

SPECIFIČNOST KOMUNICIRANJA S DOKUMENTIMA PRIREĐENIM INFRAREDESIGN© TEHNOLOGIJOM

SPECIFICITY OF COMMUNICATING WITH THE DOCUMENTS PREPARED BY INFRAREDESIGN© TECHNOLOGY

Ivan Pogarčić

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Zagrebačka 30, 52100 Pula

SAŽETAK

Radom se razmatraju svojstva Infraredesign© tehnologije pri komuniciranju medijima i materijalima koji su pripremljeni ovom tehnologijom. Naglasak je na komunikaciji kao fenomenu i poruci kojom se komunikacija ostvaruje. Kadse poruka pripremi na način kao što je to Infraredesign© tehnologija nude se mogućnosti koje učesnicima komunikacije osiguravaju više načina pripremanja poruke. Pri tome se poštvaju sva nužna pravila komuniciranja. Specifičnost komuniciranja takvim porukama je, između ostalog, proširenje sigurnosnih okvira komuniciranja. Radom se pokušava ukazati na jedan specifični moment u komuniciranju takvim porukama. To je trenutak iznenađenja izazvan primitkom poruke/ slike/objekta pripremljenog Infraredesign© tehnologijom. Odnosno trenutak prvog susreta korisnika s tako oblikovanim porukama. Rad je, između ostalog, prikaz višegodišnjeg iskustva autora u praćenju upravo takvih percepcija učesnika s tako pripremljenim porukama u komunikaciji. Također, rad je zasnovan na osobnim iskustvima i viđenjima autora pa je kao takav podložan drugim i drugačijim tumačenjima.

Ključne riječi: *Infraredesign©, komunikacija, predodžba, medij, motivacija, informacija*

ABSTRACT

The paper deals with the features of Infraredesign© technology in communicating media and materials prepared with this technology. The emphasis is on communication as a phenomenon and a message that communicates. Preparing to prepare messages in the way that

Infraredesign© technology offers opportunities for communication participants to provide more ways to prepare the message. All necessary rules of communication are respected. The specificity of communicating such messages is, inter alia, the extension of the security frameworks of communication. The paper tries to point to a specific moment in communicating such messages. This is a moment of surprise caused by the receipt of a message / picture / object prepared with Infraredesign© technology. That is the moment of the first encounter of the user with such messages. Work is, among other things, a presentation of many years of author's experience in tracking exactly those perceptions of participants with such communicative messages. Also, the work is based on personal experiences and views of the author, and as such is subject to other and different interpretations.

Keywords: *Infraredesign©, Communication, Perception, Media, Motivation, Information*

1. UVOD

1. INTRODUCTION

Komunikacija se često definira kao prijenos informacija i/ili podataka s jednog mjesta na drugom mjestu uz pomoć sredstava koja su poznata učesnicima komunikacije. Sredstva obično uključuju učesnicima međusobno poznate i razumljive znakove i simbole pojedinačne i/ ili pak uređene posebnim pravilima. Radi lakšeg poimanja u ovom se radu koristi pojam poruka kao sinonim za bilo kakav oblik koji je objekt prijenosa informacija ili podataka. Pri tome se porukom smatra kako pojedinačna informacija tako i bilo koja i bilo kakva kombinacija pojedinačnih informacija.

Također se pojmovi korisnik, učesnik i akter u komunikaciji za potrebe rada smatraju sinonimima posebno kad se poruka ili objekt komunikacije tiču njih osobno. Poseban oblik komunikacije je komuniciranje ponašanjem gdje je poruka je način prenošenja značenja od jednog objekta ka drugom kroz korištenje međusobno razumljivih uzusa ponašanja.

Polazeći od Shannonove definicije komunikacije[1] može se, za potrebe ovog razmatranja, inzistirati na pojedinim koracima ili fazama više nego na ostalima ne umanjujući značaj definicije. Sukladno tome, kodiranje poruke, njezin prijenos kroz komunikacijski kanal, podložnost raznim oblicima buke, prijem i dekodiranje jesu važni za komunikaciju. No, za potrebe ovog razmatranja ti koraci ostaju u drugom planu. U prvom interesa su motivacija i razumijevanje poruke, a posebno, medij kojim će poruka biti prenesena te prepoznavanje, tumačenje i razumijevanje izvorne poruke.[2]

Što se tiče Infraredesign© tehnologije kao načina pripreme medija kojim će se poruke prenositi uputno je za čitatelje da pročitaju neke od slijedećih radova autora te tehnologije kao npr. [3], [4]

Ipak su prvi i posljednji koraci u komunikaciji, motivacija, percepcija, tumačenje i razumijevanje, od posebnog interesa za ovo razmatranje. Nadalje za potrebe razmatranje je nužno prihvatiti radnu definiciju nekih pojmova. To su slijedom:

- Motivacija – povod za određenu aktivnost uz definirane ciljeve i izraženu spremnost onoga tko tu aktivnost ima namjeru realizirati. Taj se povod definira kao motiv koji je najčešće posljedica zadovoljavanja želja i potreba proizašlih iz osobnih potreba pojedinca ili grupe ili okolnosti koje nameće, utjecaj kulture, društva ili načina života, okruženje u kojem pojedinac egzistira. [5] ili može potjecati od pojedinca (unutarnja motivacija). Motivacija je posljedica interakcije i svjesnih i nesvjesnih čimbenika.[6]
- Percepcija – način organizacije, identifikacije i interpretacije senzornih informacija kako bi se predstavili i razumjeli prikazani podatci, ili okoliš. [7] Sva percepcija uključuje nervne signale koji su rezultat fizičke ili kemijske stimulacije osjetilnog sustava. U ovom slučaju od važnosti su osjeti

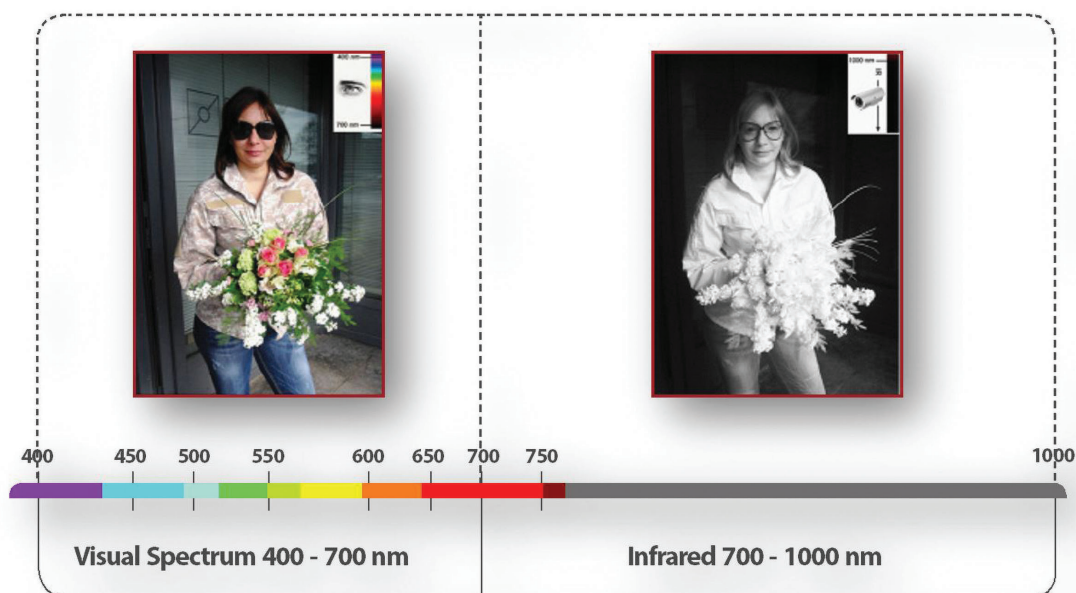
koji su posljedica svjetlosnih efekata i utjecaja na osjet vidom. Vezano za percepciju treba u ovom kontekstu spomenuti pojam predodžbe koja je najčešće posljedica percepcija pa se ne može koristiti kao sinonim

- Iznenadenje - osjećaj zapanjenosti, čuda ili zaprepaštenje koji je posljedica iznenadnog ili neočekivanog akta. Iskustvo iznenadenja ovisi o važnosti ishoda, kao i uvjerenja o ishodu. Neki autori smatraju iznenadenje kognitivnom procjenom zasnovanom na vjerojatnosti nastupa nekog događaja, dok ga drugi smatraju emocijom. Ako je iznenadenje emocija, tada može biti pozitivna ili negativna i značajno utjecati na iskustvo i spoznaju drugih emocija. Na taj način iznenadenje olakšava i potiče znatiželju i učenje te formiranje uvjerenja o drugim događajima. Iznenadenje je najčešće posljedica neočekivanih događaja ili iskustava. Matematički gledano neočekivani događaj je događaj s malom vjerojatnošću nastupanja. Iznenadenje je obično stanje osobe (ili sustava u cjelini) koje slijedi određeni događaj.[8],[9]. Također iznenadenje može biti posljedica događaja koji spada u grupu očekivanih događaja ali s manjom mogućnosti nastupanja. Ispitivanje takvih mogućnosti nije predmet ovog razmatranja.

2. INFRAREDESIGN© DOKUMENT KAO UZROK IZNENADENJA

2. *INFRAREDESIGN© DOCUMENT AS A CAUSE OF SURPRISE*

Kod uobičajene komunikacije tiskanim materijalima tj. porukama koje su priređene uobičajenim postupkom tiskanja pažnja učesnika komunikacije je fokusirana, prvenstveno, na vizualnoj percepciji dokumenta/poruke i posljedično stvaranju predodžbe o tome što je poruka u semantičkom smislu. Nakon što primi takvu poruku korisnik od same poruke ne očekuje više ništa posebno. Upravo taj trenutak je važan za komuniciranje porukama pripremljenim Infraredesign© tehnologijom, jer obično izaziva iznenadenje. Posebno kad se to desi prvi put. Premda se može reći da svaki prvi put ostavlja na učesnika poruke (ili događaja) poseban dojam kod Infraredesign© dokumenata je ipak drugačije.



Slika 1 Prikaz slike izrađene Infraredesign© tehnologijom s prikazom obaju slika

Figure 1 View an image created with Infraredesign© technology with a view of both images

Takav je dokument predmet iznenađenja čak i kada akteri komunikacije formalno znaju za njegov način pripreme. Specifičnost takvog dokumenta je u tome da se na istom mjestu posebnom grafičkom pripremom nalaze dva različita dokumenta – dvije različite poruke. Pri tome poruke mogu biti međusobno zavisne i/ili nezavisne. Izuzetno je važno naglasiti da poruke mogu biti i komplementarne što, s informatičkog stanovišta, pruža u komunikaciji znatno šire mogućnosti. Posebno se to odnosi na ekonomiziranje s količinom informacija spremljenim u pojedinačnu poruku.

Specifičnost takve poruke je sadržana u mogućnosti (ili nemogućnosti) uobičajenog pristupa čitavom dokumentu/poruci. Jedna je dio poruke vidljiv pri dnevnom svjetlu tj. radi se o uobičajenoj osjetnoj senzaciji putem osjeta vida, dok je drugi dio poruke vidljiv ali tek s uporabom tehnoloških datosti kao što je kamera s infracrvenim filterom. Primjer takvog tiska je dat na slici 1. Jasno je iz mogućnosti koje pruža ova tehnologija da se može govoriti o poruci i o porukama. Naravno da sve ovisi o potrebama i konkretnoj situaciji u kojoj se komunikacija realizira. Jednako je važno napomenuti nešto što se uvjetno može nazvati rokom trajanja dokumenta. Ako je dokument pripremljen tako da može biti korišten višekratno s neograničenim brojem korištenja tada je njegova uporaba takva

da se konzumiranjem dokument može iskoristiti po svojoj važnosti jedanput ili više puta. U takvim okvirima efekt iznenađenja može biti konzumiran u prvom pojavljivanju ili svaki put u uporabi kad su učesnici svaki put iznova novi u komunikaciji. Posebno je važno napomenuti da je moment i situacija iznenađenja moguća samo na strani primatelja. Intenzitet iznenađenja, ako se govori o intenzitetu kao mjerivoj veličini, ovisit će o više različitih faktora.

Kako situacija odnosno komunikacija može varirati od jednostavnih oblika i neformalnih odnosa korisnika pa do vrlo sofisticiranih oblika, na ovom mjestu nema niti vremena a niti prostora za detaljniju analizu i opisivanje rastera svih mogućih oblika komunikacije. Pretežito zbog toga što taksonomija zahtjeva definiranje s više različitih stanovišta i uz uvažavanje više različitih faktora.

U nastavku je dat prikaz nekoliko nasumično izabranih slučajeva u kojima je prikaz Infraredesign© dokumenata bio predmetom „iznenađenja“ za aktere formalne i neformalne komunikacije. Iznenađenje je bilo simulirano izvedeno s namjerom da se detektira reakcija primatelja poruka bilo da se radilo o čisto informativnom prikazu takvih dokumenata ili pak o prijedlogu uporabe takvih dokumenata u sasvim određene svrhe.

Inače je primjena Infraredesign© tehnologije već prisutna u više ljudskih djelatnosti od vojne industrije, farmakološke industrije do zaštite vrijednosnica i sl.

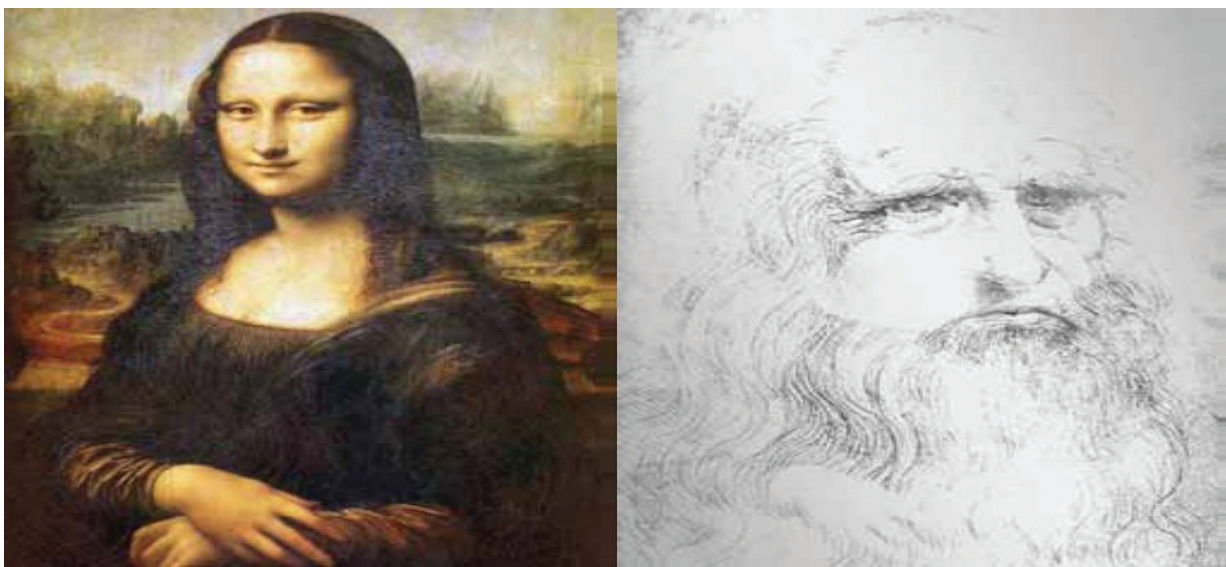
3. PRIMJERI PRIKAZA INFRAREDESIGN© DOKUMENATA U RAZLIČITIM SITUACIJAMA

3. EXAMPLES OF INFRAREDESIGN© DOCUMENTS DISPLAYED IN DIFFERENT SITUATIONS

Prvi slučaj prezentacije Infraredesign© dokumenata se desio na simpoziju koji je pokrivaio problematiku prometa u svim njegovim vidovima. Namjera je bila predložiti uporabu Infraredesign© tehnologije u pripremi auto-karata. [10] Dakle prijedlog je bio da se rade auto-karte, ili općenito geografske karte koje će u infra dijelu sadržavati bitne informacije koje karte eventualno ne bi pokrivala. U vremenu satelitske navigacije prijedlog je većini koja je slušala bio pomalo deplasiran. Zanimanje za tehniku je odjednom bio „hit“ nakon prezentacije par dokumenata. Ciljano je zbog lokacije prikazana kombinacija porteta Ruđera Boškovića (vidljivi dio) i Nikole Tesle (infracrveno) kao i kombinacija Mona Lise (vidljivi dio) i portret Leonarda da Vinci (skica u infracrvenom dijelu) Vidi sliku 2.

Drugi slučaj prezentacije se također odnosio na karte odnosno kartografiju kao znanost vezanu za geodeziju i geodetske poslove. Ponovo je to bila situacija u kojoj je GPS tehnika lociranja kod geodetskih mjerenja otišla daleko od papirnatih karata. Autori su poslovično i ovdje insistirali na prednostima tehnike i kombinaciji dijelova (vidljivi i infra dio) kojima se može pojedinačno svakim dijelom prikazati nezavisne ili zavisne informacije. Nakon prezentacije grupa japanskih kolega je molila da temeljitije pogledaju dokumente i pokušavala pregledati zaleđa dokumenta i njegovu translucenatnost. Iznenadjenje je bilo još veće kad su prikazani primjerci izrade na različitim materijalima. [11]

Treći slučaj su bile prezentacije Infraredesign© dokumenata u okviru nastave (Erasmus+) studentima Sveučilišta Sveti Pavao Apostol na Ohridu, Makedonija gdje je jedan od prezentiranih dokumenata bio napravljen tako da uključuje portrete poznatih, povijesnih i/ili aktualnih makedonskih osoba ili znamenitosti ili događaji. Predložena kombinacija je oduševila studente. Vidljiva slika je prikazivala Svetu Majku Terezija, a na infracrvenoj slici je bio poznati makedonski pjevač Toše Proeski. Jednak interes je pokazan za ostale dokumente koji su uključivali slike makedonskih znamenitosti i portrete osoba iz makedonske povijesti.



Slika 2 Portret Mona Lisa u vidljivom dijelu i autoportret Leonardo da Vinci u infrared dijelu
Figure 2 Mona Lisa view in visible part and Leonardo da Vinci self-portrait in infrared image

Čertviti slučaj je sličan trećem samo je druga lokacija. Ponovo je to bila Erasmus+ nastava, ali sada na Universiti of Nicosia, Cipar. Ponovo su prezentirani dokumenti napravljeni tako da uključuje portrete poznatih, povijesnih i/ili aktualnih ciparskih osoba ili znamenitosti ili događaja. Kako smo bili u posjedu slika djelatnika Sveučilišta napravljene su kombinacije istih sa slikama studenata.

Peti slučaj je bila prezentacija Infraredesign© dokumenata kao prijedloga promotivnih materijala jedne turističke agencije. Iskorišteni su portreti djelatnika agencije, logo-tip agencije i slike nekih znamenitosti iz zemlje u kojoj agencija posluje. Obzirom na lokaciju i specifične okolnosti u kojima agencija posluje, te egzotičnost (za evropska mjerila) prezentacija je, iako neformalno organizirana, ponovo bila „hit“.

4. ZAKLJUČAK

4. CONCLUSION

Sve navedeno je pokušaj autorovog osobnog viđenja i doživljenja svih navedenih situacija.

Nije namjera bila opisivati Infraredesign© tehnologiju kao tiskarski postupak niti pojašnjavati fizikalna svojstva tzv. bojila blizanaca koji rubno u infrared dijelu spektra čine „čaroliju“ (ne)vidljivosti.

Namjera je bila prenijeti i opisati osjećaje pojedinaca u susretu s takvim dokumentima. Definitivno je iznenađenje vezano za obrazovanje i pokušaje da se doživljava smjesti u iskustvene okvire. Dojam je autora da je iznenađenje bili veće kod osoba s većim nivoom obrazovanja, premda je zainteresiranost bila često hinjeno suspregnuta činjenicom da se nalaze na djelomično novom terenu.

Posebno su bile interesantne osobe kojima je sve to nalikovalo na neko čudo. Često sam interes znao pojačati pitanjem „Što mislite je li Leonardo da Vinči znao za ovu tehniku ili ove boje“ ili pak pitanjem koje se često nameće samo od sebe „Postoje li osobe, čija anatomija i fiziologija osigurava vidljivost ugniježdene slike bez uporabe tehničkih pomagala“.

Ako bi takva mogućnost, i takve osobe, postojali tada bi i različita neobična viđenja bila objašnjiva! Teorijski mogućnost postojanja takvih osoba je u okviru neke vjerojatnosti. Kakve, neka je na volju da odluči onaj tko ovo čita?!

5. REFERENCE

5. REFERENCES

- [1.] Shannon, C.E. "Matematička teorija komunikacije" (PDF) . Math.harvard.edu . Preuzeto 2019-01-09 .
- [2.] Pogarčić, I.; Infraredesign© tehnologija - potreba holističkog pristupa i šireg znanstvenog vrednovanja, Polytechnic and design, Vol. 6 No. 1, 2018. <https://doi.org/10.19279/TVZ.PD.2018-6-1-02>, Pregledni rad
- [3.] Bernašek, A., Žiljak, V., Žiljak Vujić, J., Uglješić, V.; Poistovječivanje prirode i reprodukcije prirode u vizualnom i infracrvenom području // 19. Međunarodna konferencija tiskarstva, dizajna i grafičkih komunikacija / dr. sc. Miroslav Mikota, prof. v. š. (ur.).
- [4.] Friščić, M., Žiljak-Vujić, J., Žiljak, V. Pap, K.; Nevidljiva grafika na transparentnim materijalima s flekso tiskom // International scientific conference on Printing & design 2013 : proceedings = Međunarodni znanstveni skup Tiskarstvo i dizajn 2013 : zbornik radova / Žiljak-Vujić, Jana (ur.). Zagreb : Akademija tehničkih znanosti Hrvatske, Centar za grafičko inženjerstvo, 2013. 156-161
- [5.] Ryan, R. M.; Deci, E. L. "Unutarnje i vanjske motivacije: klasične definicije i nove smjernice". Suvremena pedagoška psihologija . 25 (1): 54-67, 2000. Kanal komunikacije može biti vizualni , slušni , taktilni (kao što je na Brailleovom pismu) i haptički , mirisni , elektromagnetski ili biokemijski .
- [6.] Ericsson, Karl Anders, Peak: Secrets from the new science of expertise, ISBN 9781531864880, OCLC 961226136
- [7.] Schacter, D, Psihologija . Worth Publishers. 2011.

- [8.] Mellers, BA (2000). Izbor i relativni užitak posljedica. Psychological Bulletin, 126, 910-924.
- [9.] Mellers, BA, & McGraw, AP (2004). Uvjerenja koja služe sebi i zadovoljstvo ishoda. U J. Carrillo & I. Brocas (Eds.), Psihologija ekonomskih odluka. Vol. 2: Razlozi i izbori (str. 31-48). New York: Oxford University Press.
- [10.] Pogarčić, I., Rudić, B., Pogarčić, M.; How to choose the right navigation device in traffic?, ICTTE, International Conference on Traffic and Transport Engineering, Beograd, 2012
- [11.] Žiljak Vujić, J., Matas, M., Pogarčić, M., Žiljak Stanimirović, I.; Topographic maps with infrared colors, DAAAM, Wien, 2014.

AUTOR · AUTHOR

Ivan Pogarčić - nepromjenjena biografija nalazi se u časopisu Polytechnic & Design Vol. 6, No. 1, 2018.

Korespondencija

pogarcic@unipu.hr