadczenie widzialności z bodźców, pamięci, oczekiwań, wcześniejszych wzorców, języka i ciała. To, co nazywamy „obrazem", jest

świadomym rezultatem procesów zachodzących głębiej i wcześniej niż refleksja. Ludzka percepcja od dawna była zatem pewnym rodzajem kontrolowanej halucynacji.

Nie oznacza to, że świat nie istnieje, lecz że dostęp do niego nigdy nie jest czysty. Zawsze przechodzi przez aparat nerwowy, który wybiera, wzmacnia, pomija, dopowiada i skleja. Paglenowska opowieść o aktywacjach neuronowych prowadzi przez historię badań nad widzeniem, w tym eksperymenty Davida Hubela i Torstena Wiesela nad korą wzrokową kotów. Wykazali oni, że neurony nie reagują po prostu na całe przedmioty. W mózgu nie istnieje prosty, magiczny neuron „ryby", „twarzy" czy „jabłka", który zapala się jak lampka w magazynie rzeczywistości. Istnieją raczej detektory cech: linie, krawędzie, kąty, ruch, kontrasty i układy elementarnych form. Złożony obraz powstaje hierarchicznie, z kombinacji prostszych pobudzeń.

Mózg nie „otrzymuje" ryby – on ją składa z cech, a następnie rozpoznaje ten złożony wzorzec jako sensowny obiekt. Ta lekcja jest głęboko antynaiwna. Jeśli widzenie polega na aktywacji wzorców, obraz przestaje być tylko czymś zewnętrznym; staje się zdarzeniem w naszym układzie nerwowym. Twarz w chmurze, postać na Marsie, święty w plamie na szybie czy emocja oddana kilkoma kreskami nie są odkryciem rzeczy istniejących w świecie. To współpraca bodźca z mózgiem, który ma skłonność do rozpoznawania znanych struktur. Pareidolia nie jest dziwactwem marginesu, lecz oknem na codzienną pracę percepcji. Człowiek nie tyle widzi gotowe znaczenia, ile stale ryzykuje ich nadprodukcję. Mózg jest genialnym interpretatorem, ale jak każdy taki mechanizm – bywa nadgorliwy.

Ma to zasadnicze znaczenie dla rozumienia generatywnej sztucznej inteligencji. Jeśli obraz można potraktować jako zestaw bodźców zdolnych aktywować określone wzorce percepcyjne, generator obrazów nie jest cyfrowym malarzem. To ujęcie zbyt romantyczne i powierzchowne.

W głębszym sensie generatywna AI produkuje wyzwalacze wizualne. Tworzy układy, które mają sprawić, że człowiek zobaczy coś jako twarz, dokument, krajobraz, erotyczność, autentyczność, katastrofę, luksus, biedę, wojnę, sukces, wspólnotę, zagrożenie, przyjacielskość albo dowód. Syntetyczny obraz działa nie dlatego, że jest prawdziwy, lecz dlatego, że trafia w mechanizmy pozwalające nam doświadczać czegoś jako prawdziwego. W tym punkcie ujawnia się przepaść między starym a nowym pytaniem o obraz. Stare brzmiało: co przedstawia? Nowe pyta: co aktywuje? Stare pytało o sens; nowe pyta, jaki wywołuje stan. Stare sprawdzało zgodność z rzeczywistością; nowe bada, czy skutecznie pobudza odpowiednie obwody percepcji, emocji i działania.

Obraz jako bodziec hakujący układ nagrody

W kulturze semiotycznej znak był czytany; w kulturze aktywacyjnej bodziec jest testowany. Nie chodzi już tylko o hermeneutykę, lecz o neuroekonomię uwagi. Obraz nie prosi o zrozumienie – obraz sprawdza, czy klikniesz. To dlatego Paglen przywołuje metaforę "umysłowych Doritos". Doritos nie są po prostu jedzeniem w tradycyjnym sensie. Są produktem zaprojektowanym pod maksymalizację stymulacji: sól, tłuszcz, chrupkość, intensywność smaku, łatwość powtarzania gestu i przyjemność bez sytości. Nie odpowiadają na głód jako złożoną potrzebę organizmu, lecz hakują układ nagrody. Są zatem "operacją psychologiczną w kształcie jedzenia".

Paglen przenosi tę analogię na media. Współczesne obrazy i treści nie muszą odżywiać poznawczo – wystarczy, że optymalnie stymulują. Nie muszą budować rozumienia; wystarczy, że utrzymują zaangażowanie. Nie muszą mówić prawdy; wystarczy, że wywołają reakcję. Ta analogia jest okrutnie dobra, bo odbiera mediom ich alibi kulturowe. Lubimy myśleć, że konsumujemy informacje, opinie, estetykę czy debatę publiczną, podczas gdy często pochłaniamy bodźce zaprojektowane tak, by ominąć cierpliwą refleksję i uderzyć w niższe, szybsze, bardziej reaktywne warstwy psychiki. Oburzenie, lęk, pragnienie, zazdrość, poczucie krzywdy, plemienna lojalność, erotyczna ciekawość, moralna wyższość czy Schadenfreude – ta mała radość z cudzej kompromitacji – to tłuste, słone i chrupiące smaki gospodarki uwagi.

Nie dzieje się tak dlatego, że człowiek jest głupi, lecz dlatego, że posiada układ nerwowy, który jest starszy niż regulamin platformy. Właśnie tu zaczyna się społeczne znaczenie aktywacji neuronowych. Jeśli media są projektowane pod pobudzenie, odbiorca przestaje być traktowany jako obywatel rozumu, a staje się organizmem reaktywnym. Nie trzeba go przekonać argumentem; trzeba utrzymać go w stanie odpowiedniej pobudliwości. Argument wymaga czasu, rytmu i zaufania. Aktywacja potrzebuje jedynie trafienia w czuły punkt. Obraz płaczącego dziecka, płonącego miasta, pogardliwego grymasu polityka czy luksusowego wnętrza może działać szybciej niż zdanie. Zanim rozum zapyta o źródło, ciało już odpowie. Nie oznacza to jednak, że emocje są wrogiem prawdy. To byłby fałszywy stoicyzm z marmuru, dobry do dekoracji gabinetu, ale nie do życia społecznego.

Emocje są częścią poznania. Lęk może ostrzegać, gniew reagować na niesprawiedliwość, współczucie otwierać drogę do działania, a zachwyt prowadzić do wiedzy. Problem pojawia się wtedy, gdy infrastruktura medialna uczy się emocji tylko po to, by je wydobywać i monetyzować niezależnie od ich prawdziwościowego sensu. Gniew bez rozeznania staje się paliwem. Lęk bez kontekstu – tresurą. Współczucie bez odpowiedzialności zamienia się w kliknięcie, a zachwyt bez

miary w zakup. Człowiek myśli, że przeżywa świat, podczas gdy świat został mu podany w formacie optymalnym dla utrzymania pobudzenia.

W tradycyjnej propagandzie obraz miał przekonać do konkretnej treści: naród jest wielki, wróg podły, a przyszłość świetlana. W mediach aktywacyjnych obraz nie musi mieć tak spójnej tezy. Często wystarczy, że wzmacnia afekt, który później zostanie wykorzystany politycznie lub komercyjnie. Złość można przekierować, lęk sprzedać jako potrzebę bezpieczeństwa, samotność przekształcić w zależność od platformy, a zazdrość w konsumpcję. Niepewność staje się podatnością na autorytet.

W epoce aktywacji kluczowe nie jest to, co obraz twierdzi, lecz w jakim stanie pozostawia odbiorcę. To zmienia rozumienie manipulacji. Nie musi ona polegać na podaniu fałszywej informacji, lecz na uporczywym organizowaniu pola bodźców tak, by pewne reakcje stały się bardziej prawdopodobne. Można nie kłamać wprost, a jednak budować fałszywy świat poprzez dobór obrazów, ich kolejność, kontrast czy emocjonalne kadrowanie. Można wzmacniać istniejące lęki, bo – zgodnie z zasadą Magrudera – łatwiej skłonić ofiarę oszustwa do podtrzymania wcześniejszego przekonania, niż przekonać ją do całkowicie nowego. Najskuteczniejsza manipulacja nie buduje nowej klatki; wystarczy, że dokręca zamek w starej.

Aktywacje neuronowe tłumaczą również, dlaczego media generatywne są jakościowo innym zjawiskiem niż zwykła produkcja fałszywych obrazów. Fotomontaż czy retusz nie są wynalazkami XXI wieku. Nowością jest to, że systemy generatywne mogą produkować nieskończone warianty bodźców, dostosowywać je do podatności odbiorcy i krążyć w środowisku, które na bieżąco mierzy reakcje. To już nie jest pojedynczy fałszywy obraz wrzucony w świat. To fabryka wariantów percepcyjnych sprzężona z laboratorium behawioralnym.

Deepfake jako przejęcie neurologicznych skrótów zaufania

Z tej perspektywy deepfake nie jest tylko problemem autentyczności wizerunku, lecz przede wszystkim kwestią aktywacji zaufania. Twarz i głos stanowiły dotąd najbardziej pierwotne kotwice wiarygodności; człowiek wierzy twarzy, zanim przeczyta metadane, i ufa głosowi, zanim sprawdzi źródło. Media generatywne uderzają właśnie w tę prymarną warstwę. Jeśli można wyprodukować twarz mówiącą słowa, których dana osoba nie wypowiedziała, lub głos bliskiego proszący o pomoc, nie mamy do czynienia z prostym fałszerstwem dokumentu. Chodzi o przejęcie skrótu

neurologicznego, przez który ufamy obecności. To tak, jakby ktoś nauczył się podrabiać nie podpis, lecz samo poczucie spotkania.

Nie oznacza to jednak bezkrytycznego katastrofizmu. Człowiek nie jest bezwolnym przyciskiem, a aktywacja nie daje pełnej kontroli nad jednostką. Bodziec może zwiększać prawdopodobieństwo reakcji, ale nie determinuje całej osoby. Ludzie interpretują, uczą się, bronią, śmieją się i odrzucają; nabierają odporności, zmieniają środowiska i tworzą wspólnoty korekty. Problem nie polega na tym, że media przejęły absolutną władzę nad mózgiem, lecz na tym, że asymetria między użytkownikiem a systemem dramatycznie wzrosła. Użytkownik ma swój dzień, zmęczenie, emocje i ograniczoną uwagę. Platforma dysponuje danymi, eksperymentami, skalą, modelami, zespołami optymalizacyjnymi i cierpliwość infrastruktury. W pojedynczym starciu człowiek może wygrać, lecz w milionie dziennych mikropojedynków rachunek staje się mniej bohaterski.

Dlatego stwierdzenie „my jesteśmy mediami" brzmi niepokojąco prawdziwie. Media przestały być czymś zewnętrznym – gazetą, ekranem czy audycją. Coraz częściej przechodzą przez nas jako reakcje: kliknięcia, zatrzymania wzroku, udostępnienia, mikroekspresje, wybory, przyspieszenia tętna czy wzorce snu. Stajemy się nie tylko odbiorcami przekazu, lecz elementami systemu jego optymalizacji. Każda konsumpcja mediów staje się sygnałem zwrotnym: oglądamy, a system uczy się naszego sposobu patrzenia; reagujemy, a reakcja staje się instrukcją dla kolejnej treści. Człowiek zostaje włączony w obwód produkcji własnego środowiska manipulacyjnego.

To już nie jest widz przed spektaklem, lecz jednocześnie aktor, paliwo i publiczność. Należy tu odróżnić aktywację od znaczenia. Znaczenie wymaga interpretacji, może być sporne i ewoluować; aktywacja jest wcześniejsza, szybsza i bardziej cielesna – działa jak impuls. Dobrze skonstruowany obraz potrafi uruchomić reakcję przed świadomym rozpoznaniem jego sensu. Właśnie dlatego współczesna propaganda estetyczna częściej posługuje się atmosferą niż argumentem: ziarnistością rzekomego dokumentu, stylem amatorskiego nagrania, tonacją grozy, kadrem z ukrytej kamery czy fałszywą niedoskonałością. Obraz ma wyglądać tak, jak w oczach odbiorcy wygląda prawda. Nie musi nią być; musi jedynie trafić we wzorzec autentyczności.

Generatywna sztuczna inteligencja wzmacnia tę grę, gdyż potrafi produkować obrazy „w stylu" prawdy: styl reportażu, telefonu, zdjęcia z ulicy, starej fotografii, przecieku, wojennego nagrania, dokumentu sądowego czy prywatnego archiwum. Każdy taki styl jest aktywatorem wiarygodności. Odbiorca nie bada najpierw ontologii obrazu – rozpoznaje konwencję i reaguje. Tak rodzi się nowa klasa obrazów: nie tyle fałszywych dokumentów, co symulacji warunków dokumentalności. To różnica drobna, ale kluczowa.

Obrazy generatywne jako instrumenty strojenia afektów

Dawniej fałszerz podrabiał treść; dziś można podrabiać aurę dowodu. W tym punkcie aktywacje neuronowe łączą się z problemem archiwów przyszłości, który rozwinie kolejna część eseju. Obraz generatywny potrafi wyprzedzać rzeczywistość, tworząc jej emocjonalny szkic. Najpierw powstaje wizerunek polityka w sytuacji, która nigdy nie miała miejsca. Następnie realni aktorzy świata zaczynają odnosić się do tego obrazu: zaprzeczać mu, wykorzystywać go, odgrywać lub neutralizować. Obraz staje się próbą generalną rzeczywistości. Nie dokumentuje faktu, lecz sprawdza, czy wspólnota jest gotowa uznać pewien scenariusz za możliwy, śmieszny, przerażający, pożądany bądź nieunikniony. Media generatywne stają się zatem laboratorium przyszłych reakcji, produkując nie tylko treści, ale i testy podatności.

Na tym tle szczególnie groźna jawi się pętla rekomendacyjna. Gdy system rozpoznaje, jaki typ obrazu aktywuje użytkownika, może podsuwać kolejne, coraz precyzyjniej dopasowane bodźce. Nie musi to prowadzić wyłącznie do radykalizacji politycznej, choć często tak się dzieje; proces ten dotyczy równie silnie sfery konsumpcyjnej, narcystycznej, lękowej, seksualnej, zdrowotnej, inwestycyjnej, ezoterycznej czy tożsamościowej. Każdy z nas posiada własne „punkty lepkości” – tematy i napięcia, przy których zatrzymuje się na dłużej. System nie musi rozumieć przyczyn tego zjawiska; wystarczy, że mierzy czas zatrzymania. Platforma nie zna duszy użytkownika, lecz zna jego czas reakcji. W gospodarce uwagi to często wystarcza, by wydobywać z tej duszy czynsz.

Można rzec, że współczesne obrazy przestają być obrazami, a stają się instrumentami strojenia człowieka. Stroją one uwagę, emocje, ocenę ryzyka i poczucie przynależności; kształtują obraz wroga, obraz siebie, poczucie niedostatku oraz pragnienie natychmiastowej reakcji. Strojenie nie jest tożsame z rozkazem – jest subtelniejsze. Muzyk stroi instrument, zanim zagra melodię; platforma stroi użytkownika, zanim poda mu komunikat. Jeśli człowiek jest stale strojony pod gniew, gniew stanie się domyślną tonacją jego interpretacji świata. Gdy stroją go pod lęk, zacznie szukać obrazów zagrożenia. Przy stałym strojeniu pod zazdrość rzeczywistość wyda się wystawą cudzego szczęścia, a przy pogardzie – demokracja zamieni się w konkurs nienawiści. W tym miejscu należy przywołać różnicę między wiedzą a pobudzeniem. Wiedza nie jest bowiem jedynie sumą informacji; jest zdolnością do wiązania faktów w strukturę, rozpoznawania źródeł, ważenia argumentów, oddzielania pewności od hipotezy oraz rozumienia własnych ograniczeń i konsekwencji.

Odzyskanie czasu między bodźcem a reakcją

Pobudzenie jest prostsze. Może żywić się fragmentem, memem, wyrwanym kadrem, szokiem czy rytmem powtórzenia. Społeczeństwo aktywacji może być przepełnione informacjami i jednocześnie poznawczo niedożywione. To paradoks epoki: nadmiar bodźców prowadzi do głodu sensu. Umysłowe Doritos sycą przez sekundę, ale nie budują siły poznawczej. Po nich chce się tylko następnej paczki.

Nie należy jednak przeciwstawiać temu nudnej, profesorskiej diety z sucharów rozsądku. Problemem nie jest atrakcyjność formy – dobra forma bywa sprzymierzeńcem myślenia. Problemem jest forma zaprojektowana tak, by zastąpić myślenie reakcją. Można tworzyć obrazy mocne, piękne i emocjonalne, a zarazem prawdziwościowo uczciwe; można używać narracji, metafory, rytmu i afektu w służbie wiedzy. Kultura zawsze oddziaływała przez zmysły. Różnica tkwi w intencji i obwodzie zwrotnym. Sztuka może poruszać, by otworzyć doświadczenie, podczas gdy propaganda aktywacyjna porusza, by zamknąć reakcję. Edukacja wzbudza emocje, by zwiększyć rozumienie; platformowa optymalizacja robi to samo, by zwiększyć przewidywalne zaangażowanie.

Dlatego obrona przed aktywacyjną kulturą obrazu nie może polegać na wyrzeczeniu się emocji, lecz na odzyskaniu czasu między bodźcem a reakcją. To najskromniejsza i zarazem najtrudniejsza forma wolności: zatrzymać się przed udostępnieniem, zapytać o źródło, rozpoznać własną podatność i sprawdzić, dlaczego coś tak silnie nas poruszyło.

Oddzielić obraz od opisu. Oddzielić opis od interpretacji. Oddzielić interpretację od wezwania do działania. Brzmi to prosto, niemal banalnie, ale cała współczesna infrastruktura uwagi została zaprojektowana po to, by ten moment skrócić. Refleksja jest opóźnieniem w łańcuchu konwersji, a opóźnienie jest wrogiem modelu biznesowego. Krytyka aktywacji neuronowych jest zatem również krytyką ekonomii prędkości. W świecie natychmiastowej reakcji obraz wygrywa z argumentem, bo dociera szybciej. Oburzenie wygrywa z namysłem, bo daje natychmiastową tożsamość. Strach wygrywa z analizą, bo obiecuje ochronę. Ironia wygrywa z odpowiedzialnością, bo pozwala uciec od konsekwencji. Jeśli debata publiczna zostanie podporządkowana architekturze reakcji, zwyciężą ci, którzy najlepiej projektują bodźce, a nie ci, którzy najuczciwiej opisują rzeczywistość.

To nie jest tylko problem kultury internetu, lecz problem ustrojowy. Demokracja potrzebuje obywateli zdolnych do opóźnionego sądu; platformy potrzebują użytkowników zdolnych do natychmiastowej reakcji. Między tymi potrzebami istnieje fundamentalny konflikt. Aktywacje neuronowe pozwalają zrozumieć, dlaczego wizualność post-AI tak łatwo łączy się z magią, religią i archaicznymi praktykami obrazu. W świecie przednowoczesnym wiele obrazów nie miało po prostu

przedstawiać rzeczywistości – miały one działać: chronić, przeklinać, uzdrawiać, przyzywać, odganiać, wiązać wolę lub ustanawiać obecność.

Amulet, sigil, yantra czy święty znak były obrazami operacyjnymi. Ich skuteczność nie polegała na podobieństwie do przedmiotu, lecz na przekonaniu, że forma może uruchomić moc. Nowoczesność często wyśmiewała ten sposób myślenia jako przesąd, tymczasem epoka algorytmiczna przywraca go w świeckiej, technicznej postaci. Obraz znów ma działać bezpośrednio. Tyle że zamiast demona ma aktywować sieć neuronową, układ nagrody, system rekomendacyjny albo procedurę bezpieczeństwa. Nie oznacza to, że technologia jest magią, lecz że niektóre społeczne funkcje magii powracają w technologii.

Magia obiecywała skróconą drogę od znaku do skutku. Algorytmiczny obraz obiecuje to samo: skróconą drogę od bodźca do zachowania, od klasyfikacji do decyzji, od wzorca do interwencji. W obu przypadkach pośrednie rozumowanie zostaje zredukowane. Nie trzeba przekonywać świata – trzeba znać formułę, która go poruszy. Współczesny prompter, projektant kampanii, optymalizator feedu albo inżynier bodźców działa czasem jak kapłan świeckiej liturgii reakcji. Jego bóstwem nie jest jednak transcendencja, lecz zaangażowanie.

Nie każdy obraz z AI jest zaklęciem, nie każdy mem wojną kognitywną i nie każdy algorytm czarnoksiężnikiem z serwerowni, ale nie każdy obraz jest też niewinną zabawką. Dojrzałość polega na rozróżnianiu poziomów.

Obraz wygenerowany do ilustracji tekstu może być narzędziem twórczym. Ta sama technologia użyta do masowej, mikrotargetowanej manipulacji politycznej staje się infrastrukturą presji. Filtr upiększający może być zabawą, ale masowe normowanie twarzy przez filtry może stać się psychologiczną fabryką niezadowolenia z ciała. Generator może wspierać wyobraźnię, ale także zalewać przestrzeń syntetycznymi dowodami. Technika nie jest jednym losem; jest polem walki o zastosowania. Najważniejsze pytanie brzmi zatem: kto projektuje aktywacje i w jakim celu? Jeżeli obraz staje się narzędziem oddziaływania na układ nerwowy, nie wystarczy mówić o estetyce – trzeba mówić o odpowiedzialności. Czy obraz ma informować, czy pobudzać? Otwierać rozumienie, czy zamykać reakcję? Wzmacniać autonomię, czy eksploatować podatność? Czy odbiorca wie, że jest przedmiotem testu? Czy może wyłączyć pętlę rekomendacyjną i rozumie, że jego reakcje trenują system?

Konieczność regulacji przemysłu bodźców i higieny poznawczej

Czy istnieją granice projektowania bodźców dla dzieci, osób w kryzysie, samotnych, zadłużonych, uzależnionych, politycznie rozchwianych czy poznawczo przeciążonych? Bez takich pytań wolny rynek obrazów szybko staje się wolnym rynkiem słabości. Jest to szczególnie istotne w przypadku dzieci i młodzieży. Ich układ nerwowy dojrzewa w środowisku obrazów, które przestały być jedynie kulturą, a stały się maszyną adaptacyjnego pobudzenia. Młody człowiek nie spotyka po prostu treści – spotyka system, który uczy się jego reakcji szybciej, niż on sam uczy się siebie. Zanim zdąży nazwać własne emocje, platforma może już wiedzieć, co go zatrzyma, zawstydzi, rozgniewa, pobudzi lub wciągnie. Nie jest to argument za moralną paniką, która bywa leniwa, lecz postulat poważnej polityki środowiska percepcyjnego. Tak jak społeczeństwa nauczyły się regulować obrót żywnością, lekami, reklamami czy hazardem, tak będą musiały uregulować przemysł bodźców. Umysłowe Doritos nie powinny stanowić podstawy diety poznawczej całych generacji.

Mechanizmy aktywacji neuronowej zmuszają również do przedefiniowania pojęcia edukacji medialnej. Dotychczas uczyła ona weryfikacji źródeł, odróżniania opinii od faktu czy rozpoznawania manipulacji. To nadal konieczne, lecz niewystarczające. Nowa edukacja musi kłaść nacisk na rozpoznawanie własnych reakcji afektywnych.

Musi stawiać pytania: dlaczego ten obraz mnie zatrzymał? Jaką emocję próbuje we mnie wywołać? Czy moja reakcja została przewidziana? Czy jestem odbiorcą informacji, czy uczestnikiem eksperymentu behawioralnego? Czy to, co widzę, ma poszerzyć moje rozumienie świata, czy jedynie utrzymać mnie w stanie pobudzenia? To trudny proces, gdyż wymaga nie tylko wiedzy o mediach, ale przede wszystkim wiedzy o sobie – a człowiek bywa dla siebie najbardziej przekonującą dezinformacją. Opór wobec społeczeństwa aktywacji musi zatem mieć wymiar ascetyczny, choć nie w sensie ponurego odrzucenia świata. Chodzi o ascezę uwagi: zdolność odmowy natychmiastowego bodźca, prawo do nudy, ciszy i długiego tekstu; prawo do rozmowy bez powiadomień, patrzenia bez pomiaru i doświadczenia, które nie zostaje natychmiast przekształcone w dane. W kulturze optymalizacji nuda staje się aktem oporu. Nie dlatego, że jest szlachetna sama w sobie, ale dlatego, że w niej mózg odzyskuje własny rytm. Systemy aktywacyjne boją się pustki, gdyż to właśnie w niej człowiek przestaje być przewidywalny.

Można zatem stwierdzić, że aktywacje neuronowe otwierają najbardziej intymny poziom sporu o obrazy. Niewidzialne obrazy organizują władzę zewnętrzną: nadzór, klasyfikację i scoring. Maszynowy realizm organizuje władzę ontologiczną: definiuje, czym coś jest. Aktywacje neuronowe natomiast organizują władzę afektywną: wpływają na to, jak czujemy, zanim zdążymy pomyśleć.

Te trzy poziomy wzajemnie się wzmacniają. Najpierw system nas widzi, potem klasyfikuje, a na koniec podaje obraz, który najlepiej pasuje do tej klasyfikacji i najskuteczniej wywołuje reakcję. Tak powstaje pętla: widzenie, etykieta, bodziec, reakcja, nowe dane, lepsza etykieta, silniejszy bodziec. W tym cyklu człowiek może być coraz lepiej poznany przez system, a jednocześnie coraz mniej obecny dla samego siebie. To nie jest los nieodwracalny, lecz ostrzeżenie. Jeśli zrozumiemy, że obraz jest aktywacją, przestaniemy traktować własną reakcję jako święty dowód prawdy. To, że coś nas oburza, nie oznacza, że jest ważne. To, że coś wzrusza, nie czyni tego uczciwym. Autentyczny wygląd nie gwarantuje indeksalnego związku z rzeczywistością, a idealne dopasowanie do naszych przekonań nie stanowi ich potwierdzenia. Przeciwnie: im bardziej obraz pasuje do naszych oczekiwań, tym bardziej powinien budzić czujność. Zasada higieny poznawczej brzmi: obraz, który natychmiast robi ze mną dokładnie to, co lubię, powinien zostać zatrzymany na granicy świadomości jak podejrzanie uprzejmy lobbysta.

Aktywacje neuronowe nie odbierają człowiekowi godności; pokazują jedynie, że musi być ona chroniona także na poziomie percepcji. Człowiek jest istotą znaczeń, ale i bodźców. Posiada rozum, lecz i ciało; przekonania, lecz i układ nagrody; wolę, lecz i zmęczenie. Każda poważna teoria wolności w epoce post-AI musi uwzględniać tę kruchość bez pogardy dla człowieka.

Pogarda twierdzi, że ludzie są głupi, więc dają się manipulować. Rozum polityczny mówi: ludzie są ucieleśnieni, ograniczeni i podatni, dlatego infrastruktury bodźców muszą podlegać odpowiedzialności. Wolność nie polega na udawaniu, że jesteśmy czystymi duchami, lecz na takim urządzeniu świata, aby nasze ciało nie było stale wykorzystywane przeciwko naszej zdolności sądzenia. Społeczeństwo PSYOP nie zaczyna się od tajnej sali z ponurymi strategami przesuwającymi pionki na mapie ludzkiej świadomości – taki obraz jest zbyt teatralny i łatwy do odrzucenia. Współczesna operacja psychologiczna jest znacznie mniej romantyczna. Częściej przypomina panel reklamowy, system rekomendacji, test A/B, kampanię mikrotargetowaną, generator wariantów komunikatu, model predykcyjny lub niewinnie wyglądającą aplikację, która „poprawia doświadczenie użytkownika”.

Społeczeństwo PSYOP jako środowisko systemowej manipulacji

Nie musi mieć jednego autora, jednej ideologii ani centrum dowodzenia. Może być wynikiem zbiegu interesów platform, reklamodawców, polityków, służb, mediów, influencerów, botów, producentów narzędzi AI i samych użytkowników karmiących system swoimi reakcjami. Społeczeństwo PSYOP jest zatem mniej spiskiem niż środowiskiem. Nie tyle ktoś raz na zawsze

zaplanował manipulację, ile zbudowano świat, w którym stała się ona racjonalnym modelem działania.

To istotne rozróżnienie. Spisek zakłada ukrytą intencję niewielkiej grupy; środowisko zaś opiera się na architekturze bodźców, w której wiele podmiotów, często niezależnie od siebie, działa według tej samej logiki: zdobyć uwagę, utrzymać emocję, wydobyć dane, przewidzieć reakcję, skorygować przekaz, zwiększyć zaangażowanie, spieniężyć pobudzenie, przesunąć opinię i utrwalić lojalność. Jeśli taka logika dominuje, nie potrzeba złowrogiego geniusza. Wystarczy infrastruktura, która nagradza skuteczność afektywną bardziej niż prawdziwościową odpowiedzialność. Zły duch epoki nie musi mieszkać w bunkrze.

Może mieć regulamin, dział sprzedaży i przycisk „optymalizuj kampanię". Pojęcie Society of the Psyop oznacza środowisko, w którym media nie służą już przede wszystkim przekazywaniu informacji, lecz stają się precyzyjnie projektowanymi operacjami mającymi manipulować percepcją dla uzyskania przewagi strategicznej lub ekonomicznej ekstrakcji wartości. Takie ujęcie jest celne, ponieważ przenosi ciężar analizy z treści na funkcję. Nie pytamy już tylko o prawdziwość komunikatu, lecz o to, do czego został zaprojektowany; nie zastanawiamy się jedynie nad tym, co przedstawia obraz, ale jaki stan ma wywołać; nie pytamy tylko, kto mówi, lecz jakie dane o słuchaczu wykorzystano, by wypowiedź dotarła właśnie teraz, w tej formie i właśnie do niego. W tradycyjnym modelu mediów publiczność była adresatem. W modelu PSYOP jest ona jednocześnie adresatem, materiałem badawczym i źródłem informacji zwrotnej.

Gazeta mogła kłamać, radio agitować, telewizja inscenizować. Ich mechanizm sprzężenia zwrotnego był jednak relatywnie wolny i mało precyzyjny: sprzedaż, sondaże, listy do redakcji czy oglądalność. Platforma cyfrowa widzi reakcję niemal natychmiast. Wie, gdzie zatrzymał się wzrok, kiedy użytkownik przewinął stronę, co kliknął, czego nie skomentował i przy czym zwolnił; wie, co oburzyło znajomych i jakie obrazy najdłużej zatrzymują w systemie. Dawne media mówiły do mas. Nowe media uczą się masy poprzez pojedynczego człowieka. Wojskowe pojęcie operacji psychologicznej tradycyjnie oznaczało działania informacyjne nakierowane na postawy, emocje, motywacje i zachowania określonych grup.

W wersji cyfrowej ta logika zostaje zdemokratyzowana, sprywatyzowana i zautomatyzowana. Słowo „zdemokratyzowana" jest tu przewrotne – nie chodzi o demokratyczną kontrolę, lecz o upowszechnienie narzędzi wpływu. Dawniej szeroko zakrojona operacja psychologiczna wymagała państwa, armii, służb i budżetu. Dziś fragmenty tej mocy posiadają platformy, agencje marketingowe, partie, sztaby wyborcze, grupy interesu, influencerzy, sieci kont, a coraz częściej także pojedynczy operatorzy korzystający z narzędzi generatywnych. Propaganda zeszła z

marmurowych schodów ministerstwa i zamieszkała w chmurze. Nie oznacza to, że każda reklama, mem czy kampania są od razu elementem wojny kognitywnej.

Społeczeństwo PSYOP jako system zarządzania skojarzeniami

Należy unikać inflacji pojęć; gdy wszystko nazwiemy PSYOP, przestaniemy rozróżniać skalę i intencję. Istnieje zwykła perswazja, marketing, publicystyka, sztuka retoryki, żart, propaganda, dezinformacja oraz operacje wpływu.

Granice między nimi bywają płynne, lecz nie są nieistotne. Różnica tkwi w stopniu ukrycia celu, asymetrii wiedzy, celowym wykorzystywaniu podatności, automatyzacji testów oraz oderwaniu skuteczności od odpowiedzialności za prawdę. Społeczeństwo PSYOP nie polega więc na tym, że wszyscy stale kłamią, lecz na tym, że coraz więcej komunikacji projektuje się według logiki wpływu mierzonego reakcją, a coraz mniej w duchu wspólnego dochodzenia do rzeczywistości.

Najskuteczniejszy PSYOP nie musi posługiwać się fałszem. Często wystarczy, że mówi rzeczy częściowe, prawdziwe w szczególe i kłamliwe w konstrukcji świata. Dobiera fakty tak, by wzmacniały gotowy afekt. Pomija kontekst, ustawia kolejność, powtarza obrazy, zestawia nieporównywalne przypadki i sugeruje bez dowodzenia. Pozwala odbiorcy samemu dopowiedzieć wniosek – dzięki temu ten czuje się nie zmanipulowany, lecz przenikliwy. To wyższa szkoła wpływu: nie wkładać człowiekowi poglądu do głowy, lecz tak ułożyć obrazy, by sam z dumą go tam wniósł. Magicy – jak przypomina bon mot Jamesa Randiego – są uczciwsi od wielu propagandystów, bo przynajmniej uprzedzają, że będą oszukiwać. Społeczeństwo PSYOP jest zatem społeczeństwem zarządzania skojarzeniami.

Nie trzeba dowodzić, że przeciwnik jest potworem; wystarczy stale pokazywać go w sąsiedztwie obrazów chaosu, brudu, zdrady, obcości lub śmieszności. Nie trzeba udowadniać, że produkt daje szczęście – dość łączyć go z ciałem, statusem, bezpieczeństwem, seksualnością czy obietnicą kontroli. Nie trzeba dowieść, że dana grupa stanowi zagrożenie; wystarczy, by jej twarz pojawiała się wystarczająco często obok obrazów przemocy, kryzysu lub kosztu.

Mózg dąży do oszczędzania energii – skojarzenie jest tańsze niż rozumowanie. A gospodarka uwagi, jak każda inna, preferuje tanie surowce. W epoce widzenia maszynowego mechanizm ten wzmacnia mikrotargetowanie. Dawna propaganda projektowała przekazy szerokie: plakat dla miasta, przemówienie dla narodu, audycję dla milionów. Nowa potrafi szyć bodźce pod konkretne segmenty, subkultury, lęki, status ekonomiczny, wiek, płeć czy historię wyszukiwań. Nie musi

przekonać wszystkich tym samym obrazem; może każdemu zaprezentować inną wersję tej samej presji. Jednemu sprzedać strach przed utratą pracy, drugiemu pogardę wobec elit, trzeciemu lęk o dzieci, a czwartemu fantazję awansu.

Przemysł wpływu łączy klasyfikację z afektem

Piątemu poczucie oblężonej moralności. Szóstemu bunt przeciw "systemowi", sponsorowany przez inny system. Tu widać, dlaczego społeczeństwo PSYOP potrzebuje dwóch wcześniejszych elementów: maszynowego realizmu i aktywacji neuronowych. Maszynowy realizm dostarcza klasyfikacji odbiorcy, a aktywacje neuronowe mechanizmu pobudzania. Razem tworzą przemysł wpływu.

Najpierw system musi wiedzieć, do jakiej kategorii przypisać człowieka: niezdecydowany wyborca, młody mężczyzna z poczuciem ekonomicznego upokorzenia, matka lękająca się o bezpieczeństwo dziecka, senior podatny na nostalgię, pracownik prekarny, przedsiębiorca wściekły na regulacje, osoba samotna, szukająca uznania lub skłonna do oburzenia. Potem należy dobrać bodziec: obraz, hasło, rytm, twarz, historię, kolor, ton, zagrożenie, żart albo upokorzenie przeciwnika. Władza wpływu zaczyna się tam, gdzie klasyfikacja spotyka czuły punkt.

Nie należy przy tym wyobrażać sobie odbiorcy jako biernej ofiary. Często współtworzy on własną podatność, wybierając treści, których pragnie; szukając potwierdzenia własnych emocji, karząc nudę i nagradzając gniew. Wzmacnia przekazy, które pozwalają mu poczuć się sprawiedliwym, mądrym, skrzywdzonym albo wybranym. To niewygodny element diagnozy. System manipuluje skutecznie nie dlatego, że narzuca nam obce pragnienia, lecz uczy się tych już obecnych. Cyfrowy PSYOP nie zawsze zmienia człowieka w kogoś innego; często robi coś subtelniejszego: wzmacnia w nim to, co najłatwiej wykorzystać. Nie wymyśla pychy, lęku, gniewu czy plemienności – daje im profesjonalną obsługę.

Zasada Magrudera, przywołana przez Paglena, znakomicie opisuje tę logikę: łatwiej skłonić ofiarę oszustwa do podtrzymania wcześniejszego przekonania niż zmienić je na zupełnie nowe. Współczesne systemy rekomendacji są idealnymi maszynami Magrudera. Nie muszą wprowadzać człowieka do nowego świata przekonań; mogą powoli zagęszczać ten, w którym już mieszka. Trochę więcej podobnych treści. Trochę mocniejsze obrazy. Trochę ostrzejszy język. Trochę bardziej jednoznaczny wróg. Trochę mniej kontaktu z kontrargumentem i trochę więcej satysfakcji z własnej racji. W ten sposób przekonanie nie tyle zostaje zmienione, co utwardzone. Z opinii robi się pancerz, a z pancerza - więzienie z widokiem na własną słuszność.

Społeczeństwo PSYOP jest więc również społeczeństwem epistemicznego komfortu. Platforma chętnie podaje nam to, co pasuje do naszej wcześniejszej struktury afektywnej. Człowiek lubi czuć, że rozumie świat, a jeszcze bardziej – że rozumie go lepiej niż inni. Treści potwierdzające ten stan są przyjemne; pozwalają jednocześnie odczuwać gniew i wyższość moralną, lęk i przenikliwość, pogardę i poczucie misji. To mieszanki silniejsze niż zwykła informacja. Można się od nich uzależnić, bo karmią tożsamość. Umysłowe Doritos mają wiele smaków: patriotyczny, antyelitarny, rewolucyjny, konserwatywny, liberalny, cyniczny, apokaliptyczny, inwestycyjny, zdrowotny, duchowy czy antysystemowy.

Każdy znajdzie paczkę dla siebie, a algorytm uprzejmie poda większą. W tradycji wojskowej operacja psychologiczna zakładała rozpoznanie celu: należało znać morale przeciwnika, lęki ludności, konflikty wewnętrzne, symbole, autorytety, przekonania religijne i doświadczenia historyczne. W kulturze platform rozpoznanie celu odbywa się permanentnie i automatycznie. Nie trzeba wysyłać zwiadowcy do wioski, skoro użytkownicy sami zgłaszają swoje lęki, zdjęcia, przyjaźnie, zakupy, lokalizacje, frustracje, aspiracje i wrogów. Nigdy w historii tak wielu ludzi nie produkowało tak ogromnej ilości danych o własnej podatności i nigdy też tak wiele instytucji nie miało ekonomicznego interesu w ich przetwarzaniu.

To nie jest "wielki brat" w klasycznym sensie. To raczej wielka rodzina kuzynów od monetyzacji, z których każdy zapewnia: "nie martw się, robimy to dla twojej wygody". Szczególnie niebezpieczne jest to, że cyfrowy PSYOP zaciera granicę między wpływem politycznym a komercyjnym. Reklama behawioralna nauczyła systemy przewidywać i kształtować wybory konsumenckie; polityka korzysta z podobnych metod w odniesieniu do wyborów obywatelskich. Różnica między zakupem butów a głosowaniem nie polega na tym, że pierwszy proces jest emocjonalny, a drugi racjonalny – oba mogą być emocjonalne. Różnica polega na skutkach dla wspólnoty.

Od plemiennego autorytaryzmu do nieufności metodycznej

Gdy reklama sprzedaje mi niepotrzebny produkt, szkoda jest prywatna. Gdy jednak infrastruktura wpływu systematycznie rozbija wspólny obraz rzeczywistości, szkoda staje się ustrojowa. Demokracja nie przetrwa długo jako rynek mikrotargetowanych halucynacji politycznych.

Społeczeństwo PSYOP zmienia status autorytetu. W poprzedniej epoce mógł on opierać się na instytucji, wiedzy, funkcji, doświadczeniu czy procedurach weryfikacji. W dobie deepfake'ów, syntetycznych obrazów i fragmentacji źródeł, autorytet coraz częściej powraca jako „głos” – ufamy

mu nie dlatego, że samodzielnie sprawdziliśmy fakty, lecz uznajemy go za wiarygodny punkt orientacyjny. Paglen zaznacza ten powrót „Głosu”: gdy fundament obiektywności obrazu pęka, znaczenie przesuwa się z tego, co widać, na to, kto mówi.

To przesunięcie jest dwuznaczne. Z jednej strony może być konieczne; nie jesteśmy w stanie samodzielnie zweryfikować każdego dokumentu, nagrania czy statystycznego twierdzenia. Złożone społeczeństwo potrzebuje zaufania do instytucji wiedzy: redakcji, sądów, laboratoriów, uniwersytetów i procedur certyfikacji.

Z drugiej strony powrót Głosu może prowadzić do plemiennego autorytaryzmu poznawczego: prawdziwe jest to, co mówi „nasz” człowiek, a fałszywe to, co mówi „ich” człowiek. Wówczas weryfikację zastępuje lojalność, a wiedza zmienia się w barwy klubowe. To spełnione marzenie każdego sprawnego PSYOP: nie trzeba fałszować wszystkich dowodów, jeśli można sprawić, że odbiorca uzna dowód przeciwnika za fałszywy z definicji.

W takim świecie autorytet musi zostać odbudowany nie jako kult osoby, lecz jako zaufanie do procedur. Potrzebujemy nie jednego Głosu, któremu wolno wszystko, lecz instytucji zdolnych wykazać, jak dochodzą do swoich wniosków. Kto zebrał dane? Jakie są ograniczenia? Co jest faktem, a co interpretacją lub hipotezą? Jak rozstrzygnięto spór i jak można skorygować błąd? Jak odróżnić dokument od syntetycznego artefaktu i jak audytować modele użyte do selekcji treści?

Autorytet w epoce PSYOP nie może mówić: „wierzcie mi”. Musi mówić: „sprawdźcie ścieżkę dochodzenia”. W przeciwnym razie stanie się jedynie kolejnym influencerem z pieczęcią powagi. Tu pojawia się kwestia architektury nieufności. Społeczeństwo PSYOP żywi się zarówno naiwnością, jak i cynizmem. Naiwny wierzy pierwszemu obrazowi; cynik przestaje wierzyć czemukolwiek. Oba stany są podatne na manipulację. Naiwnemu sprzeda się fałszywy dowód, cynikowi zaś narrację, że dowody nie mają znaczenia, bo „wszyscy kłamią”. Jest to niezwykle wygodne dla władzy i dezinformatorów: gdy prawda znika, wygrywa silniejszy nadawca, bardziej natarczywy obraz i silniejszy emocjonalnie bodziec.

Cynizm jest luksusową wersją kapitulacji. Udaje przenikliwość, lecz w rzeczywistości często stanowi dezercję z pola odpowiedzialności. Dlatego odpowiedzią na społeczeństwo PSYOP nie jest ani ślepa wiara, ani totalna podejrzliwość, lecz nieufność metodyczna, a nie paranoiczna. Nieufność metodyczna pyta o źródła, interesy, kontekst i możliwość korekty. Nieufność paranoiczna uznaje samo podejrzenie za dowód.

Różnica jest zasadnicza. Paranoja jest łatwa, bo wszystko potwierdza jej założenia. Metoda jest trudna, gdyż dopuszcza możliwość błędu. Społeczeństwo PSYOP chce, abyśmy byli albo

łatwowierni, albo paranoiczni – oba te stany są przewidywalne. Człowiek metodycznie nieufny jest mniej wygodny; nie klika tak pięknie.

W tym miejscu należy wspomnieć o roli generatywnej sztucznej inteligencji jako multiplikatora operacji psychologicznych. Dawniej produkcja przekonujących materiałów wymagała czasu, zespołu i budżetu. Dziś narzędzia generatywne w krótkim czasie tworzą warianty tekstów, obrazów, głosów, fałszywych świadectw czy stylizowanych dokumentów. Sama technologia nie jest zła – może służyć edukacji, sztuce, analizie i kreatywności.

Społeczeństwo PSYOP jako kolonizacja realnego cierpienia

W środowisku niskiej odpowiedzialności i wysokiej opłacalności wpływu, technologia staje się wzmacniaczem szumu, mistyfikacji i testowania reakcji. Jeśli można wyprodukować tysiąc obrazów potencjalnego kryzysu, by sprawdzić, który najlepiej pobudzi daną grupę, granica między komunikacją a eksperymentem społecznym staje się niebezpiecznie cienka. Nowością jest fakt, że treści generatywne powstają lokalnie, szybko i idiomatycznie. Dawna propaganda zagraniczna często zdradzała się językiem, stylem czy nieznajomością kontekstu; modele językowe i obrazowe drastycznie obniżają ten koszt. Potrafią tworzyć przekaz w lokalnym idiomie, korzystać z kodów subkulturowych, symulować głos „zwykłego człowieka” i podszywać się pod estetykę autentycznej frustracji.

Nie oznacza to, że każdy emocjonalny post jest dziełem bota, a każda oddolna złość manipulacją – takie myślenie byłoby obraźliwe dla realnych doświadczeń społecznych. Oznacza to jednak, że autentyczne emocje mogą zostać wzmocnione, przechwycone i ukierunkowane przez syntetyczną infrastrukturę. Najskuteczniejsza manipulacja nie wymyśla bólu. Znajduje prawdziwy ból i przywiązuje do niego cudzy interes. Społeczeństwo PSYOP działa więc jak pasożyt na realności. Nie tworzy wszystkiego z niczego, lecz żeruje na prawdziwych problemach: nierównościach, lęku ekonomicznym, upokorzeniu klasowym czy kryzysie mieszkaniowym.

Następnie układa je w obrazy, które nie prowadzą do zrozumienia, lecz do sterowalnego afektu. Realny problem zostaje przetworzony w paliwo reakcji. Jest to szczególnie perfidne, gdyż krytyka manipulacji może zostać wtedy przedstawiona jako lekceważenie samego problemu. Tymczasem należy odróżnić uznanie realnego cierpienia od zgody na jego instrumentalizację. Ból społeczny nie powinien być surowcem dla fabryki kliknięć ani dla wojny informacyjnej.

Społeczeństwo PSYOP nie jest przeciwieństwem prawdy, lecz jej kolonizacją. Fałsz to tylko jedno z narzędzi; czasem skuteczniejsza okazuje się prawda wyrwana z proporcji. Jedno prawdziwe nagranie, powtórzone obsesyjnie, może stworzyć fałszywy obraz skali. Pojedynczy przypadek może zostać przedstawiony jako reguła, a autentyczna wypowiedź wycięta tak, by zmienić jej sens. Zdjęcie cierpienia może służyć poparciu polityki, której ofiary będą jeszcze większe. Dlatego klasyczne pytanie fact-checkingowe „czy to prawda?" jest konieczne, lecz niewystarczające.

Trzeba pytać również: dlaczego widzę to właśnie teraz? Kto wybrał ten fragment? Jaka emocja jest ze mnie wydobywana i jaki wniosek mam dopowiedzieć? Co zostało pominięte? Wojna kognitywna – o ile używamy tego pojęcia ostrożnie – polega właśnie na walce o warunki dopowiadania. Nie zawsze trzeba narzucać człowiekowi konkretne zdanie; wystarczy dostarczyć obrazy, z których sam zbuduje wniosek przewidywalny. To subtelniejszy model kontroli. Odbiorca zachowuje poczucie autonomii, wierząc, że sam „doszedł" do konkluzji, choć droga była oznakowana bodźcami i emocjonalnymi poręczami. Społeczeństwo PSYOP nie tyle rozkazuje myśleć, ile projektuje ścieżki najmniejszego oporu poznawczego. Człowiek zmęczony i osamotniony często wybiera drogę wymagającą najmniej energii.

Szczególne znaczenie ma tu obraz wroga. Każda wspólnota polityczna kusi uproszczoną figurą przeciwnika, ale media aktywacyjne potęgują tę tendencję, ponieważ wróg „dobrze konwertuje". Wróg porządkuje chaos, daje prostą przyczynę złożonych problemów i pozwala poczuć wspólnotę, usprawiedliwiając przy tym ostre środki. W obrazie wroga wieloznaczność znika najszybciej; człowiek zostaje zredukowany do funkcji zagrożenia. Twarz staje się znakiem grupy, grupa przyczyną kryzysu, a kryzys wezwaniem do mobilizacji.

Syntetyczna traumatyzacja i potrzeba odpowiedzialnej formy przekazu

To najstarsza technika polityki afektu, jednak AI i platformy cyfrowe nadają jej dziś precyzję dystrybucji oraz możliwość nieskończonej produkcji wariantów. W tym mechanizmie szczególnie groźne są syntetyczne obrazy przemocy, które posiadają niezwykłą siłę aktywacyjną: uruchamiają lęk, gniew, pragnienie odwetu czy potrzebę ochrony własnej grupy. Obraz prawdziwy wymaga odpowiedzialnej reakcji; fałszywy może wywołać realne skutki, a wyrwany z kontekstu – skierować autentyczny gniew na błędny cel. Gdy zaś jest generowany seryjnie, tworzy atmosferę oblężenia, niemającą proporcjonalnego oparcia w faktach. W epoce generatywnej nie możemy więc mówić jedynie o dezinformacji, lecz o syntetycznej traumatyzacji przestrzeni publicznej. Społeczeństwo

bywa bombardowane obrazami, które zamiast dokumentować rzeczywistość, produkują stan gotowości do wrogości.

Takie środowisko sprzyja przywódcom, którzy nie potrzebują spójnego programu, lecz potrafią zarządzać afektem. Polityk społeczeństwa PSYOP nie musi być wielkim mówcą w klasycznym sensie – musi być skutecznym aktywatorem. Musi wiedzieć, jakie obrazy, gesty i konflikty utrzymają jego zwolenników w stanie permanentnej mobilizacji. Program można korygować, afekt zaś trzeba stale podsycać. Dlatego współczesna polityka często przypomina serial o konflikcie: każdy odcinek musi kończyć się napięciem, zdradą, skandalem, upokorzeniem przeciwnika lub obietnicą zemsty w kolejnym sezonie. Demokracja powinna być sztuką wspólnego rozstrzygania spraw publicznych, tymczasem społeczeństwo PSYOP zamienia ją w teatr pobudzeń, gdzie prawda pełni rolę statysty, o ile akurat mieści się w kadrze.

Nie wolno jednak zrzucać całej odpowiedzialności na polityków. Media tradycyjne również ulegają logice aktywacyjnej, zwłaszcza konkurując z platformami o uwagę. Nagłówek ma zatrzymać, obraz uderzyć, konflikt trwać; ekspert ma mówić krótko i ostro, a złożony problem musi zmieścić się w rytmie szybkiej reakcji. W ten sposób instytucje powołane do objaśniania świata przejmują estetykę PSYOP: mniej wyjaśnień, więcej bodźców; mniej proporcji, więcej alarmu; mniej cierpliwej analizy, więcej dramaturgii.

Nie zawsze wynika to ze złej woli, lecz z ekonomii uwagi, w której spokojna prawda przegrywa z krzykliwym półproduktem emocji. Problem pojawia się wtedy, gdy redakcje zaczynają myśleć jak algorytmy – obywatele zostają wówczas sami z hałasem przebranym za wiedzę. Społeczeństwo PSYOP wymusza więc odbudowę etosu pośredników poznawczych. Redakcje, uczelnie, instytucje eksperckie, sądy czy administracja muszą nauczyć się mówić jasno bez upraszczania do fałszu, atrakcyjnie bez manipulacji i stanowczo bez plemiennego zacietrzewienia. To trudne zadanie, wymagające kompetencji komunikacyjnych, technologicznych, statystycznych, prawnych i antropologicznych. W epoce aktywacji nie wystarczy mieć rację – trzeba umieć ją ocalić przed formatem, który zamienia prawdę w nudę, a kłamstwo w widowisko. Prawda bez formy przegrywa, forma bez prawdy zatruwa. Potrzebujemy zatem trzeciej drogi: formy odpowiedzialnej. Na poziomie jednostki odpowiedzią jest wspomniana wcześniej higiena reakcji.

Na poziomie instytucjonalnym niezbędne są jednak rozwiązania twardsze: przejrzystość reklam politycznych, oznaczanie treści syntetycznych, audyty algorytmów rekomendacyjnych oraz ograniczenia mikrotargetowania w sprawach społecznie wrażliwych. Konieczna jest odpowiedzialność platform za systemową amplifikację manipulacji, prawo do wyjaśnienia decyzji automatycznych, ochrona dzieci przed uzależniającymi bodźcami oraz wsparcie dla niezależnych redakcji i edukacji medialnej.

Nie są to cudowne lekarstwa, lecz minimalne barierki przy drodze, po której ciężarówki z afektem pędzą bez ograniczeń prędkości. Ważne jest jednak, by regulacja nie stała się nową formą cenzuralnej uzurpacji. Walka z PSYOP może zostać użyta jako narzędzie samego PSYOP: władza może nazywać każdą krytykę dezinformacją, platformy usuwać treści według niejasnych reguł, a państwo centralizować prawdę. Dlatego niezbędne są mechanizmy pluralistyczne, jawne i kontrolowalne. Obrona przed manipulacją nie może polegać na przekazaniu jednej instytucji monopolu na rzeczywistość. W epoce syntetycznych obrazów trzeba bronić prawdy, ale równie mocno warunków sporu o nią. Inaczej lekarstwo będzie miało skład zbyt podobny do trucizny.

Odporność poznawcza jako walka o zaufanie i instytucje

Społeczeństwo PSYOP stawia przed nami pytanie o dojrzałość poznawczą wspólnoty. Czy potrafimy żyć w świecie, w którym obraz może być jednocześnie piękny i fałszywy, skuteczny i syntetyczny, emocjonalnie autentyczny, a zarazem politycznie niebezpieczny? Czy potrafimy odróżnić dokument od symulacji, a gdy nam się to nie udaje – zawiesić sąd, zamiast natychmiast szukać plemiennego komfortu? Czy jesteśmy w stanie uznać, że nasze emocje są ważne, lecz nie są nieomylne?

Czy potrafimy zbudować instytucje, które nie będą ani naiwne wobec technologii, ani autorytarne wobec obywateli? To pytania znacznie trudniejsze niż kwestia tego, czy AI potrafi wygenerować realistyczną twarz. Twarz to tylko powierzchnia; stawką jest nasza wspólna rzeczywistość. Najbardziej niepokojącą cechą społeczeństwa PSYOP jest fakt, że jego skuteczność rośnie wraz z rozpadem zaufania. Im mniej ufamy instytucjom, tym bardziej szukamy alternatywnych głosów. Im więcej tych głosów, tym większy szum, a im większy szum, tym silniej potrzebujemy prostych kotwic. Im prostsze są te kotwice, tym łatwiej nimi manipulować. To spirala, w której każdy skandal, błąd redakcji, arogancja eksperta, nieprzejrzystość państwa czy cyniczna kampania platformy jedynie dolewa oliwy do ognia.

Społeczeństwo PSYOP nie powstaje wyłącznie dzięki technologii; wyrasta także z deficytu wiarygodnych instytucji. Algorytm wchodzi tam, gdzie zaufanie zostało wcześniej nadwyrężone. Dlatego walka o odporność na PSYOP jest de facto walką o jakość państwa, nauki, mediów i wspólnot lokalnych. Człowiek posiadający realne doświadczenie sprawczości, więzi i sensownej instytucji jest mniej podatny na syntetyczne światy gniewu. Osoba osamotniona, upokorzona, niewysłuchana i traktowana przez system jak numer, łatwiej przyjmie obraz nadający jej frustracji prostą formę. Nie oznacza to jednak, że manipulacji ulegają tylko osoby skrzywdzone.

Elity także mają własne Doritos: prestiż, moralną wyższość, technokratyczny żargon, pogardę dla „ciemnego ludu” czy poczucie bycia po stronie historii. Każda grupa ma swoje podatności. Społeczeństwo PSYOP jest demokratyczne w jednym sensie: nikt nie jest zbyt mądry, by nie mieć słabego punktu. W tym miejscu należy przyjrzeć się relacji między magią a technologią. Premodernistyczne obrazy operacyjne – amulety, sigile, yantry – działały w świecie, w którym znak posiadał moc sprawczą. Nowoczesność długo utrzymywała, że obrazy są jedynie reprezentacjami, dokumentami lub ekspresjami. Epoka post-AI przywraca obrazowi sprawczość, lecz w innym rejestrze. Obraz działa, ponieważ aktywuje mózg, model, procedurę, rynek, policję, algorytm rekomendacji lub tłum. W ten sposób społeczeństwo PSYOP staje się świecką teurgią infrastruktury: produkcją znaków, których celem jest uruchomienie konkretnych skutków. Dawny mag rysował symbol, by nagiąć świat do swojej woli; dzisiejszy operator wpływu generuje bodziec, by nagiąć prawdopodobieństwo zachowania. Różnica jest czysto techniczna.

Ambicja – podejrzanie znajoma. Nie należy jednak kończyć tej diagnozy pesymizmem, gdyż bywa on wygodną formą lenistwa. Jeśli wszystko uznamy za manipulację, nic nie trzeba robić. Jeśli każdy obraz stanie się podejrzany, przestaniemy rozróżniać. Jeśli każda instytucja kłamie, można spokojnie wycofać się do własnej bańki i nazwać to niezależnością. Tymczasem prawdziwa odpowiedź na społeczeństwo PSYOP wymaga pracy: nad instytucjami, językiem, edukacją, prawem, technologią i nad własnym odruchem reakcji. Wymaga też odwagi, by przyznać, że nie wystarczy „zdemaskować” manipulacji u przeciwnika. Trzeba rozpoznać własne przyjemności poznawcze, skłonność do plemiennego komfortu i umiłowanie obrazów, które robią z nami to, czego potajemnie pragniemy. Społeczeństwo PSYOP nie jest bowiem tylko tym, co oni nam robią; jest także tym, co pozwalamy sobie robić, gdy reakcja staje się łatwiejsza niż rozumienie.

Dlatego dojrzała krytyka Paglena nie prowadzi do prostego hasła „nie wierz obrazom”, lecz do trudniejszego imperatywu: badaj obwody, w których obrazy działają. Patrz nie tylko na obraz, lecz na jego infrastrukturę. Nie pytaj wyłącznie, co widzisz, lecz kto widzi ciebie, gdy patrzysz. Nie pytaj tylko, czy treść jest prawdziwa, lecz jaki stan ma w tobie wywołać. Nie pytaj tylko, kto mówi, lecz jak system nauczył się, że właśnie ten głos ma do ciebie przemówić.

Śmierć fotografii jako śladu rzeczywistości

Dopiero wtedy można przejść do kolejnego problemu: archiwów przyszłości i śmierci fotografii. Skoro obrazy generatywne, operacyjne i aktywacyjne nie muszą już dokumentować rzeczywistości, lecz mogą ją testować, modelować i wywoływać, fotografia traci swój dawny przywilej indeksalności. Obraz przestaje być świadkiem tego, co było.

Coraz częściej staje się próbą stworzenia warunków, w których coś zostanie uznane za możliwe, prawdopodobne albo nieuniknione. Archiwum nie należy już zatem tylko do przeszłości. Powstają archiwa przyszłości: zbiory obrazów, które nie tyle pamiętają świat, ile uczą nas, jak mamy wyobrażać sobie jego nadchodzące wersje.

Fotografia przez długi czas była najważniejszym świeckim sakramentem nowoczesności. Łączyła widzialne z realnym, przeszłość z dowodem, pamięć z materialnym śladem. Nie trzeba było wierzyć fotografowi, aby wierzyć, że coś musiało znaleźć się przed aparatem. Można było podejrzewać kadr, propagandę, wybór chwili, manipulację kontekstem, retusz, podpis czy inscenizację, ale sama fotografia nosiła w sobie obietnicę kontaktu. Jej wiarygodność nie wynikała wyłącznie z moralności autora, lecz z technicznej relacji między światłem a powierzchnią rejestracji. Była obrazem, ale także odciskiem. Nie tylko mówiła „tak wyglądało", lecz szeptała: "to dotknęło światła".

Ten szept był fundamentem fotograficznej indeksalności. Indeks nie jest zwykłym znakiem podobieństwa. Dym jest indeksem ognia, ślad stopy indeksem czyjejś obecności, odcisk palca indeksem kontaktu ciała z powierzchnią. Fotografia należała do tej rodziny znaków, ponieważ powstawała przez fizyczny związek z tym, co rejestrowała. Nawet jeśli mogła kłamać w sensie społecznym, posiadała materialny rdzeń prawdy.

Ktoś tam był. Coś odbiło światło. Jakiś fragment świata został przechwycony przez aparat. Dlatego fotografia tak silnie związała się z pamięcią, dowodem sądowym, dziennikarstwem, archiwum państwowym, dokumentacją wojenną, antropologią, medycyną, nauką i życiem rodzinnym. Nowoczesny człowiek nie tylko oglądał fotografie – on ufał całej metafizyce ich powstawania.

Generatywna sztuczna inteligencja nie niszczy fotografii jako formatu wizualnego. Przeciwnie: produkuje obrazy w stylu fotograficznym z łatwością, która wydaje się niemal obraźliwa wobec dawnego rzemiosła. Niszczy jednak uprzywilejowany status fotografii jako śladu. Może powstać obraz osoby, której nie było, miejsca, które nie istnieje, wojny, która nie wydarzyła się w przedstawionej formie, dokumentu, którego nikt nie wystawił, tłumu, który nigdy się nie zebrał, czy intymnej sceny, która nie miała ciała, czasu ani światła. Obraz zachowuje fotograficzną skórę, lecz traci fotograficzny kręgosłup. Wygląda jak indeks, ale może być czystą syntezą.

To właśnie jest śmierć fotografii w sensie metafizycznym: nie koniec zdjęć, lecz koniec domniemania, że zdjęcie jako takie jest śladem rzeczywistości. Ten przełom nie oznacza, że odtąd każdy obraz jest fałszywy – byłby to wniosek zbyt prosty i niebezpieczny. Oznacza raczej, że status każdego obrazu wymaga nowej procedury zaufania. Dawniej fotografia korzystała z domniemania realności, które można było podważać w konkretnych przypadkach. Dziś obraz fotograficzny coraz częściej wchodzi w stan zawieszenia: może być śladem, symulacją, rekonstrukcją, deepfake'iem,

dokumentem, estetycznym artefaktem lub wizualnym testem reakcji. Nie znaczy to, że prawda stała się niemożliwa; oznacza to, że prawda obrazu przestała być własnością powierzchni. Trzeba jej szukać w pochodzeniu, metadanych, łańcuchu transmisji, instytucji weryfikującej, kontekście, zgodności z innymi źródłami i odpowiedzialności nadawcy. Paglenowskie „archiwa przyszłości" są próbą uchwycenia właśnie tego stanu zawieszenia.

Fotografie UFO stanowią tu figurę wyjątkowo trafną. Są obrazami, które wyglądają jak dowód, ale nigdy nie rozstrzygają własnego statusu. Niewyraźna plama na niebie, świetlisty punkt, ziarnisty kształt, źle oświetlony obiekt, zapis rzekomego spotkania – wszystko to działa na granicy indeksu i projekcji. Fotografia UFO mówi: coś zostało zarejestrowane. Wyobraźnia odpowiada: być może to znak innej rzeczywistości. Sceptyk widzi artefakt, błąd, mistyfikację, zjawisko atmosferyczne, obiekt wojskowy lub optyczną pomyłkę. Wierzący widzi dowód. Najważniejsze jest jednak to, że obraz rzadko zamyka spór; on go organizuje. Istnieje jako pole interpretacyjnej superpozycji. W epoce generatywnej wiele obrazów zaczyna działać podobnie jak fotografie UFO.

Obraz jako pas startowy dla przyszłych faktów

Te obrazy nie są po prostu prawdziwe lub fałszywe w sposób natychmiastowo rozstrzygalny. Są wizualnymi propozycjami rzeczywistości, które zawieszają widza między wiedzą, pragnieniem, lękiem a wcześniejszym przekonaniem. Jeśli obraz pasuje do naszych oczekiwań, szybciej uznajemy go za prawdopodobny. Jeśli potwierdza nasze lęki, działa jak dowód przed dowodem. Jeśli karmi pragnienia, staje się wizualnym proroctwem. Gdy zaś uderza w przeciwnika, chętnie obniżamy standardy weryfikacji. Generatywne obrazy nie muszą zatem przekonać wszystkich; wystarczy, że aktywują tych, którzy już są gotowi uwierzyć.

Archiwum przyszłości nie jest więc zbiorem tego, co się wydarzyło, lecz magazynem obrazów tego, co różne grupy są gotowe uznać za możliwe. To fundamentalna zmiana funkcji archiwum. Klasyczne archiwum było instytucją przeszłości – nawet gdy służyło bieżącej władzy, przechowywało ślady: dokumenty, zdjęcia, rejestry, mapy, listy, akta czy nagrania. Archiwum przyszłości działa inaczej. Gromadzi, produkuje i rozpowszechnia obrazy przygotowujące wyobraźnię na scenariusze będące dopiero w fazie negocjacji. Katastrofa, wojna, podział terytorium, upadek instytucji, zdrada polityczna, bunt społeczny, nowa norma obyczajowa, obraz wroga, wybawcy, nieuchronnej klęski czy technologicznego cudu – wszystko to może być najpierw testowane wizualnie. Obraz wyprzedza fakt, a potem fakt zaczyna poruszać się w cieniu obrazu.

Polityka staje się zarządzaniem wyobrażoną dokumentacją przyszłości. Nie chodzi tu jedynie o fałszerstwo – to zbyt wąska kategoria. Fałszywy dokument udaje przedstawienie istniejącego faktu,

podczas gdy archiwum przyszłości działa subtelniej: produkuje obrazy, które oswajają wspólnotę z potencjalną wersją świata. Widz zaczyna dostrzegać coś, zanim to się wydarzy – czasem po to, by odczuwać lęk, pragnienie lub uznać pewne rozwiązanie za nieuniknione. Chodzi o to, by w momencie wykonania realnego aktu politycznego nie był on szokiem, lecz spełnieniem wcześniej krążącej wizualnej możliwości. Obraz nie dokumentuje więc rzeczywistości.

On buduje dla niej pas startowy.

Dywidenda kłamcy i erozja dowodu wizualnego

Doskonale widać to na przykładzie deepfake'ów i syntetycznych scen z udziałem osób publicznych. Gdy powstaje obraz polityka robiącego coś absurdalnego, kompromitującego, agresywnego lub przeciwnie – zwyczajnego i sympatycznego, skutkiem nie musi być wiara w dosłowną prawdziwość zdarzenia. Czasem wystarczy przesunięcie wyobrażalności.

Odbiorca myśli: „to mogłoby być prawdziwe", „on jest właśnie taki", „to do niego pasuje", „nawet jeśli to fałsz, dobrze oddaje jego charakter". To moment szczególnie niebezpieczny: fałsz zostaje uniewinniony przez zgodność z uprzedzeniem. Obraz nie musi być dowodem, jeśli staje się emocjonalną alegorią. Społeczeństwo PSYOP kocha takie obrazy, gdyż pozwalają one ominąć rygor prawdy i zachować siłę oskarżenia.

W ten sposób zmienia się relacja między obrazem a pamięcią. Dawna fotografia była narzędziem pamiętania, choć oczywiście pamięć ta mogła być selektywna – klasowa, rodzinna, państwowa czy kolonialna. W epoce generatywnej obraz może stać się narzędziem pamiętania tego, co nie miało miejsca. Nie chodzi tu o zwykłą fikcję artystyczną, która jawnie przedstawia wyobrażenie, lecz o wizualny osad, który zostaje w zbiorowej świadomości i później miesza się z rzeczywistymi wspomnieniami. Kultura cyfrowa ma krótką pamięć źródeł, ale długą pamięć afektów. Ludzie zapominają, skąd pochodził obraz, czy był zweryfikowany, obalony, czy stanowił satyrę bądź symulację. Pamiętają jednak emocję, jaką wywołał. A ta bywa trwalsza niż sprostowanie.

Prowadzi to do kryzysu dowodu wizualnego. W sądzie, dziennikarstwie, historii czy dokumentacji praw człowieka obraz nadal pozostaje niezwykle istotny. Nie wolno kapitulować przed cynicznym twierdzeniem, że „dziś wszystko można wygenerować, więc niczego nie da się udowodnić". Taka teza jest prezentem dla sprawców przemocy. Jeśli każdą dokumentację zbrodni można odrzucić jako potencjalny deepfake, ofiary tracą jedno z narzędzi dochodzenia sprawiedliwości. Dlatego epoka postfotograficzna nie wymaga porzucenia dowodu wizualnego, lecz jego wzmocnienia proceduralnego.

Obraz musi zostać osadzony w łańcuchu dowodowym: źródło, czas, miejsce, metadane, świadkowie, analiza geolokacyjna, porównanie z innymi materiałami i niezależna weryfikacja. Sama powierzchnia już nie wystarczy, ale nie oznacza to, że dowód znika. Tu tkwi zasadnicze napięcie.

Z jednej strony media generatywne osłabiają intuicyjne zaufanie do obrazu. Z drugiej – aktorzy autorytarni mogą wykorzystywać ten kryzys, by odrzucać prawdziwe materiały. To zjawisko określa się jako „dywidenda kłamcy": im więcej mówi się o deepfake'ach, tym łatwiej sprawcom realnych czynów twierdzić, że obciążające nagrania są fałszywe. W rezultacie kryzys obrazu działa podwójnie: fałszywe obrazy udają prawdziwe, a prawdziwe zostają unieważnione jako rzekomo fałszywe.

To nie jest zwykły chaos medialny, lecz erozja warunków odpowiedzialności. Gdy ślad traci oczywistość, sprawca zyskuje czas, a czas w polityce i prawie często staje się walutą bezkarności. Śmierć fotografii jako metafizyki śladu musi więc prowadzić nie do nihilizmu, lecz do nowej kultury weryfikacji. Zaufanie należy przenieść z wyglądu obrazu na instytucjonalną i techniczną infrastrukturę potwierdzania.

Wbrew pozorom nie jest to sytuacja całkowicie nowa. Historycy od dawna wiedzą, że dokument może być fałszywy, fotografia inscenizowana, świadectwo omylne, archiwum niepełne, a podpis propagandowy. Nowością jest skala i dostępność produkcji pozoru. Dawniej fałszerstwo wymagało warsztatu; dziś często wystarczy prompt, model i dystrybucja. Kiedyś problemem była rzadkość dowodu, dziś – nadmiar materiałów o niepewnym statusie. Archiwista przyszłości będzie musiał być jednocześnie historykiem, informatykiem śledczym, semiotykiem, prawnikiem i psychologiem afektu. Mało romantyczne? Owszem.

Przyszłość jako statystyczny recykling archiwum

Romantyczny archiwista z lupą został jednak zastąpiony przez laboratorium metadanych. Archiwa przyszłości mają bowiem dodatkowy wymiar: są produktem modeli uczonych na zasobach przeszłości. Generatywna AI nie tworzy z próżni; operuje na wzorcach wydobytych z gigantycznych zbiorów obrazów, tekstów, stylów i klasyfikacji. Oznacza to, że przyszłość wyobrażana przez maszynę jest w istocie recyklingiem dawnych przedstawień. Model generuje „nowe" obrazy wojny, ponieważ przyswoił wizualne konwencje konfliktów z przeszłości. Tworzy „nowe" twarze przywódców, gdyż zna estetykę autorytetu. Projektuje „nowe" utopie technologiczne, bo pochłonął katalog dawnych reklam i modernistycznych wizji. Przyszłość wytwarzana przez AI staje się więc statystycznym snem archiwum – nie tyle radykalnie nową jakością, co kompozycją najbardziej

prawdopodobnych resztek tego, co już widzieliśmy. Ma to fundamentalne konsekwencje polityczne i estetyczne.

Jeśli przyszłość wyobrażamy za pomocą modeli opartych na dominujących obrazach przeszłości, ryzykujemy automatyzację wyobraźni. System będzie generował scenariusze, które są najbardziej rozpoznawalne jako „scenariusze", reprodukując utrwalone style władzy, piękna, zagrożenia, sukcesu czy przemocy. To, co autentycznie odmienne, może stać się niegenerowalne, gdyż nie wynika z rozkładu danych.

W ten sposób AI wzmacnia nie tylko uprzedzenia klasyfikacyjne, ale i konserwatyzm wyobraźni. Nawet futuryzm staje się archiwalny; jutro zaczyna wyglądać jak wczorajsze wyobrażenia jutra, tyle że w wyższej rozdzielczości. W tym tkwi głęboki sens „archiwów przyszłości". Nie chodzi o zbiór obrazów nadchodzących zdarzeń, lecz o podporządkowanie przyszłości logice archiwum danych. Modele przewidują i rekomendują na podstawie tego, co zostało wcześniej zgromadzone – przyszłość staje się funkcją zbiorów treningowych. Jeśli te zasoby są nierówne, uprzedzone, komercyjne czy kolonialne, wyobraźnia przyszłości będzie nosić ich ślady. Maszyna nie posiada ideologii w sensie deklaratywnym, ale ma statystyczne przyzwyczajenia. A te, gdy zostają wdrożone w kulturę, zaczynają działać jak ideologia bez manifestu.

Śmierć fotografii wiąże się zatem z narodzinami syntetycznej indeksalności. Obraz generatywny nie jest indeksem zdarzenia; staje się natomiast indeksem pragnienia, lęku, modelu, stylu epoki czy strategii marketingowej. Patrząc na deepfake, nie dowiadujemy się, co ktoś zrobił, lecz to, co ktoś chciał, abyśmy uznali za możliwe.

Obraz postfotograficzny jako symptom władzy i projektor przyszłości

Patrząc na syntetyczny obraz katastrofy, nie zawsze dowiadujemy się, gdzie ona nastąpiła. Dowiadujemy się raczej, jakie wizje kataklizmów są użyteczne w danym obiegu afektywnym. Podobnie z wygenerowanym obrazem luksusu – nie mówi nam on, kto tak żyje, lecz jaką estetykę pragnienia system uznał za skuteczną. Obraz przestaje być śladem świata, a staje się śladem operacji. To rozróżnienie jest fundamentalne.

Jeśli generatywny obraz nie dokumentuje rzeczywistości, może dokumentować strukturę władzy, która go wytworzyła. Syntetyczne przedstawienia kobiet, migrantów, żołnierzy, biedy czy sukcesu ujawniają nie tyle fakty o obiektach, co fantazje i kategorie systemów, które je produkują. Stanowią one archiwum stereotypów, pragnień i norm. Badacz przyszłości będzie analizował zatem nie tylko

autentyczne fotografie wojny, lecz także generatywne halucynacje wojny; nie dlatego, że obrazują one zdarzenia, ale ponieważ pokazują, jak epoka wyobrażała sobie scenariusze możliwe do politycznego wykorzystania. Można rzec, że obraz postfotograficzny posiada podwójną ontologię: jako przedstawienie jest niepewny, lecz jako symptom pozostaje cenny. Nie wiemy od razu, czy dokumentuje fakt, ale możemy pytać o funkcję, jaką pełni w obiegu społecznym. Czy ma zastraszyć, ośmieszyć, oswoić, sprzedać, a może przygotować grunt pod konkretne działania? Czy ma zanieczyścić przestrzeń informacyjną i sprawić, by prawdziwe dowody wydawały się jedynie kolejnymi obrazami w morzu szumu? W epoce post-AI krytyka obrazu musi stać się bardziej detektywistyczna niż kontemplacyjna. Estetyka pozbawiona dochodzenia staje się bezradna.

Nie należy jednak zapominać, że fotografia od początku była sprzężona z władzą; jej indeksalność nigdy nie była czystą niewinnością. Fotografia kolonialna klasyfikowała ciała, policyjna katalogowała podejrzanych, medyczna obiektywizowała pacjentów, a reklamowa produkowała pragnienia. Dawny realizm fotograficzny również mógł być formą przemocy. Różnica polega na tym, że dawniej przemoc ta działała poprzez wybór i opis śladu, dziś zaś coraz częściej operuje przez generowanie i aktywowanie obrazów bez konieczności kontaktu z wydarzeniem. Dawna fotografia mogła kłamać o świecie; nowy obraz potrafi wytwarzać światopodobne bodźce całkowicie bez świata. To nie znosi starej krytyki fotografii, lecz ją radykalizuje.

Dlatego żałoba po fotografii powinna być ostrożna. Nie warto idealizować przeszłości analogowej jako złotego wieku prawdy wizualnej – fotografia nigdy nie była prawdą samą w sobie, choć stanowiła ważne narzędzie sporu o prawdę. Jej indeksalny rdzeń dawał punkt zaczepienia, mimo że nie rozstrzygał kwestii interpretacji. Obecnie ten punkt przesuwa się z obrazu na sieć potwierdzeń. Jest to proces trudniejszy, mniej intuicyjny i bardziej instytucjonalny. Obywatel nie jest w stanie samodzielnie weryfikować wszystkiego, ale może domagać się instytucji, które czynią to jawnie i odpowiedzialnie. Tak jak nikt nie musi znać chemii wody, by mieć prawo do bezpiecznej wody w kranie, tak nie każdy musi być ekspertem od deepfake'ów, by mieć prawo do czystszego środowiska informacyjnego. Państwo, platformy, redakcje i nauka nie mogą przerzucać całego kosztu weryfikacji na samotne oko użytkownika.

Archiwa przyszłości zmieniają także politykę pamięci. Wspólnoty narodowe czy ideologiczne zawsze budowały tożsamość przez obrazy przeszłości; teraz mogą czynić to również za pomocą obrazów przyszłości: przyszłej krzywdy, odrodzenia, wojny, zdrady czy wielkości. Takie wizje bywają silniejsze niż programy polityczne. Program mówi: „zrobimy to i to”. Obraz przyszłości mówi: „albo my, albo chaos; albo zmiana, albo zagłada; albo bezpieczeństwo, albo obcy”. Skraca on drogę od niepewności do mobilizacji. Im bardziej niepewna epoka, tym większy popyt na obrazy udające mapę przyszłości.

W tym kontekście szczególnie istotne są wizje katastroficzne. Kryzys klimatyczny, wojny, pandemie czy broń autonomiczna tworzą realne powody do lęku. Generatywna wizualność może pomagać zrozumieć zagrożenia i planować działania, ale może również produkować apokaliptyczne bodźce bez odpowiedzialności, zamieniając przyszłość w rynek strachu. Katastrofa jest atrakcyjna wizualnie: płonące miasta czy twarze w panice to obrazy o wysokiej sile aktywacyjnej. Jeśli zostaną oderwane od rzetelnej analizy, stają się emocjonalnym smogiem. Człowiek w smogu widzi mało, ale oddycha nim cały czas.

Podobnie działa wizualność utopijna. Obrazy idealnych smart cities, harmonijnych robotów i medycyny bez cierpienia mogą pełnić funkcję propagandy technologicznego nieuchronizmu. Pokazują przyszłość tak gładką, że znika z niej polityka – nie ma sporów o nadzór, energię czy prawa obywatelskie. Jest tylko połysk. Utopia renderowana w 4K często pomija jednak tych, którzy sprzątają serwerownie, wydobywają metale ziem rzadkich lub zostali sklasyfikowani jako ryzyko. Archiwa przyszłości mogą być więc zarówno apokaliptyczne, jak i reklamowe. Jedne straszą chaosem, drugie sprzedają sterylność; obie formy mogą służyć ucieczce od politycznej odpowiedzialności.

Konieczność nowego realizmu krytycznego w erze symulacji

Śmierć fotografii jako indeksu uderza również w sferę intymności. Dawne zdjęcie rodzinne było śladem obecności: dowodem na to, że ktoś był dzieckiem, stał przy stole, wrócił z podróży, starzał się lub odszedł. Narzędzia generatywne potrafią dziś przywołać obrazy zmarłych, odmłodzić twarze czy rekonstruować nieistniejące sceny rodzinne, produkując wizualne pocieszenia bądź fałszywe wspomnienia. Choć może to mieć wymiar terapeutyczny, artystyczny czy żałobny, proces ten często narusza granice osoby, pamięci i zgody. Gdy generujemy zdjęcie przodka w sytuacji, która nigdy nie miała miejsca, musimy zapytać: czy tworzymy symboliczne upamiętnienie, czy podrabiamy pamięć?

Granica ta nie zawsze będzie oczywista, ale trzeba ją wyznaczać świadomie. W przeciwnym razie archiwum rodzinne stanie się galerią emocjonalnie skutecznych niezdarzeń. Analogiczny problem w sferze publicznej dotyczy męczeństwa, heroizmu i krzywdy. Wygenerowany obraz cierpiącej ofiary może poruszyć sumienie, lecz jeśli nie odpowiada realnemu zdarzeniu, staje się zdradą wobec prawdziwych ofiar. Syntetyczny bohater może wzmacniać wspólnotę, ale ryzykuje zastąpienie autentycznego świadectwa wygodniejszą ikoną. W polityce pamięci obraz zbyt piękny bywa podejrzany; cierpienie idealnie dopasowane do narracji powinno budzić pytania o swoją funkcję.

Nie chodzi o to, że samo cierpienie jest fałszywe, lecz że estetyka cierpienia może zostać przechwycona przez propagandę.

Epoka generatywna wymaga nowej etyki obrazowania krzywdy – nie każda skuteczna wizualizacja jest moralnie uprawniona. Archiwa przyszłości powinny zatem podlegać nowemu typowi odpowiedzialności: odpowiedzialności za wyobrażalne skutki obrazów. Twórca, redakcja, platforma czy instytucja publiczna nie mogą zasłaniać się argumentem, że obraz „tylko coś pokazuje" lub „jedynie symuluje". W świecie aktywacyjnym obraz działa, a skoro działa, należy pytać o konsekwencje. Czy symulacja jest oznaczona? Czy jej cel jest edukacyjny, artystyczny, czy manipulacyjny? Czy odbiorca ma świadomość, że patrzy na konstrukcję?

Czy obraz może wywołać panikę, nienawiść, fałszywe oskarżenie, utrwalić stereotyp, znormalizować przemoc lub wszczepić fałszywe wspomnienie? Nie chodzi tu o cenzurowanie wyobraźni, lecz o koniec dziecięcego alibi, jakoby obraz był niewinny, bo jest „tylko obrazem". Po Paglenie wiemy już, że „tylko obraz" bywa początkiem procedury. Nie można jednak ulec nostalgii i wzywać do powrotu do świata sprzed AI. Taki świat nie wróci, a zresztą nigdy nie był tak czysty, jak go zapamiętaliśmy.

Konieczne jest raczej wypracowanie nowego realizmu krytycznego. Realizmu, który uznaje, że obrazy nadal mogą przekazywać prawdę, ale nie na mocy samego wyglądu. Realizmu, który odróżnia dokument od symulacji, wiedząc jednocześnie, że symulacja również jest faktem społecznym. Realizmu, który nie myli sceptycyzmu z cynizmem i rozumie techniczne warunki produkcji obrazu, nie redukując go jednak wyłącznie do techniki. Realizmu, który potrafi stwierdzić: ten obraz nie dokumentuje zdarzenia, lecz pragnienie władzy; ten obraz jest fałszywy jako fotografia, ale prawdziwy jako symptom nienawiści; ten obraz jest syntetyczny, ale jego skutki są realne. Tak rozumiana krytyka obrazu staje się jednym z najważniejszych zadań humanistyki, prawa i polityki, gdzie humanistyka wnosi niezbędne rozumienie symbolu, mitu, pamięci, afektu i narracji.

Obrona autonomii poprzez infrastrukturę zaufania i prawo do nieprzejrzystości

Prawo stawia pytania o dowód, odpowiedzialność i zgodę, o ochronę dóbr osobistych, prawo do wizerunku, granice manipulacji oraz procedury weryfikacji. Polityka pyta o wspólne warunki zaufania, natomiast technologia dostarcza narzędzi detekcji, znakowania, badania pochodzenia i audytu. Żadna z tych dziedzin nie wystarczy samodzielnie. Jeśli problem oddamy wyłącznie technologom, otrzymamy narzędzia detekcji, które zawsze będą spóźnione względem narzędzi

generacji. Pozostawienie go jedynie prawnikom przyniesie procedury zbyt powolne w stosunku do prędkości obiegu informacji. Z kolei podejście czysto humanistyczne da nam subtelną diagnozę, pozbawioną jednak możliwości egzekucji. Potrzebna jest koalicja kompetencji.

Obraz stał się zbyt istotny, by zostawić go estetom, i zbyt niebezpieczny, by powierzyć go inżynierom. Archiwa przyszłości wymuszają również przemyślenie edukacji historycznej. Ucząc o źródłach, nie można już ograniczyć się do pytań o autora, datę powstania dokumentu czy kontekst. Należy wprowadzić pytania o syntetyczność, łańcuch transmisji, manipulację stylem, rekonstrukcję generatywną, dane treningowe oraz funkcję afektywną. Uczeń, student, obywatel, dziennikarz i urzędnik muszą zrozumieć, że realistyczny wygląd nie jest dowodem, a brak pewności nie stanowi dowodu fałszu. To cienka ścieżka między łatwowiernością a cynizmem, lecz właśnie po takich ścieżkach kroczy dojrzałe społeczeństwo. Drogi szerokie zazwyczaj prowadzą albo do propagandy, albo do kapitulacji.

Najbardziej niepokojącym aspektem śmierci fotografii jest być może to, że odbiera nam ona pewien rodzaj niewinnego wzruszenia. Dawniej stare zdjęcie niosło w sobie melancholię obecności: świadomość, że to naprawdę było, że ci ludzie naprawdę stali w tym świetle, a ten uśmiech naprawdę pojawił się na czyjejś twarzy. W świecie syntetycznym nawet wzruszenie musi być poprzedzone pytaniem o pochodzenie obrazu. Jest to smutne, lecz nie musi oznaczać wyłącznie straty; może nas nauczyć bardziej odpowiedzialnego patrzenia i sprawić, że przestaniemy mylić widzialność z prawdą. Może przywrócić wagę świadectwu, instytucji, relacji, podpisowi, archiwum, procedurze i zaufaniu budowanemu powoli. Fotografia dawała nam czasem złudzenie łatwej prawdy; epoka postfotograficzna zmusza do trudniejszej prawdy wspólnotowej. Koniec fotografii jest zatem końcem pewnego rozejmu. Przez dekady mogliśmy zakładać, że obraz fotograficzny, choć interpretacyjnie sporny, zachowuje szczególny kontakt z realnością. Teraz ten rozejm zostaje wypowiedziany.

Nie dzieje się to przez jedną technologię, lecz poprzez splot modeli generatywnych, platform dystrybucji, ekonomii uwagi, polityki afektu, automatycznej klasyfikacji i społecznego kryzysu zaufania. Obraz wchodzi w stan superpozycji: jest jednocześnie prawdziwy i możliwie fałszywy, dokumentalny i syntetyczny, wspomnieniowy i projektujący, estetyczny i operacyjny. W takim świecie nie da się żyć starymi odruchami. Trzeba nauczyć się patrzeć tak, jak kiedyś uczono czytać druk: nie tylko składać litery, ale rozumieć wydawcę, gatunek, intencję, cenzurę, interes i publiczność. Archiwum przyszłości nie jest więc jedynie metaforą – to nazwa nowego pola walki o rzeczywistość.

Kto produkuje obrazy przyszłości, ten wpływa na to, co wspólnota uzna za możliwe. Kto kontroluje syntetyczne dokumenty, ten może testować granice wiary. Kto potrafi zanieczyścić archiwum

teraźniejszości, utrudnia sprawiedliwość przyszłym historykom, sądom i obywatelom. Kto zaś podważa zaufanie do wszystkich obrazów, pomaga tym, którzy nie chcą zostawić po sobie śladu odpowiedzialności. W epoce postfotograficznej obrona prawdy będzie mniej efektowna niż demaskacja pojedynczego fałszerstwa; będzie polegać na mozolnym budowaniu infrastruktury zaufania. To mało widowiskowe, ale cywilizacja zwykle przegrywa nie z braku widowisk, lecz z braku protokołów. Tym samym dochodzimy do ostatniego ruchu eseju.

Jeśli obrazy stały się niewidzialne, operacyjne, klasyfikujące, aktywacyjne, syntetyczne i projektujące przyszłość, sama krytyka nie wystarczy. Trzeba zapytać o warunki oporu. Nie chodzi o romantyczny gest ucieczki od technologii, gdyż nikt rozsądny nie opuści dziś całkowicie infrastruktury obrazów. Należy pytać o bezpieczne przystanie: miejsca, instytucje, praktyki i prawa, które chronią człowieka przed pełną czytelnością dla maszyny. W świecie, w którym wszystko chce nas widzieć, mierzyć, pobudzać i przewidywać, wolność zaczyna się od prawa do nieprzejrzystości.

> W świecie, gdzie każdy piksel może być precyzyjnie zaprojektowanym impulsem, wolność przestaje być kwestią dostępu do informacji, a staje się prawem do nieprzejrzystości. Być może jedynym aktem prawdziwego oporu w epoce totalnej optymalizacji jest pielęgnowanie ciszy i nudy – przestrzeni, w których mózg przestaje być przewidywalnym odbiorcą bodźców, a odzyskuje własny rytm. Czy w rzeczywistości zaprojektowanej jako niekończąca się pętla reakcji zdołamy jeszcze odnaleźć czas na to, by po prostu pomyśleć?

Inspiracje

[1] 

"How to See Like a Machine Images After AI" Trevor Paglen

Verso Books | ISBN: 9781836742166

Trevor Paglen (ur. 1974) to amerykański artysta, geograf i autor, którego multidyscyplinarna twórczość zgłębia zagadnienia masowej inwigilacji, gromadzenia danych i ukrytej infrastruktury władzy. Uzyskał licencjat z religioznawstwa na Uniwersytecie Kalifornijskim w Berkeley, tytuł magistra sztuk pięknych (MFA) w School of the Art Institute of Chicago oraz doktorat z geografii na Uniwersytecie Kalifornijskim w Berkeley. Paglen jest powszechnie uznawany za swoje konceptualne podejście do fotografii i badań śledczych, często ukazujące „niewidzialne" aspekty systemów wojskowych i korporacyjnych. Otrzymał stypendium MacArthur Fellowship w 2017 roku oraz nagrodę Deutsche Börse Photography Foundation Prize w 2016 roku, wystawiał swoje prace na całym świecie. Jego twórczość i praktyka artystyczna łączą nauki społeczne, technologię i sztukę współczesną, koncentrując się na tym, jak widzenie maszynowe i sztuczna inteligencja kształtują ludzką percepcję i społeczeństwo.

Trevor Paglen *(born 1974) is an American artist, geographer, and author whose multidisciplinary work explores mass surveillance, data collection, and the hidden infrastructures of power. He holds a B.A. in religious studies from the University of California, Berkeley, an M.F.A. from the School of the Art Institute of Chicago, and a Ph.D. in geography from the University of California, Berkeley. Paglen is widely recognized for his conceptual approach to photography and investigative research, often making the "invisible" aspects of military and corporate systems visible. A recipient of the 2017 MacArthur Fellowship and the 2016 Deutsche Börse Photography Foundation Prize, he has exhibited his work internationally. His writing and artistic practice bridge the gap between social science, technology, and contemporary art, focusing on how machine vision and artificial intelligence shape human perception and society.*

Birmingham City University

Literatura uzupełniająca

Książki

Książki autora i dzieła przywołane w tekście:



[1] "The Last Pictures"

Trevor Paglen

2012 | Univ of California Press | ISBN: 9780520424494



[2] "Trevor Paglen"

Trevor Paglen

2024 | MIT Press | ISBN: 9783956795831



[3] "I Could Tell You But Then You Would Have to be Destroyed by Me"

Trevor Paglen

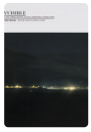
2007 | Melville House Publishing | ISBN: 9781933633329



[4] "Torture Taxi"

Trevor Paglen, A. C. Thompson

2007 | Icon Books Company | ISBN: 9781840468304



[5] "Invisible (Signed Edition)"

Trevor Paglen

2010 | Aperture Direct | ISBN: 9781683950264



[6] "Visibility Machines"

Harun Farocki, Trevor Paglen, Akademie der Künste (Berlin, Germany)

2014 | Center for Art and Visual Culture, University of Maryland | ISBN: 9781890761196

Artykuły naukowe

Prace autorów przywoływanych w tekście:

[1] "A PRACTICAL WAY TO CONSIDER PILOT APPROACH AND LANDING VISIBILITY REQUIREMENTS FOR CIVIL TRANSPORTS AND AN APPLICATION TO THE LOCKHEED SST"

W. MAGRUDER, W. HOBERT, J. PRAY

1965 | Guidance Control Conference | DOI: 10.2514/6.1965-1233

Źródło

[2] **"Envelope-Based Grid-Point Approach: Efficient Runtime Complexity for Remote Sensing Coverage Analysis"**

Jonathan Sipps, Lori Magruder

2023 | Journal of Spacecraft and Rockets | DOI: 10.2514/1.a35481

Źródło

Artykuły naukowe autora:

[3] **"Excavating AI: the politics of images in machine learning training sets"**

Kate Crawford, Trevor Paglen

2021 | AI & Society | DOI: 10.1007/s00146-021-01162-8

Źródło

[4] **"Blank Spots on the Map: The Dark Geography of the Pentagon's Secret World"**

Trevor Paglen

2009

Źródło

[5] **"Correction to: Excavating AI: the politics of images in machine learning training sets"**

Kate Crawford, Trevor Paglen

2021 | AI & Society | DOI: 10.1007/s00146-021-01301-1

Źródło

[6] **"Torture Taxi: On the Trail of the CIA's Rendition Flights"**

Trevor Paglen, Alex Thompson

2006

Źródło

[7] **"Invisible : Covert Operations and Classified Landscapes"**

Trevor Paglen, Rebecca Solnit

2010

Źródło

[8] **"Invisible Images: Your Pictures Are Looking at You"**

Trevor Paglen

2019 | Architectural Design | DOI: 10.1002/ad.2383

Źródło

[9] **"Goatsucker: Toward a Spatial Theory of State Secrecy"**

Trevor Paglen

2010 | Environment and Planning D Society and Space | DOI: 10.1068/d5308

Źródło

[10] **"2. Experimental Geography: From Cultural Production to the Production of Space1"**

Trevor Paglen

2019 | Critical Landscapes | DOI: 10.1525/9780520961319-004

Źródło

[11] **"Recording Carceral Landscapes"**

Trevor Paglen

2006 | Leonardo Music Journal | DOI: 10.1162/lmj.2006.16.56

Źródło

[12] **"Some Sketches on Vertical Geographies"**

Trevor Paglen

2018 | University of Minnesota Press eBooks | DOI: 10.5749/j.ctt1zctt3b.9

Źródło

Treść tworzy Fundacja Dobre Państwo.
Redaguje i publikuje APA ONE, autorski system redakcyjny Fundacji oparty na AI.
APA ONE Publishing System
Fundacja Dobre Państwo © 2026
Article ID: 2c7c9334-c06b-4294-8a02-3b77f482142f