

# Utjecaj digitalne postprodukcijske obrade fotografske slike na percepciju

---

**Sever, Dominik**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University North / Sveučilište Sjever**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:956724>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-31**

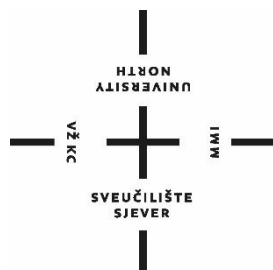


*Repository / Repozitorij:*

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER  
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br. 030-MMD-2020

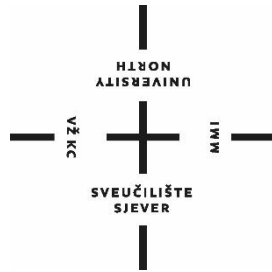
**UTJECAJ DIGITALNE POSTPRODUKCIJSKE  
OBRADE FOTOGRAFSKE SLIKE NA  
PERCEPCIJU**

Dominik Sever

Varaždin, listopad 2020.



**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**  
**Studij Multimedija**



DIPLOMSKI RAD br. 030-MMD-2020

**UTJECAJ DIGITALNE POSTPRODUKCIJSKE  
OBRADE FOTOGRAFSKE SLIKE NA  
PERCEPCIJU**

Student:  
Dominik Sever, 0904/336D

Mentor:  
doc. dr. sc. Mario Periša

Varaždin, listopad 2020.



# Prijava diplomskog rada

## Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Multimedija		
PRISTUPNIK	Dominik Sever	MATIČNI BROJ	0904/336D
DATUM	25.09.2020.	KOLEGIJ	Digitalna fotografska produkcija 2
NASLOV RADA	Utjecaj digitalne postproduksijske obrade fotografske slike na percepciju		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Effects of digital post-processing of a photo image regarding perception		
MENTOR	Mario Periša	ZVANJE	doc. art. dr. sc.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc.art. Robert Geček- predsjednik		
	2. doc.dr.sc. Darijo Čerepinko- član		
	3. doc.art. dr.sc. Mario Periša-mentor		
	4. izv.prof. Sead Alić (zamjenski član)		
	5.		

## Zadatak diplomskog rada

BROJ 030-MMD-2020

OPIS

Pitanje procesa izrade digitalne fotografske slike seže daleko unatrag, u samu srž nastanka fotografije kao tehnike stvaranja. Digitalno aktualno u sadašnjosti ima pravo poprimiti konotacije noviteta, ali ono fotografski osnovno, poput stručnog predznanja, i dalje biva statum quo. S obzirom na već masama dostupnim digitalnim postproduksijskim tehnikama, vrijedi odstupiti od rutinskog i postaviti pitanja o utjecaju obrade, ne samo u domeni percipiranja fotografske slike već i percepcije svega oko sebe. U radu je potrebno:

- razlučiti osnovne pojmove percepcije fotografske slike
- definirati hipoteze s obzirom na tematiku,
- konstruktivno raspraviti te sažeti slijed idejnih misli u formi tekstualne diskusije
- potkrijepiti teze i provedbom anketnog istraživanja na stvarnom uzorku
- primijeniti istraživačku metodologiju na autorskim fotografskim slikama s praktičnom realizacijom kao fizičkim izložbenim postavom.

ZADATAK URUČEN

15. 10. 2020.



POTPIS MENTORA

*Mario Periša*

SVEUČILIŠTE  
SJEVER

## Uvodna riječ

*Riječi, prije djela. Djela, prije riječi. Kompromis kao žrtvu jednog, ni za što.  
Dok misli, sad i uvijek.*

*Hvala svima koji su bili podrška. Još više drugima bez kojih (između ostalog)  
ne bih spoznao prve. Najviše onima koji će biti.*

*Posebne zahvale mentoru Mariu Periši. Ne samo u vezi ovog rada već i za  
svo ono ostalo mentoriranje.*

## Sažetak

Pitanje procesa izrade digitalne fotografske slike seže daleko unatrag, u samu srž nastanka fotografije kao tehnike stvaranja. Digitalno kao veoma aktualno u sadašnjosti ima pravo poprimiti konotacije noviteta, ali ono fotografski osnovno, poput stručnog predznanja, i dalje biva *statu quo*. Stvorimo li fotografski jezik takav da bilo koji drugi proces nadilazi značaj fotografiranja kao nekog općeprihvatljivog i bezupitnog procesa, naći ćemo se u novoj definiciji pojma fotografiranja. S obzirom na već masama dostupnim digitalnim postprodukcijskim tehnikama, vrijedi odstupiti od rutinskog i postaviti pitanja o utjecaju obrade, ne samo u domeni percipiranja fotografske slike već i percepcije svega oko sebe pa i samih sebe. Percepcija je ključ svih spoznaja, ali i njihov čimbenik i njihova slika. Ne samo onih subjektivnih već i objektivnih. Uvidom u diskusiju i istraživanje o postprodukcijskoj obradi fotografske slike te svakoj relevantnoj percepciji, stvaramo sliku o bitnosti spomenutog. Obradu ne treba nužno vezati s pojmovima pozitivnog ili negativnog kao konotacijama već prihvatiti kao što prihvaćamo samu fotografiju, jer ona i jest dio nje. Kroz razne metode i pristupe, potvrđena je postojanost odnosa tehničkog s onim pojmljivim i ponekad nepojmljivim. Kao posebno važno za istaknuti, potvrđena je prisutnost i integriranost digitalne postprodukcije u svakodnevnom.

*ključne riječi: fotografija, fotografska slika, obrada, percepcija, utjecaj, digitalno, postprodukcija*



## Abstract

The subject of the process of making a digital photographic image goes far into the past, to the very beginning of photography as a creative technique. As digital is trending, it has every right to take on the connotations of novelty, but the pure basics of photography, such as prior knowledge for the profession, still acts as *statu quo*. If we create a photographic language such that any other process surpasses the importance of photographing as a generally accepted and unquestionable process, we could find ourselves with a new definition of photography. Since broad availability of digital post-production techniques, it would be useful to step back from routine-performing and ask questions about effects of post-editing, not just on the perception of a photographic image but also on perceiving everything around us including ourselves. Perception is the key to all cognitions, but also their factor and their image. Not only subjective but also objective ones. Insight into the discussion and research on the post-production processing of the photographic image and each relevant perception, we create an image of the importance of the mentioned. Editing should not necessarily be connected with the notions of positive or negative as connotations, but should be accepted as we accept photography itself, because it is a part of it. Through various methods and approaches, the presence of the connection of technical and conceivable and sometimes incomprehensible has been confirmed. As particularly important to point out, the presence and integration of digital post-production in everyday life has been confirmed.

*keywords: photography, photographic image, editing, perception, effect, digital, post-production*

# Sadržaj

1. Uvod.....	11
2. Polazna teorija .....	13
2.1. Komora .....	13
2.2. Povijest obrade .....	14
2.3. Podjela obrade.....	16
3. Rasprava djelovanja.....	17
3.1. Poželjnost .....	18
3.2. Potreba i svrha.....	18
3.3. Narativ.....	19
3.4. Dobro ili loše .....	20
3.5. Interes za daljnjim djelovanjem .....	22
3.6. Petlja analognog i digitalnog .....	23
3.7. Alat umjetničkog izražavanja.....	25
4. Umijeće stvaranja umjetnosti .....	26
4.1. Gubitak i stvaranje značaja - trofeja “kroz tražilo” .....	26
4.2. Simulakrum i simulacija.....	28
4.3. Obrada kao umjetnost - kreacija dominacije i dominacija kreacije .....	29
4.4. Akt postaje akter .....	32
4.5. Estetika i ukus.....	35
4.6. Fantazija: ljepota kao “objekt petit a” .....	37
4.7. Tvorba (post)koncepta obradom .....	38
4.8. Bell i budućnost razvitka .....	40
5. Percepcija subjektivnog i objektivnog.....	41
5.1. Druga realnost kao nova.....	41
5.2. Insta(nt) gratifikacija.....	43

5.3. (Re)kreiranje identiteta.....	44
5.4. Mobilna subliminalnost.....	46
6. Istraživanje .....	51
6.1. Hipoteze.....	51
6.2. Anketa.....	52
6.3. Rezultati i analiza .....	62
6.4. Rasprava.....	83
7. Zaključak .....	84
8. Izložba .....	85
8.1. O konceptu.....	85
8.2. Postava .....	85
8.3. Dizajn plakata .....	99
Literatura .....	100
Popis slikovnog sadržaja .....	104
Prilozi .....	108
Brošura (pretpregled).....	108
Brošura (prijelom) .....	118
Životopis.....	126

## 1. Uvod

Kako bismo stvarali djela, moramo naučiti govoriti. Da bismo znali što i kako komunicirati govornom, moramo najprije savladati jezik kao sustav kodova. Tek onda možemo nadilaziti onu nekima trivijalnu razinu pa rekodirati naučeno; kada iz denotativnog pređemo u konotativno, pa možda i to novo krenemo usvajati - kao denotativno. Da bismo mogli jasno "pričati" fotografskim slikama, moramo znati stvarati ih - ovdje namjerno bez spomena procesa fotografiranja. Moramo naučiti barem osnove fotografskog jezika, dok je sve nadalje podložno promjeni. Jezik, koji god, je kao takav upravo generativan. Stvorimo li fotografski takav da bilo koji drugi proces nadilazi značaj fotografiranja kao nekog općeprihvatljivog i bezupitnog procesa, naći ćemo se u novoj definiciji pojma fotografiranja.

Dakle, dolaze promjene...

Sada stanimo na tren. Zašto bi promjena predstavljala problem? Što je tu loše u reprodukciji skoro beskrajnom digitalnom? Barem je digitalna postproduksijska obrada ta koja stoji kao oslonac nenadanim slučajevima. Dok u ulozi kreatora generativnog sjedinjuje u subkulture, istovremeno razdvaja individue generirajući ih nalik samima sebi. Koliko god bilo apsurdno, ipak, obrada možda nije "ona" koja čini. Nije ništa više nego tek otkriven glas onih koji su odavno mogli pjevati, ali tek spoznaju. Ništa više od materijalnih alata kao što su drveni kist, akrilne boje i platno. Već samom sebi u podsmijehu, ali samo bez spomena glazbenih instrumenata, molim. Tu se, iskreno, dobro znajući za razumnije, naivno ne bih htio složiti. Neka je gitara isprva (mnogima i zauvijek) generativnija zbog pragova kao pomoćnih varki spram violine, ali riječ je o *mojem*. Ona je *moj* glas, *moj* sučinitelj *mene*. Ipak, valja obratiti pozornost mimo jastva jer i najljepši glasovi nekima mogu biti vrisak, to jest, samo šum u komunikaciji. Glas, kakav i čiji god bio, potiče stvaralaštvo, oblikuje, generira, mijenja.

Dakle, dolaze promjene...

S obzirom na već masama dostupnim digitalnim postprodukcijским tehnikama, vrijedi odstupiti od rutinskog i postaviti pitanja o utjecaju obrade, ne samo u domeni percipiranja fotografske slike već i percepcije svega oko sebe pa i samih sebe. Kao popularan primjer: Instagram kao trenutno najpopularnija društvena mreža za dijeljenje vizualnog sadržaja krije svoju prisutnost u svakodnevici mnogih pojedinaca. Ako je ona zaista dio naše vizualne svakodnevice, može imati velik utjecaj ne samo na percepciju slike već i proživljavanje realnosti za kojom smo nesvjesno u svakodnevnoj potrazi, svakim usvajanjem novih informacija. Poniknut mnogim svjedočanstvima različitog poimanja procesa stvaranja konačne fotografske slike te njenog vrednovanja, ponajviše u fotografa sebe svrstanim u domenu profesionalnih, ovaj rad otvara konstruktivnu raspravu. Promišljati kao fotograf bi moglo postati istoznačno samom promišljanju, kao kakav sinonim. Daljnji tekst je naprosto jedan takav pokušaj doprinosa misaonim stručnom, tehničkom, ali itekako u korist i obrnuto.

## 2. Polazna teorija

Spomenom pojma “fotografija” uočavamo polisemiju riječi. Netko bi odmah pomislio na gotove, zabilježene slike, a netko na samo postojanje vještine zabilježavanja tih slika. Za jasnije shvaćanje teme rada, “fotografskom slikom” smatramo konačni produkt baratanja fotoaparatom, dok “fotografija” u svakodnevnom dijalogu podrazumijeva i sliku i svoje opće postojanje kao profesija, tehnika ili umjetnost.

Platon u svojoj knjizi *Država* opisuje umjetnika kao imitatora pojava oko sebe; osobu koja zrcali. Prema Platonu, umjetnik je imitator imitatora. Ovu tvrdnju objašnjava na primjeru kreveta – stvoritelj prvog kreveta (ideje) je bog, prvi imitator je radnik koji je izradio krevet, a tek drugi imitator umjetnik koji bez vizualizacije tog kreveta ne bi mogao naslikati krevet. Umjetnika uspoređuje s ogledalom, u smislu da svojim djelima zrcali postojeće; imitira. Prema njemu, za svaku stvar postoje tri umijeća: ono koje će je upotrebljavati, praviti i oponašati. Sokrat tvrdi da samo jahač zna kako će izgledati vodilice i uzde jer ih on upotrebljava. Niti slikar, niti kovač ne znaju kako one trebaju izgledati jer ih ovaj prvi imitira, a drugi samo izrađuje. [1] Prema tome, u podijeljenom bi procesu samo fotograf znao kakvu fotografsku sliku želi u konačnici. Kako bi zadržao “punopravni” status umjetnika, morao bi biti na čelu svakog od produkcijskih procesa. Aristotel zadržava zagovaranje umjetnika kao imitatora, no nadodaje pojam stvaranja u umjetnost kao imitaciju, koji opisuje kroz termin poetičnosti. [1]

### 2.1. Komora

Roland Barthes u prvom poglavlju *Svijetle komore* govori o (fizičkoj) fotografiji kao spoju krajnjih granica kontrasta, poput dobra i zla; želje i predmeta. Pojam želje je “dobar” jer pobuđuje interes za daljnjim pronalaženjem značaja kao višim od sukobljenog “zla” koje predstavlja ono isprva zapažljivo, a to je fotografska slika kao ništa više od predmeta. Taj predmet jednači s referentom to jest onime što slika predstavlja, no problematika proizlazi kod subjektivnog tumačenja, s obzirom na objektivno. Zaključuje da ono što jest vidljivo u fotografskoj slici - nije zapravo ona. [2]

O sebi govori kao o (ne)ukom anarhistu koji je “sam” jer prosto i bezglavo vrluda tražeći nešto više u fotografiji. Njegovo “pobunjeništvo” proizlazi iz olake kategorizacije sfera proučavanja fotografije, u kojem god aspektu. Svoje opisivanje fotografije i njene problematike dočarava pojmovima emocija, gdje i fotografija i referent bivaju žrtve i subjektivnosti i objektivnosti. Tako se kao pobornik marginalizacije, primjerice, sociološkog ili tehničkog načina proučavanja/tumačenja, pokušava istaknuti traganjem za čimbenikom metafizičkog komforta na razini subjektivnog; onoga što u njemu kao individui stvara osjećajnu pobudu. No, u samo malo kasnijem tekstu, ponovno dovodi sebe i prvi plan, kao (subjektivne) individue sa željom za definiranjem univerzalnog koje bi bilo temelj postojanja fotografije. Tako se u slijepoj sferi subjektivnog i sam pronalazi u upravo svom začaranom krugu dobra i zla. Neka bude *Mathesis singularis*, čak i od Barthesovog osobnog polazišta, ali... Što drugo univerzalno jest ako nije objektivno?

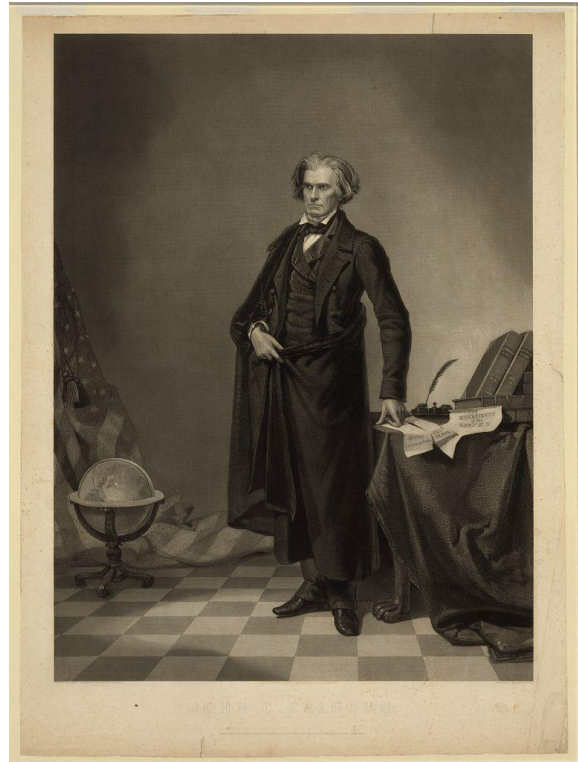
## 2.2. Povijest obrade

Želja za manipulacijom slike datira još u davnu prošlost. Ona nije tehnika modernog doba kao što mnogi misle. Već samo promjenom tona boje, produkti slikara mogli su biti alteracija stvarne reprezentacije. Također, nigdje nije uvjetovano da vizualno izražavanje mora biti striktno reprezentativno, a posebice realno. Kada govorimo o početku manipulacije fotografskim slikama, možemo krenuti od primjene pretećih na primjeru slikarstva - manipulacijom reprezentiranog sadržaja. Narativ se može u potpunosti promijeniti već sceniranjem, kompozicijom ili promjenom rakursa.

U ranim danima fotografije, često su korišteni fizički kistovi za konačnu, ručnu doradu to jest obradu, zbog limitacija tadašnje tehnologije. [3] Oko 1860. godine, objavljena je jedna od prvih popularno-poznatih manipulacija fotografskom slikom. Djelo Williama Patea, spoj je dviju fotografija - Abrahama Lincolna (glave) i Johna C. Calhouna (tijela). [4] [5]

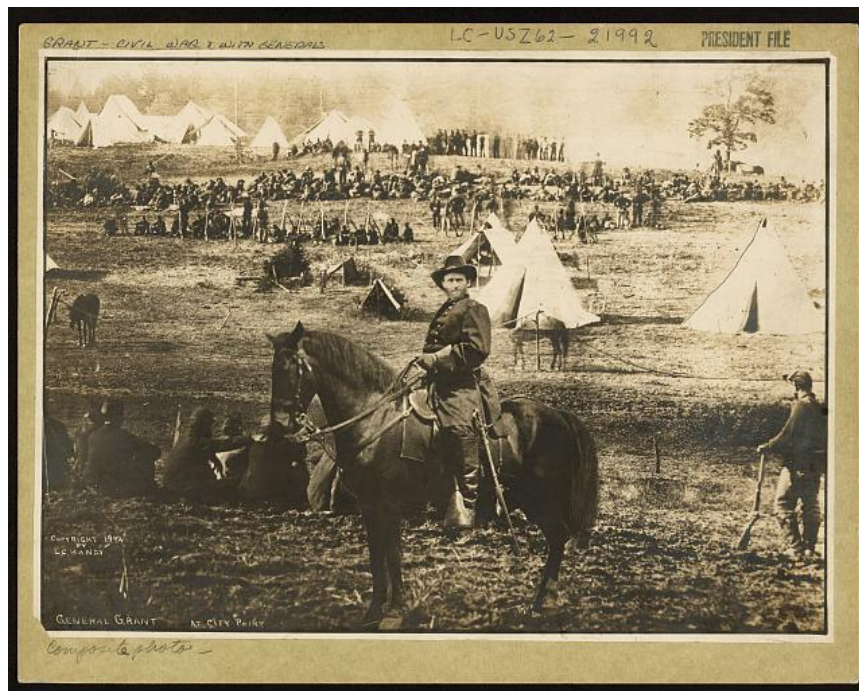


Slika 1: Abraham Lincoln, manipulacija



Slika 2: John C. Calhoun, original

Drugi poznat primjer manipulacije naziva "General Grant at City Point" datira iz oko 1902. godine, a radi se o montaži čak tri fotografske slike. [6]

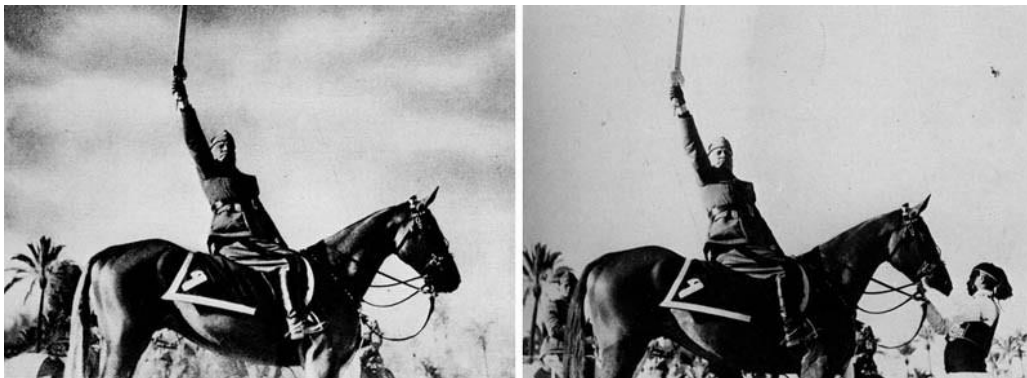


Slika 3: General Grant at City Point



Prije digitalizacije, obrada je bila moguća i u svijetu analognih filmova, također i pri razvitku filmova, kroz primjenu raznih tehnika. Primarnu je dominaciju imala postproduksijska obrada u tamnim komorama. [7]

Po fotomanipulaciji je poznat i Josif Staljin koji ju je koristio u svrhu svoje propagande, možemo spomenuti i fotografiju Benita Mussolinija na konju, na kojoj je uklonjena druga, osoba kraj konja. [5]



*Slika 4: Mussolini na konju, poslije i prije*

### 2.3. Podjela obrade

Kako u aktualnoj današnjici na tržištu i među korisnicima dominiraju digitalni fotoaparati, u ovom će radu biti istaknut osvrt primarno na “postproduksijsku digitalnu obradu” uz pritom naglašenu usporedbu s “postproduksijskom analognom”. Drugi glavni razlog su njene mogućnosti, što podrazumijeva mogućnost naknadne emulacije/simulacije/imitacije svih ostalih pristupa. Iako različitih pristupa i ponekad ograničenih mogućnosti, za potrebe ovog rada, obrada fotografske slike se zajednički može definirati kao svaka modifikacija realnog viđenja (za)bilježenog prizora fotoaparatom u neku svrhu.

Pojam obrade možemo kategorizirati u četiri pristupa:

1. Postproduksijska digitalna obrada
2. Postproduksijska analogna obrada (manipulacija ekspozicijom, itd.)
3. Produksijska obrada uzrokovana analognim filmovima i objektivima
4. Produksijska obrada uzrokovana manipulacijom postavki fotoaparata

### 3. Rasprava djelovanja

Počnimo od samog sebe - ljudskog tijela. Podlijegnemo li operaciji estetske kirurgije, naš izgled se mijenja, no jesmo li i dalje ista osoba? Jasno je da fizički nismo, pa time i mijenjamo identitet. No, je li zaista tako? Prethodna tvrdnja je točna samo ako se složimo da je fizički izgled minimalno dio identiteta, a shodno; "količina" promjene dovoljno relevantna da bi imala prevladavajuću moć. Unatoč povećanju usana, pravi prijatelji bi nas, popularno, i dalje doživljavali kao i prije; kroz spoznaju onog "unutarnjeg". Protivno onom prvom o fizičkom, logičnom zaključku, često se u sastavima društvenih vrijednosti inzistira na smanjenju važnosti vizualnog. Iako onda ova tvrdnja može djelovati nelogično, u obzir moramo uzeti i kontekst. Neovisno o primjeni tvrdnji, već se kroz trenutne rečenice upotrebom pridjeva "logično" za prvu tvrdnju može naslutiti da bi druga mogla biti nelogična. U kontekstu ljudske valuacije (poput prijatelja ili potencijalnih partnera), altruističkim povodom zaista može postojati namjera ili uvjerenje u manjak važnosti vizualnog. Stavimo li zaista pitanje čimbenih relevantnosti identiteta u kontekst proste vizualne percepcije, identitet kreira (pa tako i mijenja) svaki dio onog što nas čini nama kao takvima.

"Pod nož" ili "s obradom", možemo primijeniti u fotografiji. Njena percepcija zasigurno ovisi o nizu čimbenika, ali upravo je to pitanje koje postproduksijska obrada dovodi: je li ona uopće valuabilna, i ako jest, kako utječe na percepciju u korelaciji s ostalim čimbenicima? Daljnju ćemo raspravu valuacije provesti uz aksiološki pristup kao vodilju.

Referirajući se na teoriju osobnih konstrukata Georgea Kellya, možemo graditi pretpostavke o samom postojanju i upotrebi obrade. Kelly je, kroz filozofski pristup, stava da su psihološki procesi razmišljanja nekog pojedinca, rezultat unutarnjeg predviđanja - formiranja konstrukata, poput stereotipa. [8] Sličan pristup ima i komunikološka teorija konstruktivizma i načina formiranja poruka. Teorija sagledava razlike u vještini komunikacije pojedinaca - kompleksnost konstrukata. Njima, kao mentalnim slikama, pojedinci sami sebi argumentiraju svoja okruženja; svijet. [9]

Kelly tvrdi da tijekom života izvodimo eksperimente kojima testiramo naše konstrukte. Ukoliko ponovno utvrdimo isto, osobni konstrukti se jačaju. Možemo mijenjati stavove tek kad se uvjerimo u drugačije od dosadašnjeg. [8] Ovime možemo uputiti na važnost uvažavanja svih mogućnosti u svim situacijama, pa tako i pitanja utjecaja obrade na percepciju te općeg istraživanja; važnost ovog rada.

### **3.1. Poželjnost**

Iz same konotacije riječi, poželjnost obrade govori kao o kontrastu poželjnog i nepoželjnog u suštini same prisutnosti, ali uzevši u obzir nebrojive mogućnosti koje digitalna manipulacija omogućava, možemo krenuti korak dalje; sve mogućnosti staviti na "kontekstualni pravac" te linearnim praćenjem, redom uvažavati od najmanje prema najviše poželjnom. Isprva, poimanje poželjnosti može biti isprepletano s konotacijom na dobro i loše, kao kakav sinonim, no valja naglasiti da je ovdje riječ o potenciranju, s naglaskom na komunikaciju.

Nakon estetskog zahvata, punoća usana u krugu dobrih, dugogodišnjih prijatelja ne mora biti relevantan faktor percepcije identiteta. Štoviše, oni koji ne vrednuju; ne čine. U profesiji modelinga, gdje postoji vizija poželjnog izgleda, one bi mogle dobiti na važnosti. Poželjnost, dakle, može ovisiti o varijaciji obrade, kontekstu primjene i samom sadržaju, a uz to je ishod promatrača. Prema tome, poželjnost naposljetku uvažava pojedinac, kao subjektivno, interno.

### **3.2. Potreba i svrha**

Nekoliko niže opisanih teza o potrebi obrade de facto govori o težnji k vizuanoj alteraciji, nadalje manipulaciji, u svrhu ostvarenja nekih ciljeva. Neovisno o svrsi i ishodu, ovdje je izolirana važnost prethodećeg; utjecaja, uzroka, povoda. U opseg možemo uzeti baš sve što može biti potencijalni čimbenik. Dok potrebu pogoni pitanje povoda, fokus pitanja svrhe je uprt na cilj. Iz polazne definicije obrade, ukazano je na postojanje uzroka (potrebe) i ciljem (svrhe), koji proizlazi iz potrebitosti. Pretpostavka je da je svrha obrade upravo uzrokovana težnja za drugačijim komuniciranjem poruke

fotografske slike. Tako postprodukcijску obradu možemo graditi s ciljem prilagodbe komunikacije fotografske slike, proizašlom iz same potrebitosti komuniciranja.

Samim pogledom na društvene mreže dominantnog slikovnog sadržaja poput Instagrama ili Pinteresta uočavamo masovnu prisutnost fikcije i prestiža koji mogu biti posljedica konzumerističkog društva, a u samoj srži - ljudske požude. Pretpostavka je da bi potreba mogla biti manifestacija bilo kakvih nesigurnosti, u svrhu nadoknade, poput studenata koji detaljno "poliraju" (naknadno obrađuju) suhoparan tekst svog pisanog rada kako bi postao čitkiji. Druga ideja, osim pukog isticanja, jest da je obrada način to jest alat umjetničkog izražavanja, pa se baš kao personaliziranim odabirom boja u slikarstvu, svatko može drugačije izraziti. Treća ukazuje na uzročno-posljedičnu vezu u kojoj uzrok predstavlja sama prisutnost masovne obrade, nadalje stvaranjem navika - prakticiranjem obrade zbog repeticije, učestalog, naučenog te povodljivosti kao posljedicu, bez racionalnog dodavanja značaja.

Sasvim je jasno da bilo kakva potreba može rezultirati kreiranjem svrhe te su oba pojma u djelomičnoj korelaciji. Bez potrebe, svrha ne može postojati, a niti potreba ne može postojati samostalno. Ondje gdje nema dodavanja većeg značaja, poput situacije s automatiziranim djelovanjem, akt postaje akter; potreba postaje svrha te opravdanje samoj sebi.

### **3.3. Narativ**

Ukoliko je primarni narativ komunikacija izvorno zabilježenog sadržaja fotografije, tada bi obrada mogla rezultirati alteracijom istog. Samo osvrtnom oko sebe, možemo zaključiti da smo u većini okruženi modificiranim slikama što znači, u konačnici, izmijenjenog izvornog sadržaja te, potencijalno, narativa. D. Čerepinko pojam u svojoj knjizi definira kao "način na koji je komunikacija ispričana". Ukoliko sadržaj prilagodimo ciljnoj publici, komunikacija će biti jasnija i uspješnija. [9] Primjerice, ako na fotografskoj izložbi narativom serije dominira kompozicija kao tematika, sadržaj fotografija će, prije ostalih, bolje razumjeti oni kojima su poznata pravila kompozicije, poput pravila trećina ili zlatnog reza - većinom umjetnici.

Razine utjecaja obrade na narativ:

1. alteracijom sadržaja u kojoj njegovo značenje biva zadržano, uz zadržan narativ (način na koji je interpretiran)
2. alteracijom sadržaja u kojoj njegovo značenje biva zadržano, uz promijenjen narativ (način na koji je interpretiran)
3. alteracijom sadržaja u kojoj njegovo značenje biva izmijenjeno, iskrivljeno, s promjenom narativa kao posljedicom

### **3.4. Dobro ili loše**

Kada bismo obradu krenuli striktno generalizirati kao pozitivan ili negativan proces, bio bi to prikaz “siromašnih” konstrukata kojima očito nedostaje informiranost. U suštini bismo svaki pojam mogli opredijeliti kao dobrog ili lošeg, no to bi značilo potpuno recipročno isključivanje. Spretnije bi bilo odmah u obzir uzeti mogućnost i pozitivnih i negativnih aspekata te ih pobliže obrazložiti.

Prema prije spomenutoj teoriji, formiranje poruke je izrazito važno: sposobnošću razumijevanja različitih gledišta publika ističemo kvalitetu to jest kompleksnost naših konstrukata, a ta je sposobnost ključ u prilagodbi komunikacije neke poruke. Prema tome, kao fotografi, kroz proces postproduksijske obrade imamo široku mogućnost prilagodbe sadržaja slike publici, ovisno o “svjesnosti širine”.

Pomisao o postproduksijskoj alteraciji sadržaja fotografske slike često izaziva negativne konotacije; posebice s pogledom na perfekcionističku obradu modela u modnoj industriji. No, kada bolje razmotrimo; “pomlađivanje” obradom može biti koristan alat u usmjeravanju narativa mlađoj publici čak u samoj svrsi ciljanja demografije, ali i u kreiranju novog sadržaja - naraciji subliminalnih poruka. U suštini, obrada ne mora biti nužno negativan proces. Kada fotografiramo u “raw” formatu, svakako smo primorani odraditi proces postprodukcije, pa čak i kad se radi o obiteljskim fotografijama i željom realne interpretacije sadržaja primjenom neke od imitacije profila korištenog fotoaparata. I ta situacija, nakon podlijevanja obradi, sadrži svoj narativ - prilagođen publici - obitelji.

Kada se dotičemo moralnog djelovanja, valja se osvrnuti na filozofiju Immanuela Kanta. U svojem djelu spominje dvije teorije koje su međusobno u kontrastu: hipotetički i kategorički imperativ. U ovom kontekstu, imperativ opisuje kao svaku propoziciju koja deklarira određeni razlog nužnim za djelovanje, u svrhu tog ishoda. [10]

Hipotetički opisuje s početkom djelovanja (*ostvarenja cilja*) *iz nekog razloga to jest spoznaje i djelovanja s razlogom to jest sve dok je potrebno za ostvarenje cilja* - želja kao prosti inicijator djelovanja. To znači da razlog biva opravdan kondicionalnim uvjetovanjem. [10] U logici, ovakav bi slijed mogao biti reprezentiran kroz logičku implikaciju, "ako ovo... onda ono..." gdje je  $P \rightarrow Q$ . No, ovdje dolazimo do problema jer za implikaciju vrijedi da je sud neistinit ako i samo ako je  $P$  istina, a  $Q$  neistina. Ovdje bi vrijedilo da i laž i istina povlače istinu, što razjašnjava upitnost moralnog djelovanja prema hipotetičkom imperativu. Iako teorija objašnjava stavih onih koji proturiječe manipulaciji te isprva djeluje kao nepogodna za primjenu u obradi fotografske slike, ipak je pristup mnogih.

Kontrastno, kategorički imperativ se osvrće na način evaluiranja motiva za djelovanje. Opisuje ga kao u potpunosti bezuvjetno potrebno djelovanje koje na kraju mora biti opravdano upravo kroz to djelovanje. U tekstu spominje maksimu kao polazište moralnog djelovanja. [10] Čak je i Kant bio stava da je ovakav imperativ bolji za opće djelovanje jer uključuje djelovanje s moralnim načelima, iako tek apriori. Jasno je da bi primjena kategoričkog imala veliku prednost nad hipotetičkim jer svakim djelovanjem možemo utjecati na svijet u kojem živimo (kao što to objašnjava fenomen leptirovog učinka), pa čak i načinom obrade fotografskih slika.

Postojanje etičkih kodeksa je očita potreba društava da kreiraju, usmjere ili zadrže to jest potvrde neka moralna, nepisana načela. Fotoreporterstvo je idealan primjer gdje bilo kakva manipulacija slikom može utjecati na stvaranje slike objektivne realnosti. Ovo potvrđuje i samo postojanje etičkog kodeksa NPPA, u kojem se nalazi deset izričitih pravila, poput kakvih božjih zapovijedi. Od toga se dva tiču moralnog postupanja u vezi manipulacije percepcijom. Iako se ne spominje nužno postprodukcijaska problematika, već u prvom pravilu stoji potrebitost jasne i točne reprezentacije subjekata. Šesto se pravilo tiče upravo postprodukcijske obrade. [11]

U njemu stoji zabrana postprodukcijske manipulacije ako kao takva može navesti na krivu interpretaciju.

- *“Be accurate and comprehensive in the representation of subjects.”*
- *“Editing should maintain the integrity of the photographic images' content and context. Do not manipulate images or add or alter sound in any way that can mislead viewers or misrepresent subjects.”*

### **3.5. Interes za daljnjim djelovanjem**

Dijete otkriva osnovno grafičko djelovanje kada njegov interes prijeđe iz pokreta ruke u tragove koje ti pokreti ostavljaju na papiru to jest nekoj podlozi. Sažetije; kada dječja ruka drži olovku, a olovka dotiče papir. Zabilješke na papiru dijete shvaća kao slučajne tragove te motorne aktivnosti, koje ih, baš kao u teoriji klasičnog uvjetovanja, daje sama aktivnost - indeksikalnim djelovanjem. Osvještavanje procesa stvaranja slike kreće od onog što je prvobitno bilo slučajno prema onom što poprima formu namjernog djelovanja. Tek se to namjerno djelovanje može smatrati, primjerice, crtežom. [12]

Primjenom ovog logičkog slijeda na stvaranje fotografije, možemo zaključiti da je to osvještavanje svako sljedeće odmicanje od puke indeksikalnosti prethodno osvještenog, s početkom u svjesnosti zabilješke fotografske slike. Kada bismo fotoaparat kao alat usporedili s olovkom, krenuli bismo iz nesvjesnih nizati svjesne zabilješke (fotografske slike), a tako i amaterizam doveli do profesionalizma te slučajnu indeksikalnost do umjetničkih djela. Kroz interes i istraživanje procesa stvaranja fotografske slike, pojedinci će doći do otkrivanja pristupa obradi to jest otkrivanja novih načina produkcije konačne fotografske slike. Tehnike crtanja olovkom tako možemo izjednačiti s pristupima obradi (sva četiri) te dalje s tehnikama produkcije konačne fotografske slike.

### 3.6. Petlja analognog i digitalnog

Već 2001. godine, u knjizi P. Rosena, spomenut je pojam digitalne mimikrije pod kojim opisuje imitaciju analognih tehnologija digitalnom. Tvrdi da se svako argumentiranje digitalne slike kao potpunog noviteta mora suočiti s problematikom (ne)razdvojitosti od njene prošlosti to jest povezanošću s prošlim reprezentacijama. [13] To bi značilo da će digitalna fotografija uvijek imati poveznicu s pretećom, analognom. Iako je digitalna postprodukcija omogućila naknadnu alteraciju već zabilježenog, još uvijek je potrebno "trenirati" um fotografa za zabilježavanje dobrog trenutka; još uvijek se sve može svesti na osnovne principe. Prema Rosenu, svaki argument koji zagovara novinu digitalizacije, mora se suočiti s preklapanjem zajedničkih principa preteće. Interesantna je i tvrdnja G. Legradya; da je digitalna fotografija simulacija fotografske reprezentacije. [14] Dakle, prema njemu, digitalnom fotografijom ne može nastati original već isključivo simulacija analognog, pa bi tako i prvobitno zabilježena datoteka na memoriji fotoaparata bila simulacija. Dok to može biti istina jer je digitalna tehnika nastala nakon analogne te pruža mogućnost opsežne naknadne obrade, tvrdnja logično može vrijediti samo u odnosu na pokušaj simulacije specifičnog izgleda neke od tehnika. Ukoliko se u potpunosti složimo da u digitalnom ne postoji original, tada isto može vrijediti za analognu tehniku SLR fotoaparata jer je i ona nastala iz/nakon prethodnih tehnika. To bi značilo da je već i dagerotipija simulacija heliografije kao prve tehnike trajnog zabilježavanja fotografske slike. Zaključcima poput "A = B = C = ..." lako možemo odlutati, a tako bi se, kao kakva maksima, mogla shvatiti i Legradyeva tvrdnja.

Bill Nichols opisuje "realnost" povijesti kao sagledanje iste "pod opsadom". Pri tome smatra da je svaki povijesni događaj važno razmatrati iz svakog narativa koji prikazuje događaje s obzirom na njihov odnos prema istinitosti i postojećem znanju o njima. Mieke Bal na primjeru barokne umjetnosti opisuje osvrt na prošlu umjetnost to jest njenu ponovnu interpretaciju. Smatra da ona nije niti produkt istinite prošlosti, niti prikaz sadašnjosti, već prikaz mogućeg "suočavanja" današnjice s prošlošću. Taj proces naziva "preposterous history", u prijevodu; apsurdna povijest, jer se ono što je već bilo (kronološki dogodilo prije) sagledava kao posljedica. Drugim riječima, radi se o stvaranju povijesti u kojoj se ističu ključne stvari; u smislu vizije - kako ponovno



vizionirati tu povijest. [15] Prema tome, fotografska bi slika zaista mogla nositi vrijednosti pretećih tehnika kao čimbenike za tvorbu integriteta, no to znači da bi vrijednosti uvijek mogle biti iznova - redefinirane. Gledajući na “stil obrade” analogne fotografije kao umjetnosti nekog povijesnog razdoblja, zaista možemo opravdati recikliranje popularnih značajki kroz digitalno, poput zrnatosti ili specifičnih tonova. Slično usmjereno stajalište imaju i J.D.Bolter i R. Grusin kroz svoju knjigu, u kojoj govore da digitalna tehnologija ponovno izmišlja postojeće medije. [16]

E. Caoduro u svom članku još iz 2014. govori o Instagram filterima. Njihova se estetika može sastojati od izabrane kombinacije čimbenika, poput tekstura, tonova, elemenata prašine... Razne mogućnosti spominje u kontekstu reprodukcije analognog kao popularnih dodataka “lošoj” produkciji (“lo-fi”). Upotreba tih filtera se može shvatiti s više stajališta, no interesantan je pogled kroz pojam nostalgije koji je, očito, povezan s njihovom estetikom. Caoduro nostalgiju opisuje kao “pozitivnim preferiranjem prošlosti uz negativne osjećaje prema sadašnjosti i budućnosti”. U ovom je slučaju nostalgija čimbenik kreativnog stvaranja današnjice. Tako primjena određenih postavki postprodukcijske obrade (primjerice imitacije analognog) ima značaj zbog izražavanja fizikalnosti; imitacije fizičkog oblika fotografske slike. Obilježja prošlosti mogu asociirati emocijama, pa tako rekreiranje onih fizičkih (vizualnih) ide u prilog poveznici s nostalgijom. Primjena Instagram filtera automatski postaje vrijednosnica isticanja/obilježavanja nečega kao prošlosti. [17] Gil Bartholeyns govori da je nostalgija na društvenim mrežama produkt samih korisnika - identifikacijom slika kroz tekstualno; naslove, opise, oznake, komentare... Njih opisuje kao produžetak tradicionalne fotografske slike jer detaljnije označavaju ono što bi te slike trebale predstavljati. [18]

Trend primjene “gotove” obrade možemo sagledati kao puko olakšanje procesa proizvodnje sadržaja korisnicima, ali i kao posljedicu marketinga. Popularnost “Instagram analogije” je također produkt primjene marketinške strategije “repro nova”; kombinacije “stare” estetike s novim tehnologijama. [17] Dobar primjer ove strategije je i recikliranje starih, popularnih modela automobila, kroz modernizaciju istih i proizvodnju nanovo. Svakako je glavno obilježje valuacija “starog”, gdje se, na masovnoj razini, takva može krajnje interpretirati kao potrebita; uobičajena.

### 3.7. Alat umjetničkog izražavanja

J. V. Dijck u svom članku striktno negira manipulaciju kao ključ koji razaznaje digitalnu od analogne fotografije. Biva zagovaratelj tvrdnje da je manipulacija fotografskom slikom s njom oduvijek bila povezana, nerazdvojiva od procesa stvaranja konačne slike. To znači da manipulacija kreće već od zabilježavanja prve fotografske slike, a dobu digitalne manipulacije pridodaje značaj kroz širenje mogućnosti iste. [19]

Prethodno se spomenuta tvrdnja G. Legradya može razmotriti i u drugačijem kontekstu. Ukoliko sagledamo digitalnu fotografiju i popratne tehnološke novitete (u globalu - postprodukciju) kao cjelinu - iz tvrdnje da je njeno prakticiranje kao cjeline pokušaj simulacije iskonske fotografije, rezultat možemo gledati kao spoj dva ključna procesa. To su spoj fotografske slike u suštini i postproduksijske obrade. Prema tom bi raslojavanju postprodukcija mogla biti smatrana kao interpretacija raznog; alteriranja poruke proste slike, vapaj za boljim opažanjem publike ili slično. Sve interpretacije bi se mogle svesti u jedno, a to je - umjetničko izražavanje. Tako je evolucija tehnologije kreirala naposve još samo jedan alat za alteraciju, ali i proces kojim fotograf može preusmjeriti ili preoblikovati središnju misao slike. Ovdje bi se vrlo lako mogla primijeniti i Rosenova misao o indeksikaliji značenja. Nekad se pod pojmom "fotografiranje", u grubo, podrazumijevao proces trajnog vizualnog zabilježavanja trenutka fotoaparatom. Danas se i dalje podrazumijeva isto, gdje se zadržava indeksikalija, ali uz još jedan dodatan proces; proces digitalne postproduksijske obrade.

## 4. Umijeće stvaranja umjetnosti

Uvođenjem rada s pokretnom trakom, principa kasnije nazvanim “fordizam”, Henry Ford je postao značajan čimbenik za masovnu proizvodnju te podjelu rada. To je povećalo efektivnost i brzinu proizvodnje, ali i rezultiralo otuđenjem identiteta individua. Karl Marx takvo društvo opisuje kao rezultatom privatnog vlasništva - kapitalizma. U svojim radovima ističe pojmove “alijenacija” to jest otuđenje te depersonalizacija. Smatra da je ljudska persona oduzeta u klasnom društvu, a upravo takvo društvo nastaje pojavom masovne proizvodnje te konzumerizma. Emil Durkheim u svojoj teoriji organske solidarnosti povezuje pojednostavljenje poslova kao jedan od uzroka, s jačanjem međusobne ovisnosti društva kao posljedicom. Detaljna specijalizacija je karakteristika modernih društava, gdje život pojedinaca više ne ovisi o vlastitom, većinskom radnom uključenju u proizvodnju nužnog za opstanak, poput proizvodnje vlastite hrane. [20]

S obzirom na osnovne sektore djelatnosti, fotografija kao profesija spada u tercijarni; uslužni. Prema Danielu Bellu, slijedi nastanak postindustrijskog društva u kojem se, prema njegovim obilježjima, nalazimo i danas. Kao jednu od glavnih značajki, Bell spominje prelazak iz poslova u industrijskoj proizvodnji, u poslove uslužnog tipa. [20] Uzimajući u obzir sve do sad navedeno, možemo zaključiti kako je i sam razvoj društvene podjele utjecao na razvitak fotografije.

### 4.1. Gubitak i stvaranje značaja - trofeja “kroz tražilo”

Ovisno o razdoblju prošlosti od “početka fotografije”, prilagodbama tržišta, pa i životnim prilikama pojedinaca te raznim ostalim faktorima, definiranje početka masovne popularizacije fotoaparata, pa tako i cjelokupne fotografije, može biti veoma izazovno. Unatoč tome, možemo istaknuti značajku koja je kasnije utjecala na mnoge, danas čuvene mislioce. Pojava digitalne fotografije je brzo pokorila svijet, općenitom dostupnošću širem spektru ljudi.

Sontag masovno prakticanje fotografije uspoređuje sa zabavnim aktivnostima, poput plesa. Time zaključuje da se fotografija većinom ne prakticira kao umjetnost. Upravo se ovdje radi o gubitku značaja kao umjetničkog te stvaranja trivijalnog. U tekstu nastavlja opisivanje misli da “fotoaparati idu uz obiteljski život”; u smislu da ga ujedno prateći - i stvaraju. Izostavka bi fotografiranja nekih ključnih životnih događaja mogla biti shvaćena neprihvatljivom. Roditelji bez fotoaparata u ruci za vrijeme djetetovog puhanja svjećica na rođendanskoj torti mogu ispasti, primjerice, manje brižni, jer, svi “znamo” da se takvi trenuci fotografiraju. Upravo je to “znanje” ono naučeno, iz navike, gdje značaj kreira sam sebe. Takve su fotografije nusprodukt prostih rituala, bez težnje za umjetničkim značajem, gdje značaj počiva na osnovi da je postojeći sve dok se fotografije smatraju vrijednima. Kao potkrijepu navodi istraživanje koje zaključuje da je vjerojatnost o posjedovanju fotoaparata u kućanstvima dvostruko veća za ona s djecom. [21]

Nisu nužno obiteljski principi koje Sontag ističe krivci degradacije umjetničkog značaja. Riječ je o spoju unutarnjih i vanjskih procesa s uzročno-posljedičnim vezama. Gradaciju stvaranja novog značaja daje i na primjeru turističkih fotografija. One, kroz trajno zabilježavanje trenutaka, mijenjaju značaj i svrhu turizma. Naposljetku, dolazimo do turista koji su to samo zato što žele zabilježiti neki trenutak. Želja za realnim iskúšenjem; turizmom kao novog iskústva, mijenja se u želju za iskúšenjem fotografiranja kao novog iskústva, gdje je “biti turist” samo posljedica. Pravač kojim Sontag povezuje fotoaparate i obiteljski život, danas možemo povući već između svakodnevice i fotaparata. Fotografije postaju trofeji svakodnevice. [21]

Katharina Niemeyer u svom djelu opisuje marketinške strategije kao manifestatore ljudskog odnosa ili pogleda prema fotografiji. Tvrdi da je fotografija oduvijek bila smatrana melankoličnim medijom, u svrsi očuvanja onog što je u procesu nestajanja. [22] Sontag ističe da je oduvijek postojao natjecateljski utjecaj na fotografiju; utjecaj realnosti kao neke egzotične te potrebne za zabilješkom, kao takvom, a sve to opisuje kao spoj nadrealističnog pogleda te srednjoklasnog avanturizma. [21] U suštini, Sontag priča o lovu malenog čovjeka na izmišljeno veliko. Već u prijašnjem tekstu u korelaciju stavlja Alfreda Stieglitza s pojmom melankolije. [21] Još na samom početku dvadesetog stoljeća, Stieglitz je bio vođa pokreta “*photo-secession*”. [23] U svrhu pokreta, zabilježavao je fotografije kroz koje je Sontag iščitala

postojanje te “fotografske melankolije”, a njegovu namjeru Paul Rosenfeld opisao kao “vječnu afirmaciju”, što se odnosi na paradoksalnu potrebu za neprestanim prikazivanjem suhoparne realnosti veličanstvenom. [21] Stieglitz je kroz taj prokret načeo pojam fotografske manipulacije, kroz ideju subjektivnih prikaza.

## 4.2. Simulakrum i simulacija

Uzevši u obzir stilove obrade koji imitiraju nekadašnje, primjerice, sadržavajući elemente izgleda analognih fotografija, jasno je da se, između ostalog, radi i o nostalgiji. Riječ je o fenomenu simulacije koju Jean Baudrillard opisuje kao hiperrrealističnu; kao ono što jest izvorno, realno, stvarno, ali bez očitog izvornog, realnog, stvarnog porijekla. [24] To bi značilo da slika, s bilo kakvom postprodukcijском obradom, postaje hiperrealistična te sama po sebi stvarna, ali nestvarna u odnosu na objektivnu stvarnost. Svaka promjena izvorne realne slike iz nje čini stvarno-nestvarnu, to jest hiperrealističnu, u bilo kojem pogledu načina obrade. Ovo je potvrda da je za fotografsku sliku u konačnici možebitno potreban proces postprodukcijske obrade, ovisno o pojmljenju procesa stvaranja fotografske slike.

Baudrillard opisuje promjenu slikovnog značaja iz realnog u potpuno nerealno kroz četiri faze. U prvoj, slika biva refleksija duboke stvarnosti, kao vjerna kopija stvarnog. Ovakvu smatra “dobrom”, vjerno reprezentativnom. Slijedi faza “zlog” prikaza; loše, maskirane reprezentacije. Očituje se sumnja u vjernost, ali je jasno da takva reprezentacija nagovješta postojanje neke prije vjerne. Treća faza govori o pokušaju bivanja reprezentacije, gdje je smisljena realnost nepostojana. Četvrta opovrgava bilo kakvu poveznicu s bilo kakvom realnosti. Slika je sažeta kao skup simulacija značenja, kao njihov redosljed. Na taj je način sama svoj simulakrum - bez ikakve reference na realnost. [24]

*Četiri faze promjene značaja:*

- *“it is the reflection of a profound reality”*
- *“it masks and denatures a profound reality”*
- *“it masks the absence of a profound reality”*
- *“it has no relation to any reality whatsoever; it is its own pure simulacrum”*

Očito je da svaka na bilo koji način alterirana fotografska slika pripada minimalno drugoj fazi promjene značaja po Baudrillardu. Napokon imamo definiranu kategorizaciju razina realnog to jest nerealnog sa, doduše subjektivnim filozofskim, ali ipak na neki način mjerljivim parametrima. Upravo zbog tog subjektivnog, sud je u oku promatrača. Ovaj nam pogled omogućava primjenjenu "šetnju" slika kroz filozofiju, ali otvara i novo područje promatranja. Današnju digitalnu postproduksijsku obradu, konkretno; forme predefiniраниh postavki, samu za sebe možemo lako tumačiti kao krajnje simulakrume jer su te postavke često manje legitiman proizvod nečije mašte. Takvi bi fotografskoj slici u potpunosti oduzimali značaj i nadmetali svoj novi. Ukratko, sama obrada bi činila značaj, bez sumnje na postojanje nekog drugog kroz sliku, jer slika niti ne bi drugačije bila reprezentirana - bez ikakve reference na originalno, prije obrade. No, svakako možemo uočiti i one tuđim rukama predefiniране postavke koje se učestalo referiraju na neku realnu estetiku. Stoga, češće od potpunog simulakruma možemo primjećivati slike svrstane u treću, ali tako i drugu fazu značaja. Na kraju, ostaje važno pitanje, upravo zbog ustupka izuzimanja "postprodukcije" kao zasebnog stvaralačkog procesa. Kako poslije naknadne promjene značaja znati radi li se o prikazu s nekakvom (ikakvom) referencom na realnost ili je riječ o potpunom simulakrumu? Ne samo da potpuni značaj može izmijeniti post-alteracija na "samom kraju", već i onaj subjektivni "klik" na "samom početku".

### **4.3. Obrada kao umjetnost - kreacija dominacije i dominacija kreacije**

Kada bismo tu višeslojnu fotografiju razgradili do temelja (gdje su svi slojevi podjednako važni), kao što Baudrillard to čini s bogom, došli bismo do zaključka da je i ona kao cjelokupan proces - simulakrum. [24] Postojala bi u svrhu samoj sebi te bi sama sebi, svojom egzistencijom, tvorila značaj. Ovo je radikalni pogled koji je primjenjiv samo u slučaju novotvorenog značaja, a donekle postaje neprimjenjiv u slučaju značaja druge ili treće Baudrillardove faze. "Donekle" upire pozornost na ovisnost o afirmaciji prijašnje pretpostavke fotografije "s postprodukcijom" kao potpunog simulakruma.

Prema Baudrillardu, živimo u svijetu koji je sličan originalu. U slučaju vjerne simulacije ili one alterirane prema kategoriji druge i treće faze značaja, svaki takav značaj biva poduprijet još jače nego originalan. Neovisno o tome što je "starom", originalnom pripisana "smrt", novi se kao još jači, još više autentični, grade baš na tom uporištu. Baudrillard ih morbidno uspoređuje s licima iz pogrebnih poduzeća. [41] [24] Tako obrada može pružati smrt izvornom značaju fotografske slike, stvarajući novi. Još jednom, postupno kroz faze dolazimo do simulakruma.

U svakodnevnom dijalogu, proces stvaranja fotografije gotovo unaprijed podrazumijeva digitalnu postproduksijsku obradu, kao da je nužna za relevantan ishod. Prema podacima Google Trendova, pretraživanje pojmova "instagram filters" [25], "snapchat filters" [26], "lightroom presets" [27] daje jasan uvid u popularnost digitalne postprodukcije. Interesantno je da pojam "snapchat filters" gubi na popularnosti, što bi moglo biti pokazatelj prolaznosti pretraživanog, kao - trendova. Upotrebu filtera svakako možemo povezati s amaterizmom - u svrhu poboljšanja ili maskiranja istog. To su, drugačijim riječima, rekli i sami osnivači Instagrama u intervjuu za Telegraph; s ciljem da i prosječnim korisnicima pruže kreativno iskustvo. [28] Baš poput ideologije Kodakovog slogana iz 1888. [21], masovno su nametnuli subliminalnu poruku o kompenzaciji manjka fotografskog iskustva uz njihove filtere. Tako su napravili velik korak u procesu proizvodnje fotografskog sadržaja, nametnuvši postprodukciju kao značajnu.

Uzmemo li u obzir namjeru za pružanjem kreativnog iskustva, očito je da su, možda i nesvjesno, postproduksijsku obradu istaknuli kao proces zasebnog, kreativnog (nadalje umjetničkog) značaja, pritom ga indirektno definirajući baš kao - zasebnu umjetnost. Prema tome; kako u slikarstvu slikar biva imitator uz, prema Aristotelu, naglasak na kreaciju, tako imitira i fotograf. Nastavimo li istim principom, već zabilježena fotografija može zamijeniti ulogu realnog viđenja slikara, dok postproduksijska obrada zauzima ulogu kreacije kroz personalizirano. Time oni koji čak samo postproduksijski obrađuju, postaju umjetnici; slikari vizija. Dosadašnje navodi na ideju o izjednačavanju značaja te obrade s ostalim procesima stvaranja fotografske slike. U ekstremu, obrada bi poprimila većinski značaj te zasjenila ostalo, pa i dotadašnji sadržaj slike; kreacijom dominacije.

Tumačenju pojmova “filtera” i “presetova” možemo pridonijeti kroz proučavanje napretka tehnologije, kao faktore pojednostavljanja nekih (fotografskih) procesa. Ovime se referiramo na društvenu podjelu rada, točnije Babbageovo načelo. Ono opisuje veću efikasnost proizvodnje kada bi se određeni proces podijelio na više osoba, također i u svrhu prestanka “traćenja” vremena vještih radnika koji inače vrijeme moraju utrošiti u procese proizvodnje koji su, zahtjevnošću, daleko ispod razine njihovih vještina. [29] Prakticiramo li ovdje spomenutu podjelu rada, predefinirane filtere/presetove možemo gledati kao gotov alat, učestalo (možda i masovno) dostupan, u korist veće efikasnosti fotografskih procesa. No, je li zaista uvijek riječ o pridonnošenju efikasnosti na taj način? Kvantitativno - možda, no kvalitativno - vrlo upitno. Ovdje dolazimo do problematike upravo kvantitativnog, kao repetativnog, uz smanjenje vrijednosti. Kada govorimo o umijeću, stvaramo pozitivne konotacije. Ono bi moglo biti rezultat vrsnosti ili uvježbanog, no dobra praksa ne mora biti nužno dobra značenja. Prema definiciji pojma, umijeće je opisano kao sposobnost primjene znanja stečenog repetacijom. [30] No, definicija u daljnjem razvitku navodi na pojavu automatizma, to jest navike. Tako repeticija koncepta umjetnosti kao kreativne ideje ne mora biti nužno lošeg značenja, no sagledajući objektivnije, repeticija kreativnosti znači njen prestanak. Iz toga proizlazi glavni naslov ovog poglavlja, gdje umjetnost može bitno prestaje prisutnošću umijeća, s naglaskom na repetaciju iste.

Unatoč učestaloj rutini upotrebe gotovih filtera/presetova, dolazimo do njihovih mogućih limitacija i apsurdnosti. Krenuvši od kohezije pojmova “predefinirano” i “limitirano” u kontekstu kreativnosti, možemo doći upravo do “apsurdnog”. Ono predefinirano s izražajnijim limitacijama modifikacija, u masovnoj, repetativnoj upotrebi, gubi onu prvobitnu ideologiju o pružanju kreativnog iskustva jer ono prestaje biti kreativno. Tu bi notu ipak zadržalo kad bi prilikom svake primjene predefiniranog bila nadodana neka modifikacija u svrhu personalizacije. Koliko god spektar filtera/presetova može potaknuti kreativnost, paradoksalno ju i obezvrjeđuje. Iracionalnom upotrebom dominantnog dolazimo do dominacije kreacijom, gdje se postproduksijska obrada, moguće toksično, zavlači u pojmljenje ostalih fotografskih procesa te same, cjelokupne fotografije.



#### 4.4. Akt postaje akter

Glumac sam po sebi ne može biti kazališna predstava ukoliko u to nismo upućeni, no upućivani smo od "samog početka", već od Kodakovog slogana koji fotografe svrstava u publiku, a Kodak (metaforično apsurdan - nitko) će za njih odigrati predstavu. Dok fotografija biva predstava, a fotografi publika, pitanje je "Tko ju igra?". Kako bez danog konteksta glumac nije predstava, tako ni pojedina fotografija nije izložba, a obrada nije fotografska slika. Zaokretom percepcije, uz pridodan kontekst, može se promijeniti i stav o utjecaju dijelova na konačnu cjelinu. Iako je tada glumac i dalje - glumac, ipak može biti shvaćen kao predstava. Iako je obrada i dalje čimbenik fotografske slike, ne postoji ono što bi osporavalo njenu moguću dominaciju kroz "višu domenu". Kada s pogledom na fotografsku sliku kao spoj njenih čimbenika (pa i obrade) svrstamo postprodukcijску obradu zasebice pod pojam umjetnosti i kao umjetnost, poistovjetili smo ju sa svim ostalima u domeni tog pojma. Prema tome, ukoliko fotografija definira samu sebe, obrada sa sobom čini isto. Ukoliko fotografija definira samu sebe, to znači da se definira kroz svaki aspekt njenog poimanja, pa i kroz obradu. Ukoliko obrada definira samu sebe, to znači da se definira kroz svaki aspekt njenog poimanja, pa i kroz fotografiju.

Susan Sontag govori o korelaciji fotografije i turizma kao nečemu prirodnom to jest neprirodnom u suprotnoj pomisli. Fotografije služe kao dokaz o "izvršenju" nečega; u ovom slučaju putovanja, iskustva, zabave ili sličnog. [21] Isti princip možemo primijeniti i u tekućoj sadašnjosti. Kako Sontag paralelno jednači razvoj fotografije i turizma, njihovom korelacijom upućuje na turizam kao ključan faktor u procesu masovne popularizacije fotografije. Fotografije kao turistički suveniri definiraju ono što jest ili što je bilo realno, pa tako i konstrukt o samoj fotografiji, sa svim svojim karakteristikama.

*"The apparatus is thus always inscribed in a play of power; it is always linked to certain coordinates of knowledge which issue from it, but to an equal degree, condition it." - Michel Foucault [31]*

Kroz dijalog o apparatusu, Michel Foucault pobliže opisuje pojam kao sustav odnosa koji mogu biti uspostavljeni između heterogenih elemenata spoznatog svijeta; mogući odnosi svega onog izrečenog, ali i neizrečenog; definiranog, ali i nedefiniranog. Uz to, dolazimo do glavne misli u kojoj je apparatus “ono što definira”, a kroz svoju spoznaju istovremeno biva “onaj kojeg se definira”. [31] Apparatus fotografije tako ukazuje da ona definira sve svoje elemente, a istovremeno njima biva omeđena i definirana. Nadalje, obrada kao jedan od tih elemenata, kroz svoj apparatus definira samu sebe. Ovdje se može uočiti poveznica s odnosom fotografije i turizma. Kao što turizam dopušta biti određen elementom fotografije kao i jednim od njegovih čimbenika, obrada se ponaša isto. Kao što se fotografija ukorijenila u proces svakodnevice i time se definirala - svakodnevnom, obrada radi isto, spretno se petljajući u fotografske procese, stvarajući svoj legitimitet. Očito je da su subjektivna i objektivna percepcija usko povezani i isprepleteni, baš kako bi ih tumačio apparatus. Ovo je put do razumijevanja kako jedna fotografska slika može biti mjerilo svih ostalih, a nekad opcionalna postproduksijska obrada poimanje fotografije.

*“These arcades, a new contrivance of industrial luxury, are glass-covered, marble-floored passages through entire blocks of houses, whose proprietors have joined forces in the venture. On both sides of these passages, which obtain their light from above, there are arrayed the most elegant shops, so that such an arcade is a city, indeed a world, in miniatur.” - Walter Benjamin [32]*

Ulaskom u grad Pariz, Walter Benjamin doživljava produžetak onog što je Alfred Stieglitz započeo fotosecesijom. Oko sebe vidi zabavu, točnije, zabavne parkove. [32] Oni nisu onog doslovnog značenja (prvog reda) u sustavu prema kojima ih Roland Barthes definira. [9] Grad Pariz više nije samo funkcionalna zajednica to jest onog denotativnog značenja, već nešto više; onog konotativnog. Pariz je tako grad zabave ljudskog uma, kroz djela industrijskog napretka, poput modernih građevina koje ljudi doživljavaju kao zabavni sadržaj. Baš poput trofeja Susan Sontag, Benjaminovi su zabavni parkovi trofeji ljudskog napretka.

Kroz priču o zabavnim parkovima, Benjamin ukazuje na to kako su oni kao sažete minijature cijelog grada Pariza upravo predstavnici nečeg šireg, u ovom slučaju - cijelog Pariza. Za cjelovit doživljaj više nije potrebno prošetati cijelim gradom, već u

tu svrhu doživjeti samo njegovu minijaturu. Tako pojedini elementi grada zapravo definiraju cijeli grad te prema tome, grad definira sam sebe. U tom slučaju, samo jedno (u grubo sažeto) djelo postaje ono što definira cjelinu, poprima ulogu definitora. Minijatura (akt) postaje predstavitelj cijelog (ne)proživljavanja grada (aktera), prema čemu - akt postaje akter.

Barthes nas upoznaje s pojmom "mit" koji je preduvjet za prijelaz iz znaka prvog u znak drugog reda, a pošiljatelj i primatelj informacija moraju simbol i kontekst u kojem se nalazi shvatiti jednako. Čerepinko navodi i Barthesova četiri načina kroz koje se mit može prepoznati. [9] Krenuvši od prvog prema četvrtom, svako se poimanje može primijeniti na primjeru fotografske slike kao medija, a i sam Barthes u četvrtom navodi da je dekompozicija na denotativni i konotativni opis primijenjiva na svim oblicima medijskog teksta. Kroz ostale načine, tvrdi da je mit društveno tj. kolektivno definiran opis, inverzija kojoj je cilj svesti kulturno u prirodno, nekontinuiranog narativa, postojan samo u diskursu, koji počiva na skupu stereotipa. [33]

Za figurativno sagledanje obrade kao minijature fotografske slike, nužan je kontekst simulacije u kojem je to simulirano poimanje fotografske slike kao cjeline (kao što Benjamin poima grad Pariz) - vjerna reprezentacija te time kao minijatura. Nepercipirajući ostale simbole zbog dominacije obrade, ona kao minijatura poimanja cjelovite fotografije raste u simulakrum. Obrada, koliko god bila neopipljiva i apstraktna, u interpretaciji kao sam svoj simulakrum (akt kao akter) uistinu može tvoriti nešto zasebno, novo. Baš poput mita o nekoj fotografskoj slici, obrada je i zaseban mit. Čerepinko navodi da se mitom objašnjava ono neobjašnjivo, neodređeno; priča zajednička članovima neke zajednice ili kulture. Tako naturalizacijom, mit o obradi stvara utjecaj na cjelokupno poimanje fotografije, pa i naravno, pojedine fotografske slike, gdje ponovno akt kao čimbenik cjeline postaje akter u smislu oblikovatelja te cjeline. Upravo je zato pojam obrade zaseban mit na putu ili simulacije ili simulakruma, ovisno interpretaciji objektivne istine. U pošiljatelja i primatelja informacije, kontekst lako može biti protumačen isto, ali bitan naglasak ostaje na tumačenju simbola. Baš kao što su strukturalisti poput Baudrillarda i Ferdinanda de Saussurea bili stava; značenje je u ljudima. [9] Prema tome, iz ljudskog interpretativnog polazišta, bez obzira na sve, značenje je uvijek konotativno.

Kao konkretan primjer minijature, možemo promatrati antologiju fotografija dijeljenih na društvenim mrežama. Takva antologija, kao prost definator proste fotografije, čini ju baš takvom kakva je, u tom svijetu digitalnog, masovno praktcirana. Uvlači se u sferu objektivne realnosti, naturalizira se o njoj mitologija; zabavna i deskriptivna, baš poput zabavnih parkova. Tako se obrada nameće sama po sebi, gdje kao akt postaje akter i obrnuto.

#### 4.5. Estetika i ukus

Kako bismo uopće prosudili kroz subjektivno? Ono bi, logično, moglo podrazumijevati "a priori" spoznaje. U vizualnom svijetu, ovo se dotiče pojma vizualne pismenosti. L. Orland-Barak i D. Maskit pojam, između ostalog, definiraju kao mogućnost interpretacije i razumijevanja prezentirane informacije u slikovnom obliku. Pojam vizualne pismenosti ovdje nadilazi pojam proste, doslovne pismenosti, referirajući se isključivo na tekst. Vizualna pismenost se u osnovi temelji na ideji da slikovni sadržaj može biti interpretiran kroz "čitanje". [34]

U svakodnevnom razgovoru često čujemo kritiziranje nečijeg ukusa. Postupamo s osobnog, kritičkog stajališta te sudimo isto takvo, ali tuđe. Zvuči li ovo već sad hipokritski? Lako je zboriti o nečijoj preferenciji, no ona je upravo takva; subjektivna to jest osobna. Iako nam se nečija odjevna kombinacija čini "neukusnom", radi se o subjektivnom promatranju.

Kant je kritiziranje smjestio kao poveznicu; između razumijevanja i razuma (understanding and reason). Za kritički osvrt, potrebno je postojanje a priori. Tako je polazište kritiziranja postavio na tri razine:

- moć spoznaje (*"cognitive power"*)
- osjećanje zadovoljstva i nezadovoljstva (*"the feeling of pleasure and displeasure"*); spoznaja o prirodnom bazirana na prethodnom znanju o tom prirodnom - polazište razumijevanja
- moć želje (*"the power of desire"*)

Moć spoznaje je opisao kao prirodnu, opću, teoretsku spoznaju, samu po sebi, neovisnu o onome a priori. Nadalje, razumijevanje razjašnjava kroz osjećanje zadovoljstva i nezadovoljstva, kao skup dodijeljenih spoznaja o tom prirodnom upravo tom prirodnom. Prema Kantu, tako određujemo zakonitost nečega, kroz a priori o prostom prirodnom, dalje dodijeljujući te spoznaje. Dolazeći na moć želje, govori da samo razum propisuje ono što je a priori. Naposljetku, kako između moći spoznaje i moći želje leži osjećanje (ne)zadovoljstva, tako se moć kritike nalazi između razumijevanja i razuma.

*“Hence a judgment of taste is not a cognitive judgment and so is not a logical judgment but an aesthetic one, by which we mean a judgment whose determining basis cannot be other than subjective.” – Immanuel Kant [35]*

Kant je kroz skup djela svrstanih u “Critique of Judgement” raspravio i poimanje ljepote (estetike) i ukusa. Lijepi objekti su oni koji ne zalaze u subjektivnost; zato ih i naziva objektima. Ljepota se kao takva sagleda kao univerzalna validacija, gdje ona vrijedi isto, za sve. Ljepota je, prema Kantu, senzacionalna kritika određene forme nekog objekta kao osnova njegovog poimanja. Bitno je istaknuti da takva, senzacionalna kritika, mora izazivati iste osjećaje kod svih koji promatraju taj objekt; ona mora biti generalna, objektivna, a ne subjektivna. Na to nadovezuje pojam ukusa kojeg definira kao sposobnost kritičkog prosuđivanja. Kasnije, u dijelu “On the Logical Presentation of the Purposiveness of Nature”, govori o estetskom kritiziranju. Ono je produkt suđenja u okviru svojih a priori načela. Tako, na primjeru umjetnosti, kritika/prosudba proizlazi iz osjećaja (ne)zadovoljstva, u svrhu odredbe svrhovitosti umjetničkog djela.

Kada se Kant dotiče suglasnosti o onome što je lijepo, govori da subjektivnim činom proglašenja nečeg lijepim taj subjekt od ostalih iziskuje slaganje s njegovom kritikom. Ovo navodi kao diskriminativan pristup ukusa jer subjekt od ostalih očekuje postojanje ukusa, ali istog kao njegovog. Stoga, proglašenje nečega lijepim (pa i takvo, subjektivno) isključuje postojanje ukusa. Kada bi svi imali isti ukus, on zapravo ne bi postojao. [35]

#### 4.6. Fantazija: ljepota kao “objet petit a”

Tematika “object petit a” se manifestira na sva istraživanja koja se bave objektivnim poimanjem estetike. Već u samom pristupu nailazimo na problem prikupljanja i valuacije podataka. Kako god pristupili, i kvantitativno i kvalitativno će dati zavaravajući ishod. Svaka estetska kritika je subjektivna procjena, stoga svaka subjektivna kritika dolazi s onim a priori. Skup subjektivnih mišljenja gledan kao objektivno ne može biti objektivan sve dok se ne utvrdi da je to objektivno apsolutno; da vrijedi za baš sve. Sve do tada, prikupljeni rezultati su skup subjektivnih ukusa u nadi za pronalaskom barem jedne svima svojstvene značajke kao objektivne. Samo jedan primjer takvog istraživanja je ono Y. Kao, C. Wang i K. Huang, koje se bavi kvalitativnom procjenom vizualne estetike. Iako se radi o težnji za računalnom predikcijom, u konačnici traže ono univerzalno. [36] Ono što je još u filozofiji metafizičko, pokušava se razumijevati računalnim učenjem i predikcijom. Ono filozofski nedostižno (s obzirom na a priori konstrukte) se pokušava definirati kao dostižno, a čak i predviđati. Apsurdno, radi se o pokušajima učenja estetike, čime njen smisao prestaje.

Slavoj Žižek detaljnije raspravlja misao Jacquesa Lacana o pojmu “objet petit a” kojeg Lacan opisuje kao nedostižan objekt želje, a naziva ga i objektom uzroka želje. Žižek govori da ga se može razaznati samo kad se pogled upućuje iz određene perspektive. Opisuje ga kao nepoznanicu koja je zapravo “prava stvar”, iako ne znamo što je to točno “pravo”. Referirajući se na Kanta, navodi da je radi i o objektu fantazije, dok one sačinjene od naših želja. Tako nas “objet petit a” doslovno “uči kako željeti”. Nadalje o njemu govori kao uzvišenom objektu ideologije; šupljini ispunjenoj njenim fantazmatičnim utjelovljenjima. Stoga, “objet petit a” je paradoksalan objekt koji je sam po sebi subjekt. [37] Prema Kantu, kada se radi o vanjskoj svrhovitosti objekta, ona je njegova funkcionalnost. Kada govorimo o unutrašnjoj svrhovitosti, ona je perfekcija tog objekta. [35] I Žižek i Kant govore o ispreplitanju subjektivnosti i objektivnosti. Slijedeći Žižekov zaključak, Kantova se funkcionalnost i perfekcija također isprepliću. Naposljetku, nemoguće je definirati “onu pravu istinu”, ono krajnje poimanje ljepote. Kada bi sagledan objekt bio još malo ljepši... Tada bi bio i kao subjekt, ali nikad najljepši.

Uspoređujući perfekciju s imperfekcijom, možemo zaključiti da je imperfektno sve ono što nije u domeni točke perfekcije, bilo to “ispod” ili “iznad” te domene. Kako bismo uopće znali tražiti ono perfektno, morali bismo a priori znati o imperfektnom. Emmanuel Levinas polazi od paradigme suprotne recipročnom. [38] Iznosi potrebu kontrastne usporedbe s onime što nadmašuje totalnost subjektivizma; usporedbu s drugom krajnosti. Iz takvih, kontrastnih odnosa, izvlači etički; koji proizlazi iz responzivnosti na suprotnu marginu.

*“In America, the photographer is not simply the person who records the past but the one who invents it.” - Susan Sontag [21]*

U svojoj knjizi *On Photography*, Susan Sontag ističe da fotograf nije samo onaj koji zabilježava prošlost, već onaj koji ju stvara. [21] Već svrstavanjem nedavno prošle sadašnjosti stvaramo sliku o njoj kao prošlosti. Prema Benjaminu, tendencije za stvaranjem idealnih slika o nečemu upućuju na fantaziju. Slike kao ideali definiraju prošlost, a prema tome i određuju što je “zastarjelo”, s obzirom na sadašnjost. [32] Tako ono nadolazeće biva definirano kroz fantazije o prošlom, stoga i kroz fantazije o trenutnom te nadolazećem. Nostalgija za neproživljenim je dobar primjer fantaziranja, gdje o njoj mitovi sadašnjice definiraju ono prošlo; gdje se “autentična” prošlost definira kroz sadašnjost - kroz fantazije. [22] Sontag ovu ideologiju provlači kroz pojam nadrealnog. Za nju je nadrealna upravo proizvodnja objekta kao sebe samog, kao subjekta, koji ima mogućnost biti naknadno redefiniran. [21]

#### **4.7. Tvorba (post)koncepta obradom**

Slika, kako god bila kategorizirana, može sadržavati mnoštvo informacija. U popularnom se govoru to manifestira izrekom da svaka slika govori tisuću riječi. Tako je i tek pojedina slika već sadržajno sama po sebi koncept. Na pretprodukcijskoj razini stvaranja fotografske slike, koncept je prisutan već u (pod)svijesti. Svaka ideja je ona o konceptu, neovisno o kvantitativnom i realizaciji. Kroz semantički osvrt, obrada predstavlja još jedan čimbenik tvorbe tih “tisuću riječi”. Stoga, obrada kreće kao ideja.

*“In conceptual art the idea or concept is the most important aspect of the work. When an artist uses a conceptual form of art, it means that all of the planning and decisions are made beforehand and the execution is a perfunctory affair. The idea becomes a machine that makes the art.” - Sol LeWitt [39]*

Kako Sol LeWitt, uz spoznaju postprodukcijских procesa, može govoriti ko konceptualnoj umjetnosti kao isključivo predefiniranoj? Ideja je ono što ju čini, pa nije ni nužno definirati rezultat kao preprodukt ili postprodukt. No, što kada se čimbenici onog u fotografiji “estetskog” zasjene? Prihvatanje obrade kao kvalitativne determinante estetike otvara nove mogućnosti stvaralaštva. Uistinu, ono mijenja dotadašnji koncept o fotografiji. Prakticiranje koncepta “s obradom na umu” ističe sadašnjost s dozom devaluacije; sve je podložno manipulaciji, pa pitanje vremena i prostora više nije ni bitno. Iako je svaki koncept zavisao o subjektivnom (o individui), dovoljno jasnim redefiniranjem sadržaja to subjektivno možemo manipulirati.

Prema principima grupiranja Gestalt teorije (*“Law of Prägnanz”*), pojedine subjekte percipiramo kao objektiviziranu cjelinu. Nadalje, važna je i teorija o odnosu to jest percipiranju figure/lika i pozadine (*“Figure-Ground”*). [40] Zamislimo umjetničku izložbu s konceptom temeljenim na obradi kao radikalni primjer, gdje obrada preuzima dominaciju te tako jasno postaje “objekt” vizualnog zapažanja. Jasno je da bi fotografije s istom paletom boja ili istim uokvirenjem pobudile pojam koncepta kao cjeline u očima promatrača. 1962., Andy Warhole je izradio “Marilyn Diptych”. [41] Jedno od njegovih najpoznatijih djela, prikaz je konceptualne umjetnosti, ali one stvorene “nakon”. Kako je za izradu uzeo već postojeću fotografiju njenog portreta, postprodukcija je ono što je to djelo učinilo upravo - umjetničkim djelom. Ono “post” u postprodukcijskoj obradi jasno naglašava “poslije”. Definiranje koncepta u okviru “post” znači da je takva umjetnost postkonceptualna, gdje “post” ne govori nužno o nekom novom umjetničkom pokretu, već vrijeme nastanka koncepta - kao nešto posljedično.





Slika 5: Marilyn Diptich, Andy Warhol

#### 4.8. Bell i budućnost razvitka

*“If John Dewey could say that "art is experience," what these practitioners are saying is that all experience is art.” - Daniel Bell [42]*

Naglasimo još jednom nestanak kreativnosti prilikom kontinuiranog obavljanja neke operacije; nestanak kreativnosti pojavom umijeća. Prema Bellu, kritiziranje novih oblika umjetnosti je postao proces njihovog opravdanja; kroz eksperimente u potragu za generalnom estetikom; za “estetski” univerzalnim objašnjenjem. Zbog kompleksnosti pojedinih umjetnosti (i na tehničkoj/tehnološkoj razini razvijenosti), danas to više nije moguće. Kod analiziranja “modernog”, glavnu problematiku svaljuje na pojam pomodnosti. Smatra da je originalnost više nemoguće pronaći, osim kod onoga što je toliko tehničko da je i kritičarima nerazjašnjivo, pa tako i široj javnosti. Kada se svi umjetnički trendovi (izvan standardnih okvira) mogu prihvatiti kao takvi, svako iskustvo postaje umjetnost. [42]

## 5. Percepcija subjektivnog i objektivnog

Kada govorimo o aplikacijama za “instant” obradu fotografskih slika, govorimo o alatima koji korisnicima omogućavaju alteraciju njihove sadašnjosti. Korisnici imaju na izbor više stilova obrade koji im omogućavaju pridodavanje subjektivnih, personaliziranih estetskih aspekata njihovom životu. Iz istoga se može razaznati da akt proizlazi iz želje za isticanjem kroz različitosti, od “običnih” i “melankoličnih” fotografskih slika, unatoč mogućem paradoksalnom ishodu.

Kroz uvid u Instagram aplikaciju, filteri to jest postproduksijska obrada je istaknuta kao jedan od osnovnih koraka objave sadržaja (fotografije). Objava se više ne sastoji od pukog dijeljenja sadržaja, već nametanja potrebe za izmjenom postojećeg. Ova činjenica ima veliku važnost zbog istovremenog nametanja nove ideje kreiranja sadržaja, gurajući ju kroz unutarnje nesigurnosti svojih korisnika.

### 5.1. Druga realnost kao nova

Ako proces obrade biva nametnut kao jedan od koraka do krajnje objave sadržaja, mogao bi biti shvaćen kao uobičajen, općeprihvatljiv. Tada, kroz učestalo korištenje aplikacije, može izazvati i stvaranje novih navika, bez prethodnog propitkivanja zašto dodatno obrađivati fotografsku sliku i je li to uopće potrebno. Takvo se ponašanje korisnika može sagledati kroz Fisherovu narativnu paradigmatu, gdje ljudi proživljavaju i doživljavaju svijet oko sebe kroz skup vlastitih iskustava, skup doživljenog i naučenog, bez racionalnog promišljanja. [9]

Nadovezujući se na teoriju osobnih konstrukata Georgea Kellya, novo istraživanje je, između ostalog, potvrdilo međusobnu ovisnost subjektivnog i objektivnog poimanja realnosti. Kroz ispitivanje, na primjeru riječi “world” i “self”, dokazano je da ispitanici uglavnom različito opisuju navedene pojmove, ali i uz neke sličnosti. U obrazloženju različitosti opisa, navodi se interna povezanost pojmova s obzirom na direktne i interferirane ovisnosti. To znači da poimanje proizlazi iz subjektivnog stajališta s istovremenim utjecajem objektivnog. [43] Valja pretpostaviti

da bi i pojmljenje svih ostalih mogućih pojmova interferiralo kroz subjektivno i objektivno poimanje, pa tako vrijedi i za pojam fotografije. Ovdje se ne ukazuje na same riječi već konstrukte koje gradimo kroz subjektivno i objektivno iskustvo. Prema tome, moguće je da konstrukt vezan uz fotografiju unaprijed podrazumijeva i proces obrade. Dobar primjer utjecaja objektivnog na subjektivno pojmljenje može biti učestali pristup prema stvaranju konačne slike fotografa novog, digitalnog doba, koje je kroz tehnološki napredak omogućilo dostupniju, lakšu i bržu postprodukcijску obradu.

Nadalje, teorija društvene konstrukcije stvarnosti prema P. Bergeru i T. Luckmannu, govori o stvaranju zajedničke percepcije stvarnosti i davanje joj smisla kroz međusobnu interakciju i komunikaciju; jezik, sustave simbola te aktivnosti. Važno je istaknuti i druge čimbenike poput činjenica, poslovice, vrijednosti, vjerovanja... Također, i ova teorija spominje utjecaj subjektivnog i objektivnog, uz internalizaciju objektivnog kao novo subjektivno - kao ispreplitanje. Prema teoriji, doživljaj stvarnosti je dinamičan te konstantno promjenjiv proces, a ovisi i o okolini i vremenskom periodu. U teoriji se također spominje praksa naučenog bez istaknutog kritičkog razmišljanja, a usvajanje i prihvaćanje naučenog kao ishod repeticije. [9]

Teorija socijalne kognicije spominje utjecaj masovnih medija kao važan faktor u percepciji jer ta, medijska stvarnost, može biti doživljena kao objektivna; nadjačati druga viđenja. Opet, bez kritičkog razmišljanja, navodi na problematiku selekcije sadržaja kojeg masovni mediji prenose. [9]

Ukoliko pridodamo važnost masovnom mediju poput društvenih mreža, postoji "opasnost" od "iskrivljenja" slike realnosti. Navika na učestalu prisutnost (nadalje dominaciju) obrađenih fotografija bi mogla preći u prihvaćanje obrade kao sastavnog procesa u stvaranju slike, kao općeprihvatljivo, očekivano ili čak neophodno. Uz sve navedeno te s naglaskom na manjak racionalnog propitkivanja prilikom usvajanja objektivnog, postprodukcijška obrada poprima snažan utjecaj na promišljanje oko stvaranja slike. Primjerice, ovakav konstrukt u pojedinaca može značiti "fotografiranje s obradom na umu"; kao oslonac sigurnosti to jest moguće nadoknade zbog nesigurnosti, ali isto tako i "obradu s fotografiranjem na umu".

Iako na prvu malenog utjecaja, pojedini konstrukti zasigurno utječu jedni na druge; kako direktno, tako i indirektno. Uz ovakvo stajalište, očito je da obrada može imati velik utjecaj u percipiranju fotografske slike, pa i mnogo šire, poput lančane reakcije s beskonačnom petljom - trenutno kroz spomen nekolicine konstrukata, a kasnije kroz tvorbu većih. Baš kao što je prilikom "osvajanja" Mjeseca samo jedan korak za čovjeka bio malen, a za čovječanstvo - velik.

## 5.2. Insta(nt) gratifikacija

Pretražujući razne pojmove vezane uz obradu, može se primijetiti da je početak takvih trendova temeljen oko 2010. godine, kada je krenuo rast popularnosti nove društvene platforme Instagram. Jedna od prvih takvih na tržištu, osmišljena je u svrhu dijeljenja primarno vizualnog sadržaja - fotografija, te pretraživanja istih kroz hashtagove. Kasnije je implementirana mogućnost dijeljenja videa, no važan je osvrt na prvobitne mogućnosti. Ono što je postojano od samog početka su "filteri" koji su prisutni, očito, u svrhu poboljšanja mobilnih fotografija. S obzirom da nije bilo naglašavanja ciljane publike (poput, primjerice, fotografa), možemo zaključiti da je ciljana publika od početka bila masovna, to jest - prosječni korisnici. U intervjuu za Telegraph, osnivači Instagrama su izjavili da je ideja bila "mobilnu fotografiju učiniti brzom, lijepom i zabavnom". [28]

Prema posljednjem istraživanju iz travnja 2020., korisnici Instagrama su na globalnoj razini u postocima 51% žene i 49% muškarci. [44] Ovdje u obzir moramo uzeti da se radi o novom istraživanju gdje je platforma daleko drugačija od prvobitno zamišljene. Podaci iz 2014. godine jasno prikazuju da je udio korištenja platforme na dnevnoj bazi mnogo veći (43%) kod djevojaka naspram prisutstva muške populacije (29%). [45] Činjenicu podupire i istraživanje iz 2014. iz Velike Britanije, u kojem su djevojke u većini prisutnije na Instagramu i Tumblru kao ovom slučaju relevantnim društvenim mrežama zbog vizualnog sadržaja kao dominantnog u dijeljenju. [46] Ovi su podaci bitni kako bi poduprijeli korelaciju veće zastupljenosti, primjerice, Instagrama ženama s rezultatima istraživanja o instantnoj gratifikaciji u kojem je ženski rod opisan kao više sklon odgađanju instantnih rezultata naspram muškog. To je rezultat društvenih odgovornosti oba spola te percepcije i predrasuda društva o

spolovima. [47] U praksi, prema tome, žene bi mogle biti sklonije pomnijem (duljem) odabiru željenog Instagram filtera za fotografiju. Ta se ideja podudara i s većom zastupljenošću žena kao korisnika nekad naspram danas - Instagram je svojom idejom filtera uspio, kao (tadašnji) trend, masovno privući većinom žensku publiku. Bitno je spomenuti i drugu izjavu jednog od osnivača Instagrama, Kevina Systroma, u kojoj filtere opisuje kao alat za brzo poboljšanje prosječnih mobilnih fotografija, ali i kao alat za umjetničko izražavanje. [28]

Trend sličan Instagram filterima se može iščitati prilikom istraživanja prije spomenutog pojma "lightroom presets" što je u praksi, u ovoj usporedbi, ekvivalentno Instagram filterima. Popularizacijom brendiranja svog imena (samog sebe), na društvenim su se mrežama našli razni ljudi - raznih zanimanja i interesa. Tako je od "fotografa" trenutno najpopularniji lik Petera McKinnona koji svoje fotografske radove temelji na intenzivnoj postprodukcijskoj obradi. On je spomenut upravo zato što je paralelno s trendom njegova imena krenuo rasti trend "lightroom presets". Naravno, njegov pristup obradi i brend ne mogu biti smatran kao jedini, ali možemo ga promatrati kao jedan od ključnih faktora u masovnoj popularizaciji digitalne postprodukcijske obrade slike u nedavnoj prošlosti. [48]

### 5.3. (Re)kreiranje identiteta

*"Jer je Fotografija pojava mene kao drugoga: neprirodno podvajanje svijesti o identitetu" - Roland Barthes [2]*

Kada se Barthes nađe "pred objektivom", istovremeno je pred sudom koji ga dvoji od želje, ali i mogućnosti, za trajnim, fiksnim prikazom sebe u okviru fotografske slike. Ističe kako fotografija "stvara ili umrtvljuje", što bi značilo - konstatira. I sam priznaje da se u ulozi referenta pretvara i stvara drugo "ja", unaprijed definirajući fotografsku sliku te sliku o sebi. Želje i mogućnosti, naposljetku, prepušta olakotnoj nepodredivosti, kako bi konačan prikaz (fotografska slika) bio istinit i neiskvaren; kao čiste "esencije bića". Naprosto, želja mu je, u obliku fotografskog, uvijek sebe davati na interpretaciju onakvim kakav Barthes jest; svaku o sebi subjektivnu sliku prenositi u objektivno. [2]

Kao polazište individualnog identiteta, Barthes navodi ono prosto fizičko; tijelo. Fotografska slika je neživo "tijelo" koje nema sposobnost samostalnog djelovanja, dok je čovjek uvijek (u nepunom smislu riječi) u mogućnosti raspravljati o svojem "ja". Snimka kao neživo tijelo je, prema Barthesu, "smrt" sama po sebi. Ona je statična, vječno smrznut trenutak, nije oživljena, ali oživljuje. Ona vodi subjekt iz stvarnosti u smrt (poziranjem, promišljanjem), a oživljuje, u objektivno, nakon zvuka okidača. Barthes navodi bitnost uloge fotografa u tom procesu, jer upravo fotograf može utjecati na tu smrt identiteta subjekta (potaknuti ju ili spriječiti). [2] Ovdje možemo povezati postproduksijsku obradu, kao fenomen, koji u slučaju "smrti" subjekta i fotografske slike, oživljuje. Obrada, svakom primjenom, isponova oživi i usmrti subjekt što ga fotograf samo usmrti. Trenutak fotografiranja postaje sve manje bitan, stoga evo objašnjenja zašto nepažnjom gomilati snimke od kojih će kasnije biti odabrana samo jedna. To "kasnije" biranje bismo također mogli uvrstiti u postproduksijski proces, jer, i taj "nakon" odabir biva podložan upravo još "kasnijim" postproduksijskim procesima. Nismo li se dovoljno nasmijali niti na jednoj od te gomile snimaka? Nikakav problem jer nam tehnike postprodukcije omogućuju "ispravak" toga; subjektivnu prepravku objektiviziranog "ja" to jest rekreaciju identiteta. Prema tome, obrada ne bi trebala nužno navoditi na negativne konotacije. Iako ona jest obilježje umrlog, postproduksijska obrada je samo još jedna moćna prilika za rekreaciju.

#### 5.4. Mobilna subliminalnost

Svakodnevnim korištenjem pametnih mobilnih uređaja, imamo priliku prisustvovati iterativnom procesu postproduksijske obrade. Mogućnosti su već ukorijenjene u same aplikacije za fotografiranje, ali i galerije za pregledavanje spremljenih slika. To mobilno, kao svakodnevno, prvo postaje sugerirajuće i nametljivo, a nakon toga je očit čin odbijanja ili prihvatanja toga kao dijela svakodnevice. Iterativne su reklame mobilnih uređaja kojima proizvođači pokušavaju prodati svoje proizvode. Njihovom prodajom na temelju određenog načina oglašavanja, istovremeno dolazi do prodaje konstrukata, ne samo o sferi mobilnih uređaja već svega ostalog. Kao idealan, trenutno relevantan primjer, jest promocija jednog od uređaja Huawei marke na njihovim web stranicama. [49], [50] Navodi se niz slogana i fraza u tekstu koji aludiraju na isticanje značaja nekih konstrukata. Prebiranjem, uočljiv je kontekst koji definira digitalnu postproduksijsku obradu te odnos s ljudskim; intrapersonalnim i interpersonalnim. Kada bismo na to usmjerili pozornost, a isključili ostale parametre ovog reklamnog sadržaja, proizlazi da Huawei stvara priču o fotografskim procesima:

„Fotografske zabilješke su individualan način izražavanja, poput govorom/jezikom, ali vizualnim. Postproduksijski procesi ju čine mističnom, neotkrivenom, spremnom za istraživanje te kreiranje priča. Pogodna tome nije samo fotografija već uobičajena svakodnevice, kroz fotografiju; kroz digitalne postproduksijske procese. Stoga, fotografijom se kreiraju i prepričavaju priče, s posebnim naglaskom na pojmove kreiranja i prepričavanja. Za otkrivanje dosad neviđenog, potrebno je samo zabilježiti; fotografski, statički. Dio preprodukcije lako pada u zaborav, gdje ju zamijenjuje postprodukcija. Ukratko, fotografija kao takva je vizionarska. Uz naglasak na percipiranje pojedinca kroz njegovo vizualno, njegova ljepota je sveprisutna. Ironično, najbolji rezultati su ostvarivi bez mnogo truda, dijelom zbog automatske primjene postproduksijskih procesa, koji su tu da okončaju odbojnost zabilježavanja selfija.“



HUAWEI P40 Pro | 5G  
CO-ENGINEERED WITH 

## Visionary Photography



*Slika 6: Huawei P40 Isječak 1*

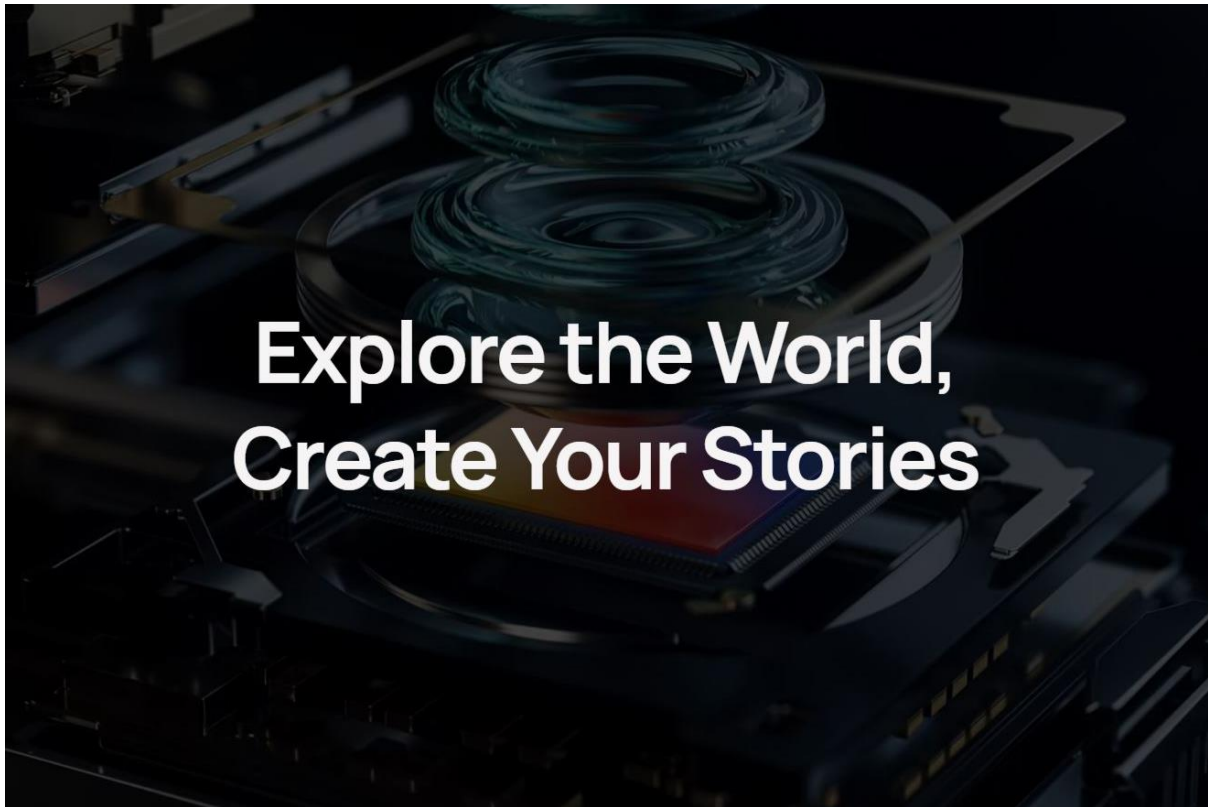
Speak for yourself with the Ultra Vision Leica Quad Camera by capturing photos and videos anytime and anywhere you want. Revolutionize your experience of speed and power with the cutting-edge Kirin 990 5G Chipset. The innovative design upgrades your visual entertainment and ergonomic comfort. Explore now and future with HUAWEI P40 Pro.

**Introduce the new HUAWEI P40 Series** 



*Slika 7: Huawei P40 Isječak 2*

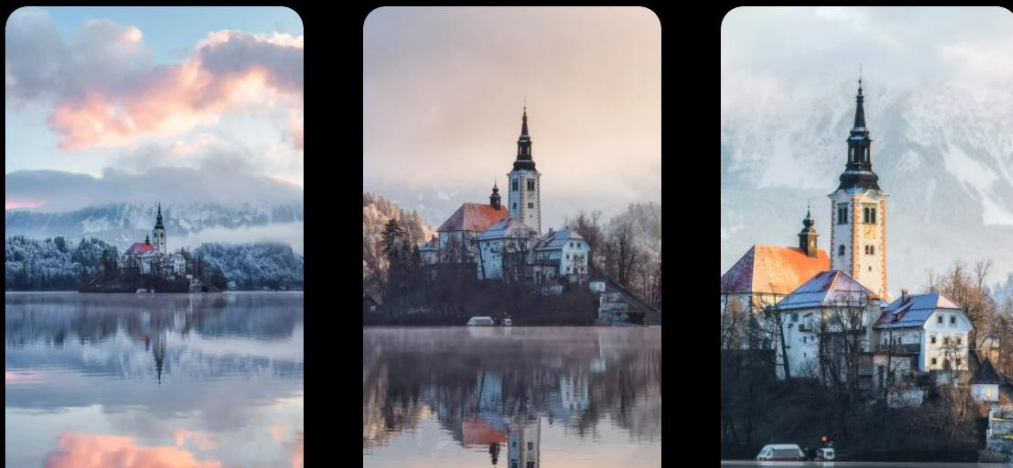




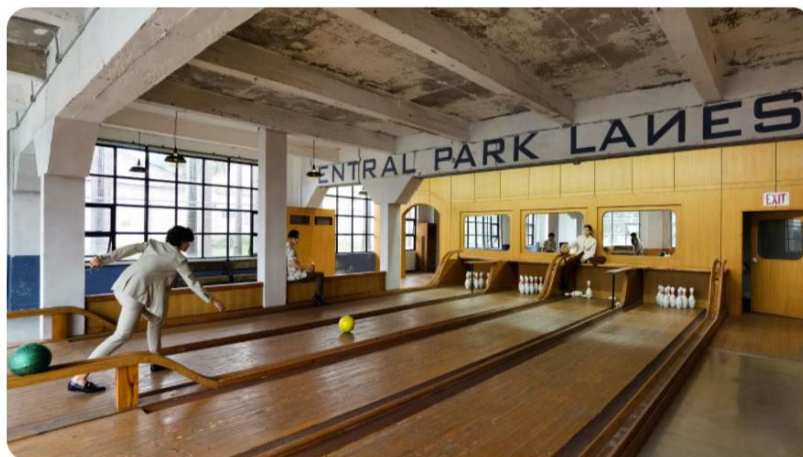
*Slika 8: Huawei P40 Isječak 3*

## **Be Still. Meet the Unseen Details.**

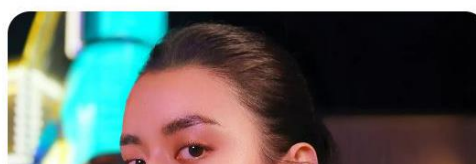
No need to step forward. Everything is pulled closer with high resolution, sharp outlines and accurate colour. You will be able to see your favourite singer's exclusive guitar, the text of a warning sign on the other side of the river and joyful tears on the face of an athlete. All these details deserve to be seen.



*Slika 9: Huawei P40 Isječak 4*



Where you are, your beauty can be clearly captured.



Slika 10: Huawei P40 Isječak 5

**Look Your Best Without  
Trying Your Best**

Slika 11: Huawei P40 Isječak 6

The new set of upgraded high definition 32 MP front camera with auto-focus and a IR depth camera work closely to produce a good selfie with natural bokeh effects. The intelligent optimization on lighting, skin colour and texture details is more accurate and personal to make you love taking selfies.



*Slika 12: Huawei P40 Isječak 7*

## 6. Istraživanje

Anketnim upitnikom, pomoću alata Google Forms, sažeto je 20 pitanja, počevši s bilježenjem demografskih podataka, usmjerujući se u kvalitativno. Pitanja iziskuju subjektivne pretpostavke ili uvjerenja kao odgovore, u svrhu komparacije i moguće povezivosti s drugim podacima. Uz to, kao temelj istraživanja, bitno je istaknuti prikupljanje kategoričkih podataka ordinalnog tipa.

Istraživanje je zamišljeno na spoju namjernog i slučajnog raznovrsnog uzorka od minimalno 50, a maksimalno (predviđajući) 100 ispitanika. U konačnosti je riječ o većinski slučajnom uzorku gdje je potkrijepa sprovedenost na sveukupno 154 ispitanika.

Uvidom u rezultate, namjera je potkrijepiti teoretski dio rada te potvrditi ili odbaciti postavljene hipoteze. Za interpretaciju i analizu prikupljenih podataka, primijenjive su metode deskriptivne statistike.

U korist istraživačkom dijelu ovog rada, kao upotpuna, služi postava autorske fotografske izložbe te sama ceremonija otvorenja, na temelju čega su prikupljeni podaci namjernog uzorka.

### 6.1. Hipoteze

*H0 Postprodukcijaska obrada nije dio objektivnog koncepta izrade fotografske slike.*

*H1 Postprodukcijaska obrada je dio objektivnog koncepta izrade fotografske slike.*

*H0 Subjektivna percepcija autora fotografija ne utječe na percepciju ispitanika.*

*H2 Subjektivna percepcija autora fotografija utječe na percepciju ispitanika.*

*H0 Postprodukcijaska obrada nije manifest individualnog izražavanja.*

*H3 Postprodukcijaska obrada je manifest individualnog izražavanja.*

## 6.2. Anketa

### Istraživanje - diplomski rad

Anketa je anonimna.

Potrebno je odgovoriti na sva pitanja.

**\*Required**

1. 1. Spol \*

*Mark only one oval.*

muško

žensko

2. 2. Dob \*

*Mark only one oval.*

13 - 17

18 - 27

28 - 47

48 - 82

3. 3. Trenutno obrazovanje \*

(završeno ili tekuće)

*Mark only one oval.*

osnovna škola

srednja škola

preddiplomski studij

diplomski studij

specijalistički ili doktorski studij

4. 4. Objavljujete li slike (bilokakve, općenito) na internetu? \*

(Ne nužno "sad", no jeste li ikad?)

*Mark only one oval.*

da

ne

5. 5. Od cjelokupnog opsega fotografija koje ste objavili, koliko njih ste postprodukcijski obradili prije objave? \*

(npr. podešavanje svjetline, kontrasta, boja, oštine, primjena filtera, itd.)

*Mark only one oval.*

100% (sve)

80 - 99%

50 - 79%

20 - 49%

1 - 19%

0 (nijednu)

6. 6. Koliko vremena prosječno provodite uređujući fotografiju prije objave na nekoj društvenoj mreži? \*

(Instagram, Facebook, Messenger, Snapchat, LinkedIn, itd.)

*Mark only one oval.*

1 - 3 minute

3 - 5 minuta

5 - 15 minuta

15 ili više minuta

uopće ne uređujem fotografije

7. 7. Smatrate li da "filteri" poboljšavaju vaše fotografije? \*

*Mark only one oval.*

- da  
 ne  
 ponekad

8. 8. Koristite li neke filtere češće od drugih? \*

*Mark only one oval.*

- da  
 ne

9. 9. Koristite li filtere kako bi bolje "dočarali" tj. prikazali sadržaj fotografije? \*

*Mark only one oval.*

- da  
 ne

10. 10. Obraćate li pozornost na globalnu estetiku vašeg profila na barem jednoj od društvenih mreža? Je li vam izgled (estetika) vašeg "feeda" bitna? \*

*Mark only one oval.*

- da  
 ne

11. 11. Preferirate li objavljivanje vama osobno ključnog/značajnog sadržaja na društvenim mrežama? \*

*Mark only one oval.*

da

ne

12. 12. Koliko fotografija nekog istog motiva zabilježite u jednoj sesiji, prije odabira one najbolje? \*

(npr. selfije, kućni ljubimac, grupna fotografija rođendanske proslave, itd.)

*Mark only one oval.*

1 - 5

5 - 10

10 - 20

20 ili više

13. 13. Bavite li se fotografijom? \*

*Mark only one oval.*

profesionalno

amaterski

ne bavim se fotografijom

14. 14. Smatrate li da je postproduksijska obrada dio procesa stvaranja konačne slike? \*

*Mark only one oval.*

da

ne

ponekad



15. 15. Smatrate li da ćete, s obzirom na napredak tehnologije, novim modelima mobilnih uređaja u konačnici zabilježavati bolje fotografije? \*

(tehnologija poput AI (umjetna inteligencija), višebrojnost leća na mobilnim uređajima, itd.)

*Mark only one oval.*

da

ne

16. 16. Jeste li prisustvovali izložbi "Putevima čovjeka: Prostranstvo"? \*

*Mark only one oval.*

da

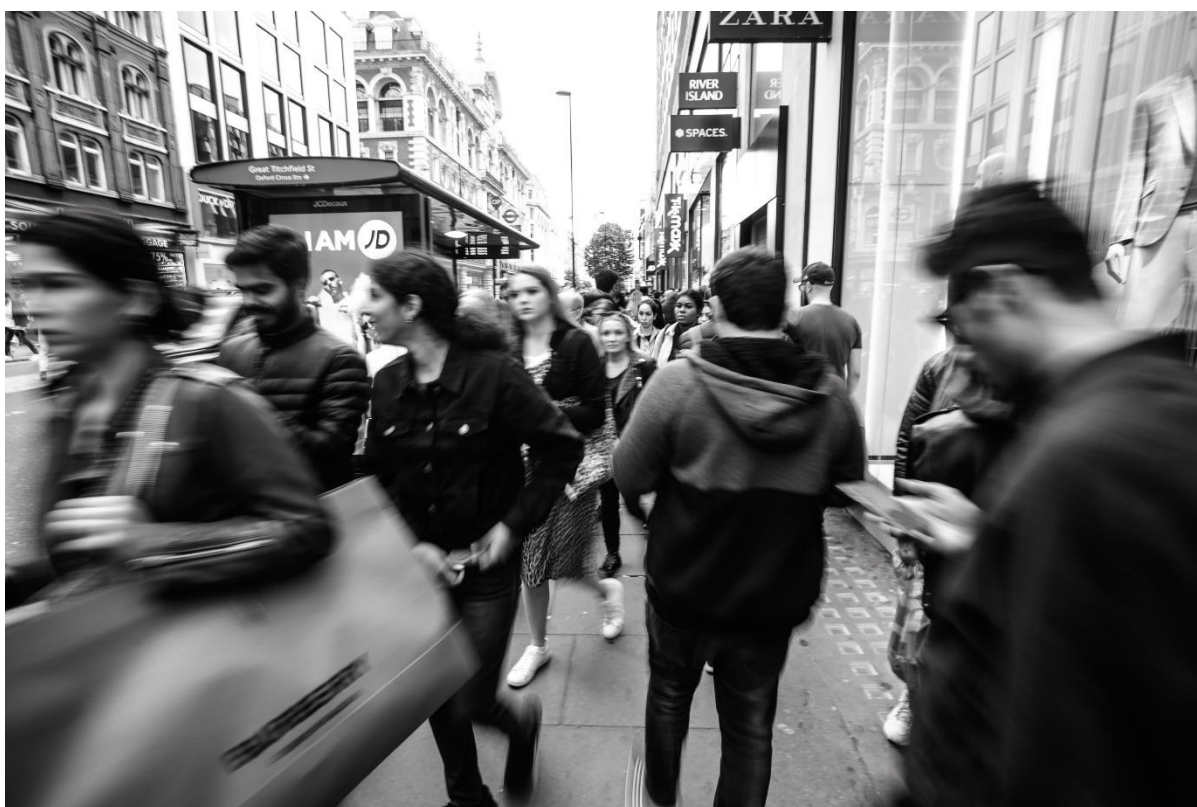
ne

17. 17. Vjerujete li da je "Fotografija 1" prikaz nekog stvarnog trenutka? \*

*Mark only one oval.*

da

ne



Slika 13: "Fotografija 1"

18. 18. Označite koncept. \*

Mark only one oval.

Grupa 1

Grupa 2



Slika 14: "Grupa 1"



Slika 15: "Grupa 2"

19. 19. Fotografija je zabilježena u prošlosti. Koja je izvorna? \*

*Mark only one oval.*

Fotografija 3

Fotografija 4



*Slika 16: "Fotografija 3"*



*Slika 17: "Fotografija 4"*

20. 20. Je li "Fotografija 5" postprodukcijski obrađena tj. naknadno manipulirana? \*

*Mark only one oval.*

- da
- ne
- nisam siguran/sigurna



*Slika 18: "Fotografija 5"*

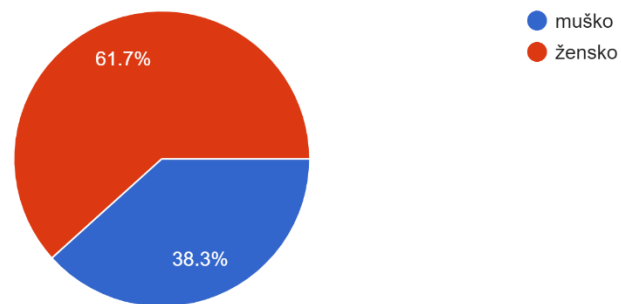
### 6.3. Rezultati i analiza

U ovom se poglavlju nalazi interpretacija skupnih rezultata istraživanja provedenog kroz anketni upitnik.

#### 6.3.1. Pitanje 1: „Spol“

Od 154 ispitanika, 95 je ženskog (61.7%), a 59 muškog spola (38.3%).

1. Spol  
154 responses

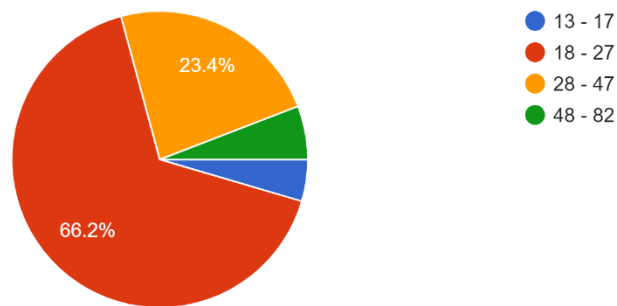


Grafikon 1: "Pitanje 1"

### 6.3.2. Pitanje 2: „Dob“

Najveći broj ispitanika je u drugoj dobroj skupini; od 18 do zaključnih 28 godina; 102 ispitanika (66.2%). Slijedi ih 36 ispitanika (23.4%) u trećoj dobnoj skupini pa 9 ispitanika (5.8%) u četvrtoj skupini. Najmanje ispitanika je prve dobne skupine; 7 njih (4.5%).

2. Dob  
154 responses



Grafikon 2: "Pitanje 2"



Dobne skupine su definirane osmišljenom formulom:

$$x_n = x_{n-1} + (x_{n-2} + 5) \quad (1)$$

gdje je zadano

$$x_1 = 5 \quad (2)$$

stoga je

$$x_2 = x_1 + (x_0 + 5) \quad (3)$$

$$x_2 = 5 + (0 + 5)$$

$$x_2 = 10$$

$$x_3 = x_2 + (x_1 + 5) \quad (4)$$

$$x_3 = 10 + (5 + 5)$$

$$x_3 = 20$$

$$x_4 = x_3 + (x_2 + 5) \quad (5)$$

$$x_4 = 20 + (10 + 5)$$

$$x_4 = 35$$

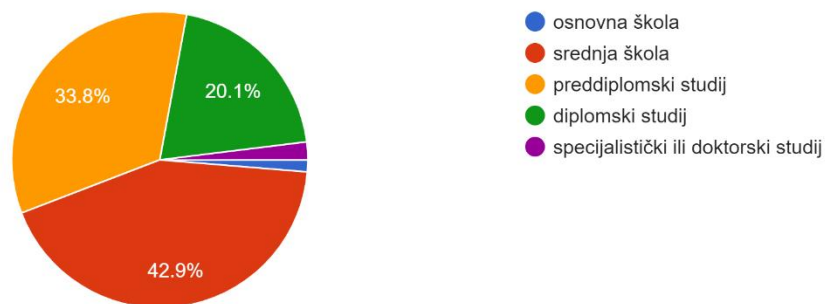
Formula (1) je osmišljena kako bi definirala raspone dobnih skupina. Prvi raspon (dobna skupina)  $x_1$  je predefiniran (2) kao temelj za uvrštavanje u formulu; u svrhu izračuna sljedećih raspona. Određen je prema najmanjim godinama završnog razreda osnovnog i srednjeg obrazovanja. Drugi raspon  $x_2$  obuhvaća najraniji početak visokog obrazovanja i najraniji završetak s doktorskim studijem, ukoliko uzmemo u obzir četiri godine za trajanje istog. Treći  $x_3$  i četvrti  $x_4$  rasponi su zbog pretpostavke o dobnoj skupini završavanja procesa obrazovanja.

### 6.3.3. Pitanje 3: „Trenutno obrazovanje“

2 ispitanika (1.3%) su trenutno/konačno povezana s obrazovanjem osnovne škole, 66 njih (42.9%) sa srednjom, 52 (33.8%) s preddiplomskim, 31 (20.1%) s diplomskim te 3 (1.9%) sa specijalističkim ili doktorskim studijem.

#### 3. Trenutno obrazovanje

154 responses



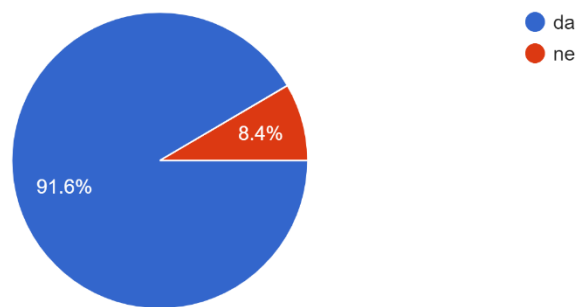
Grafikon 3: "Pitanje 3"

#### 6.3.4. Pitanje 4: „Objavljujete li slike (bilokakve, općenito) na internetu?“

S afirmacijsko-negacijskom pretpostavkom o objavljivanju sadržaja na internetu, postavljeno je pitanje. 141 ispitanik (91.6%) je odgovorio sa „da“, a samo 13 njih (8.4%) sa „ne“. Očito je da su daljnji prikupljeni podaci relevantni gdje se postproduksijska obrada dotiče dijeljenja vizualnog sadržaja, počevši s javnim.

4. Objavljujete li slike (bilokakve, općenito) na internetu?

154 responses



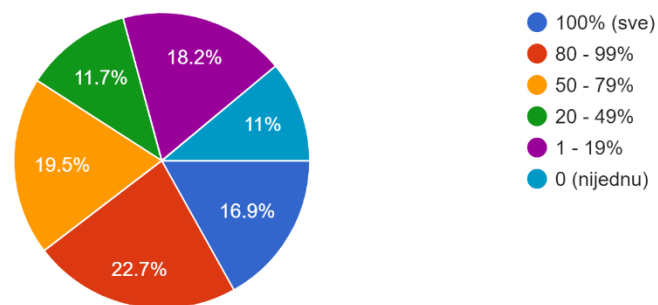
Grafikon 4: Pitanje 4"

6.3.5. Pitanje 5: „Od cjelokupnog opsega fotografija koje ste objavili, koliko njih ste postprodukcijски obradili prije objave?“

S obzirom na prethodno pitanje, postavljeno je ovo, dotičući se individualnog angažmana oko postprodukcijskog procesa. 26 ispitanika (16.9%) su do trenutka odgovaranja uvijek postprodukcijски obrađivali fotografski sadržaj prije objave. 35 (22.7%) ih pripada rasponu „80 – 99%“, 30 njih (19.5%) rasponu „50 – 79%“, 18 njih (11.7%) rasponu „22 – 49%“, 28 njih (18.2%) rasponu „1 – 19%“, a 17 njih (11%) se izjasnilo da nisu postprodukcijски obrađili nijednu fotografiju. Iako ih je na prethodnom pitanju 13 odgovorilo kako uopće ne objavljuju sadržaj, a na ovom 17 da od objavljenog nisu ništa postprodukcijски obrađivali, ovo bi se moglo protumačiti i kao ispitanici čiji sadržaj objavljuje netko drugi ili ispitanici koji objavljuju sadržaj, ali ga naknadno ne obrađuju. Svakako, ispada da 4 korisnika uopće postprodukcijски ne obrađuju sadržaj koji dijele, što znači da ga obrađuje čak njih 137 od 141, što je 97.2%.

5. Od cjelokupnog opsega fotografija koje ste objavili, koliko njih ste postprodukcijски obrađili prije objave?

154 responses



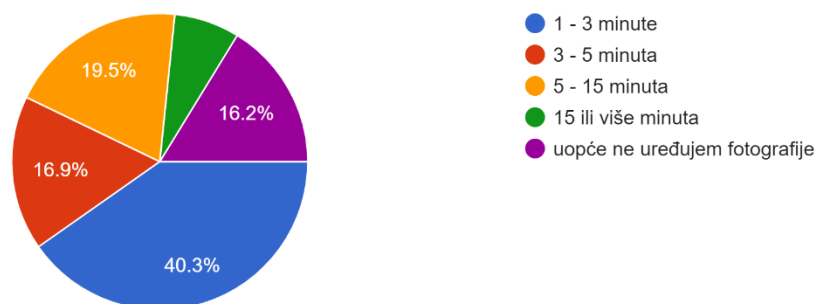
Grafikon 5: "Pitanje 5"

6.3.6. Pitanje 6: „Koliko vremena prosječno provodite uređujući fotografiju prije objave na nekoj društvenoj mreži?“

62 ispitanika (40.3 %) spadaju u prvi vremenski raspon obrade; „1 – 3 minute“. 26 ih (16.9 %) se svrstalo u drugi raspon; „3 – 5 minuta“. Interesantno, više ih je u trećem nego drugom, što je suprotno pretpostavci silaznog pogledom na prvi rang sa značajnom većim udjelom naspram drugog. U trećem se nalazi 30 ispitanika (19.5 %), za 4 više od drugog. Četvrti čini 11 ispitanika (7.1 %), što znači da od ukupnog udjela onih koji obrađuju (129), 8.5 % njih obrađuje fotografije 15 ili više minuta. 25 ispitanika (16.2 %) uopće ne obrađuje fotografije. Prema tome, daljnjom filtracijom kroz pitanja, zasigurno 129 ispitanika (83.8 %) postproduksijski obrađuje fotografije. S obzirom na peto pitanje, razlika (5.2 %) onih koji uopće ne obrađuju bi se mogla tumačiti primarno kao nekorištenje društvenih mreža, a dalje kao objavu/postproduksijsku obradu sadržaja putem nekog drugog, ili eventualnu grešku prilikom ispunjavanja ankete, ili korisnika koji su sadržaj obrađivali prije, ali u sadašnjici više ne obrađuju.

6. Koliko vremena prosječno provodite uređujući fotografiju prije objave na nekoj društvenoj mreži?

154 responses



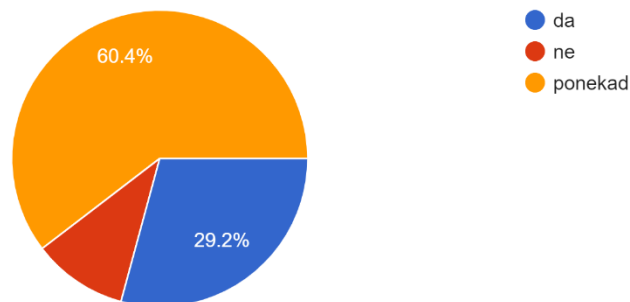
Grafikon 6: "Pitanje 6"

### 6.3.7. Pitanje 7: „Smatrate li da „filteri“ poboljšavaju vaše fotografije?“

45 ispitanika (29.2%) smatra da filteri (kao postproduksijska obrada) poboljšavaju njihove fotografije. 16 ispitanika (10.4%) je suprotnog mišljenja, dok ih većina, točnije 93 njih (60.4%) smatra da to vrijedi ponekad. Pojednostavimo li podjelu stavova zbrojivši „da“ i „ponekad“, ispada da 138 ispitanika (89.6%) smatra da postproduksijska obrada poboljšava njihove fotografije barem ponekad. Podijelimo li kategoriju „ponekad“ na dva jednaka dijela i pribrojimo ih kategorijama „da“ i „ne“, u svrhu dobivanja binarnih podataka, i dalje ispada da je većina (59.4%) afirmativna.

7. Smatrate li da "filteri" poboljšavaju vaše fotografije?

154 responses



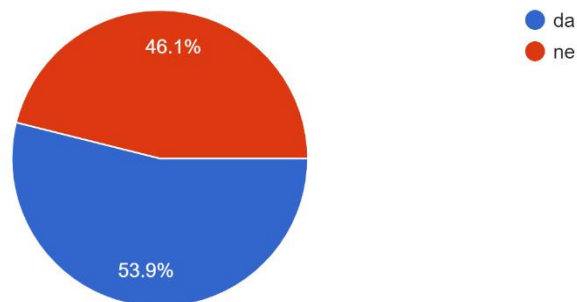
Grafikon 7: "Pitanje 7"

### 6.3.8. Pitanje 8: „Koristite li neke filtere češće od drugih?“

83 su ispitanika (53.9%) odgovorila da koriste neke filtere češće od drugih, dok se 71 njih (46.1%) izrazilo suprotno. Iako ovdje nije velika razlika u udjelima što bi išlo u korist kvantitativnom sagledanju uzoraka, na kvalitativnoj razini, kao „da“ u zamjenu za naučeno ili individualno izražavanje, rezultat je dovoljno interesantan za nastavak povezivanjem s drugim pitanjima.

8. Koristite li neke filtere češće od drugih?

154 responses



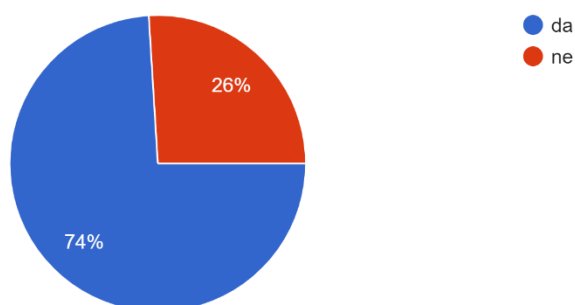
Grafikon 8: "Pitanje 8"

6.3.9. Pitanje 9: „Koristite li filtere kako bi bolje „dočarali“ tj. prikazali sadržaj fotografije?“

114 ispitanika (74%) izražava svoje individualno mišljenje/manifestaciju afirmativno kada se radi o postprodukcijskoj obradi i boljem prenošenju informacija. 40 njih (26%) je suprotnog stava. Ovdje se, očito, iziskuje kvalitativna komponenta pojedinaca koja je od velikog značaja jer skoro tri četvrtine odgovora jasno govori o manipulaciji vizualnog u svrhu bolje komunikacije, a samim time i odobravajući tu manipulaciju. Kako se radi o pitanju koje iziskuje osobne stavove pojedinaca, također se može uočiti povezanost upravo tog individualnog (komunikacije, kakve god i s kim god) s postprodukcijom.

9. Koristite li filtere kako bi bolje "dočarali" tj. prikazali sadržaj fotografije?

154 responses



Grafikon 9: "Pitanje 9"

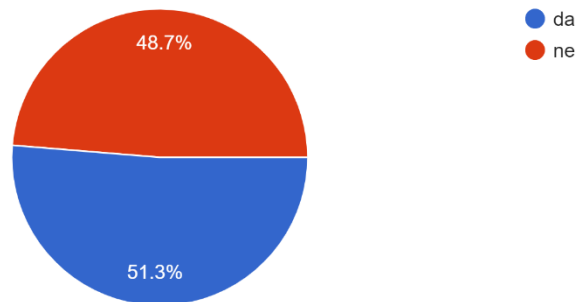


6.3.10. Pitanje 10: „Obrćate li pozornost na globalnu estetiku vašeg profila na barem jednoj od društvenih mreža? Je li vam izgled (estetika) vašeg „feeda“ bitna?“

Iako kvantitativno većinski nezamjetno, 79 (51.3%) ispitanika iznosi da obraća pozornost na globalnu estetiku. Ostatku, 75 njih (48.7%), to nije značajno. Promatrajući kao opet kvalitativnu komponentu, zbog interferencije sa subjektivnim stavovima, očito je da globalna estetika ima nekakav značaj, pa i u ovom istraživanju, kao potencijalan koncept.

10. Obrćate li pozornost na globalnu estetiku vašeg profila na barem jednoj od društvenih mreža?  
Je li vam izgled (estetika) vašeg "feeda" bitna?

154 responses

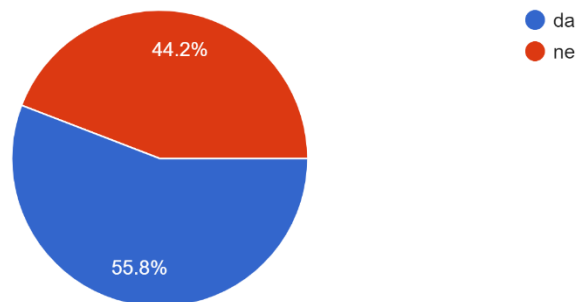


Grafikon 10: "Pitanje 10"

6.3.11. Pitanje 11: „Preferirate li objavljivanje vama osobno ključnog/značajnog sadržaja na društvenim mrežama?“

Na ovo je pitanje većina ispitanika, njih 86 (55.8%), odgovorila da preferira objavu onog njima osobno značajnog. 68 (44.2%) ih isto ne preferira. Željom za bolji uvid u individualno, postavljeno je ovakvo pitanje, iako ne toliko relevantno uz tematiku istraživanja (o postprodukcijskoj obradi).

11. Preferirate li objavljivanje vama osobno ključnog/značajnog sadržaja na društvenim mrežama?  
154 responses



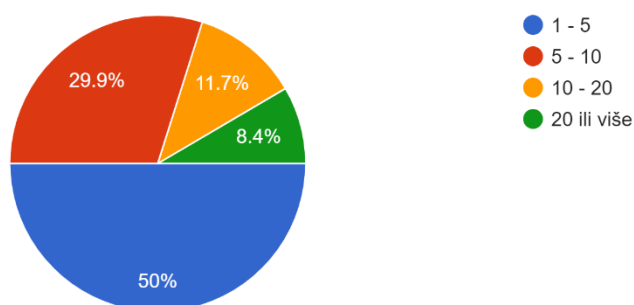
Grafikon 11: "Pitanje 11"

6.3.12. Pitanje 12: „Koliko fotografija nekog istog motiva zabilježite u jednoj sesiji, prije odabira one najbolje?“

Točno 50% ispitanika (njih 77) je odgovorilo da zabilježi između jedne i pet fotografija u jednoj sesiji. Slijedi raspon zabilješki „5 – 10“ sa 46 (29.9%) odgovora, „10 – 20“ sa 18 (11.7%) odgovora te „20 ili više“ sa 13 (8.4%) odgovora. Možemo uočiti da se shodno kategorijama radi o paralelnom padu udjela odgovora po istima.

12. Koliko fotografija nekog istog motiva zabilježite u jednoj sesiji, prije odabira one najbolje?

154 responses



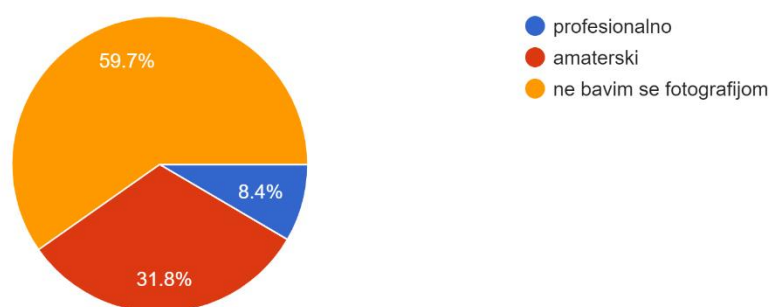
Grafikon 12: "Pitanje 12"

### 6.3.13. Pitanje 13: „Bavite li se fotografijom?“

Najviše je ispitanika, njih 92 (59.7%), odgovorilo da se ne bave fotografijom. 13 ih se (8.4%) fotografijom bavi profesionalno, a 49 (31.8%) amaterski. Pitanje je namjerno postavljeno tek nakon prijašnjih, kako ispitanici ne bi stvorili sliku o tematici istraživanja, a time pristranost nekim odgovorima.

13. Bavite li se fotografijom?

154 responses



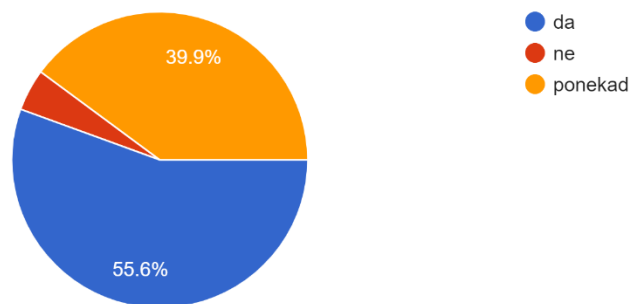
Grafikon 13: "Pitanje 13"

6.3.14. Pitanje 14: „Smatrate li da je postproduksijska obrada dio procesa stvaranja konačne slike?“

85 (55.6%) ispitanika smatra da je postproduksijska obrada dio procesa stvaranja konačne slike. Nakon toga, 61 (39.9%) ih je odgovorilo „ponekad“, a 7 (4.6%) ih to ne smatra. Već je isprva jasna objektivna percepcija koncepta stvaranja slike. Interpretiramo li rezultate malo drugačijim riječima, ispostavlja se da 95.4% ispitanika barem ponekad smatra postproduksijsku obradu dijelom cjelokupnog procesa stvaranja konačne fotografske slike, a za većinu je ona stalna komponenta tog procesa.

14. Smatrate li da je postproduksijska obrada dio procesa stvaranja konačne slike?

153 responses



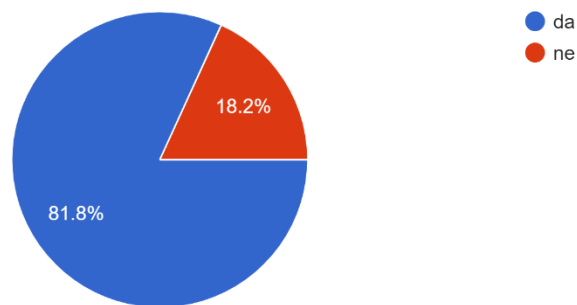
Grafikon 14: "Pitanje 14"

6.3.15. Pitanje 15: „Smatrate li da ćete, s obzirom na napredak tehnologije, novim modelima mobilnih uređaja u konačnici zabilježavati bolje fotografije?“

126 ispitanika (81.8%) smatra da će u konačnici stvarati bolje fotografije s obzirom na napredak tehnologije, dok ih je 28 (18.2%) suprotnog mišljenja. Govoreći korelaciji tehnologije kao boljitkom te kvalitete fotografske slike, očito je da ona postoji. Ipak, ovo je pitanje formulirano drugačije, gdje se traži individualan, subjektivan stav o povezanosti tehnološkog napretka s kvalitetom konačnih fotografija (ne nužno zbog tehnološkog).

15. Smatrate li da ćete, s obzirom na napredak tehnologije, novim modelima mobilnih uređaja u konačnici zabilježavati bolje fotografije?

154 responses



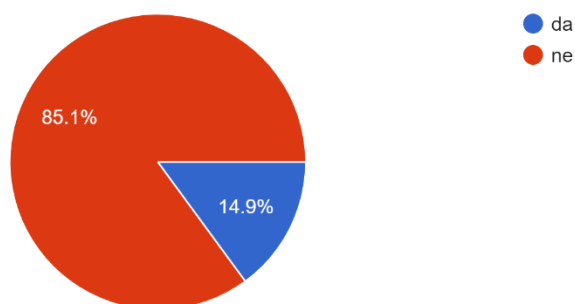
Grafikon 15: "Pitanje 15"

### 6.3.16. Pitanje 16: „Jeste li prisustvovali izložbi „Putevima čovjeka: Prostranstvo“?“

Od svih ispitanika, 23 (14.9%) ih je prisustvovalo izložbi vezanoj uz ovaj rad, dok 131 (85.1%) nije. Ovdje definirajući populaciju na dva dijela, sastavljena su sva sljedeća pitanja, u svrhu usporedbe rezultata.

16. Jeste li prisustvovali izložbi "Putevima čovjeka: Prostranstvo"?

154 responses

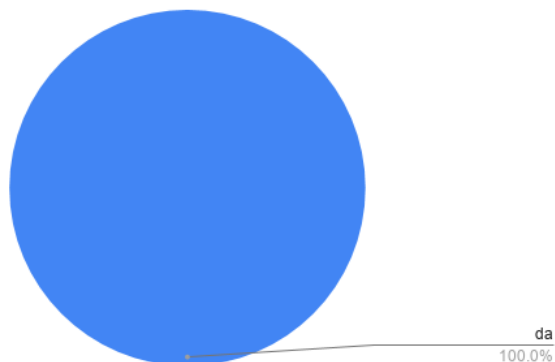


Grafikon 16: "Pitanje 16"

### 6.3.17. Pitanje 17: „Vjerujete li da je „Fotografija 1“ prikaz nekog stvarnog trenutka?“

Svih 23 ispitanika (100%) koji su prisustvovali izložbi vjeruje da je „Fotografija 1“ prikaz nekog stvarnog trenutka.

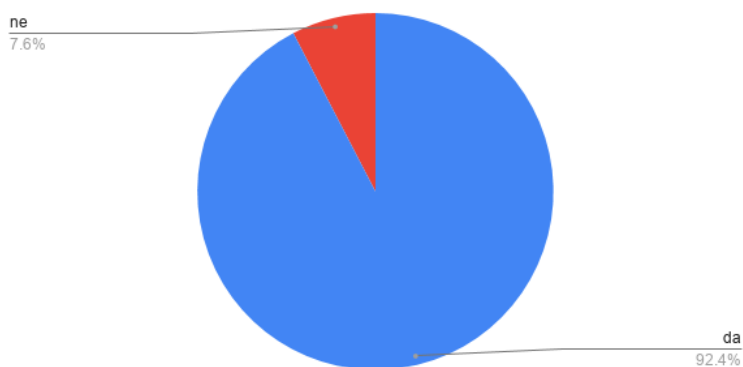
17. Vjerujete li da je "Fotografija 1" prikaz nekog stvarnog trenutka? (prisustvovali)



Grafikon 17: "Pitanje 17 (prisustvovali)"

Kod ostalih 131 ispitanika koji nisu prisustvovali izložbi, pojavljuje se udio onih koji ne vjeruju da je „Fotografija 1“ prikaz nekog stvarnog trenutka. Njih je 10 (7.6%), dok je onih koji vjeruju 121 (92.4%). Sumnja ukazuje na neupućenost o stvarnosti dotične fotografije.

17. Vjerujete li da je "Fotografija 1" prikaz nekog stvarnog trenutka? (nisu prisustvovali)



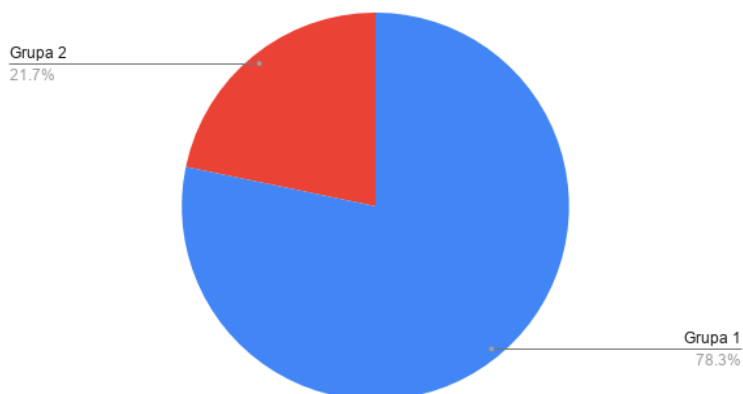
Grafikon 18: "Pitanje 17 (nisu prisustvovali)"



### 6.3.18. Pitanje 18: „Označite koncept.“

Od osoba koje su prisustvovalе izložbi, 18 (78.3%) ih je kao koncept označilo „Grupa 1“, a 5 (21.7%) kao koncept „Grupa 2“.

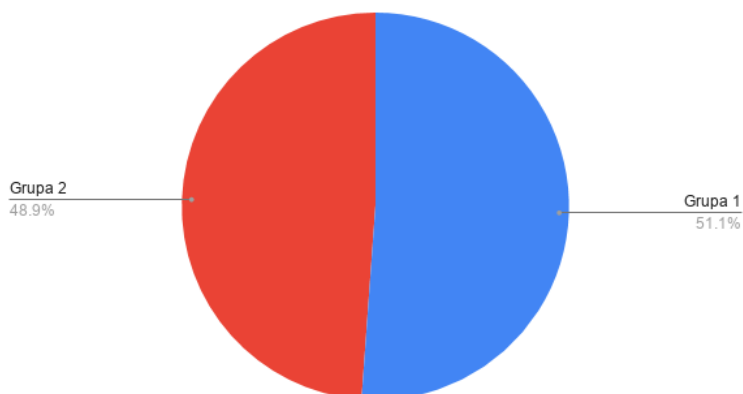
18. Označite koncept (prisustvovali)



Grafikon 19: "Pitanje 18 (prisustvovali)"

67 (51.1%) ispitanika koji nisu bili na izložbi je kao koncept označilo „Grupa 1“, a 64 (48.9%) kao koncept „Grupa 2“. Očit je veći udio percipiranja koncepta na temelju globalnog što je za pripisati crno-bijeloj obradi te isto kao posljedicu - nedostatak informiranosti o samom konceptu.

18. Označite koncept (nisu prisustvovali)

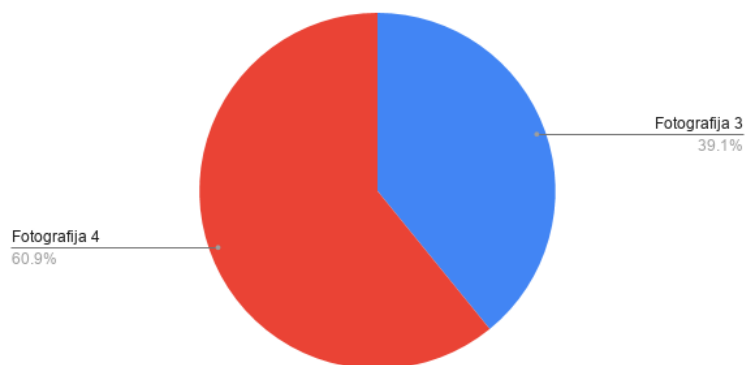


Grafikon 20: "Pitanje 18 (nisu prisustvovali)"

### 6.3.19. Pitanje 19: „Fotografija je zabilježena u prošlosti. Koja je izvorna?“

9 ispitanika (39.1%), od onih koji su prisustvovali izložbi, je kao izvornu fotografiju označilo „Fotografija 3“. 14 ih je (60.9%) označilo „Fotografija 4“.

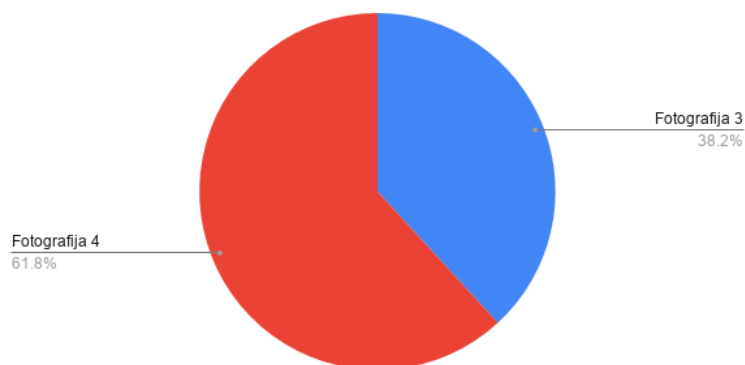
19. Fotografija je zabilježena u prošlosti. Koja je izvorna?  
(prisustvovali)



Grafikon 21: "Pitanje 19 (prisustvovali)"

Kod onih koji nisu prisustvovali, 50 ih je (38.2%) označilo „Fotografija 3“, a 81 (61.8%) „Fotografija 4“ kao onu izvornu. Iako se u usporedbi radi o veoma sličnim omjerima i postocima, sama činjenica postojanja rezultata koji zagovaraju crno-bijelu fotografiju upućuje na konkretne konotacije vezane uz pojam prošlosti koji je upravo s ovom namjerom naveden u pitanju.

19. Fotografija je zabilježena u prošlosti. Koja je izvorna? (nisu prisustvovali)

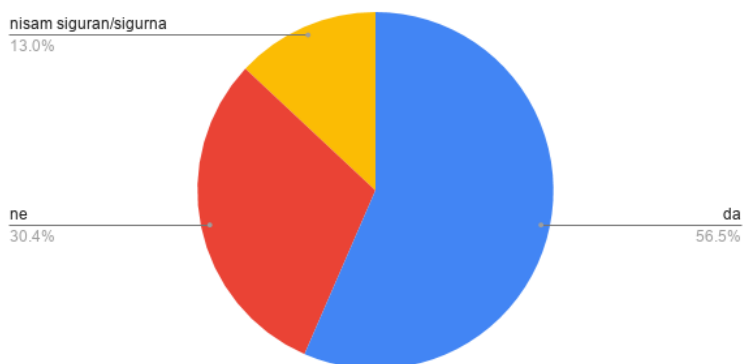


Grafikon 22: "Pitanje 19 (nisu prisustvovali)"

6.3.20. Pitanje 20: „Je li „Fotografija 5“ postproduksijski obrađena tj. naknadno manipulirana?“

13 ispitanika (56.5%) od onih koji su prisustvovali izložbi iznosi stav da je „Fotografija 5“ postproduksijski obrađena. 7 njih (30.4%) smatra da nije obrađena postproduksijski, a 3 (13%) ih nije sigurno.

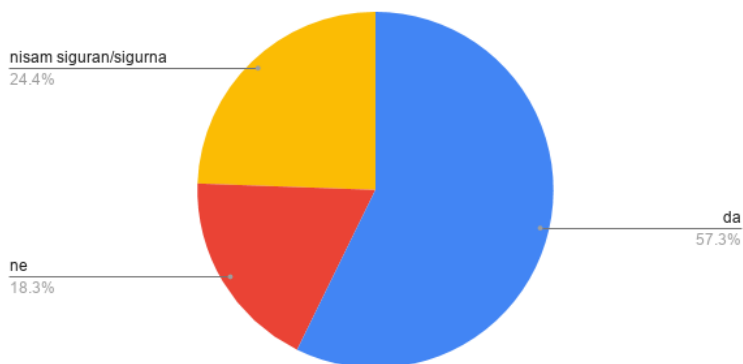
20. Je li "Fotografija 5" postproduksijski obrađena tj. naknadno manipulirana? (prisustvovali)



Grafikon 23: "Pitanje 20 (prisustvovali)"

75 ispitanika (57.3%) od onih koji nisu prisustvovali izložbi smatra da „Fotografija 5“ jest postproduksijski obrađena. 24 (18.3%) ih smatra da nije, dok 32 (24.4%) nisu sigurni. Pomak u udjelima (postocima) nije velik, ali ukazuje na smanjenje nesigurnosti uz prisustvovanje izložbi, to jest, bolju informiranost.

20. Je li "Fotografija 5" postproduksijski obrađena tj. naknadno manipulirana? (nisu prisustvovali)



Grafikon 24: "Pitanje 20 (nisu prisustvovali)"

## 6.4. Rasprava

Kroz raspravljenu teoriju u tekstu te provedeno istraživanje, dokazane su sve hipoteze. Prva se dotiče vrlo jasnih, direktnih odgovora ispitanika, koji su stava da postproduksijska obrada ponajviše uvijek ili (barem) ponekad jest dio cjelokupnog procesa izrade fotografske slike, do konačnosti, a potkrijepla je i intenzivna upotreba postproduksijskih tehnika kod ispitanika, kao i stav o korelaciji istih s boljitkom. Ovakav rezultat govori o jasnoj objektivizaciji određenih konstukata kao internalizaciji (konceptualizaciji). Osvrtom na drugu hipotezu, ispostavlja se da se u ovom slučaju pojam utjecaja subjektivnosti može spretnije interpretirati kao značaj informiranosti, ovdje konkretno s polazištem od autora izložbe kao izvora subjektivnih misli i stavova to jest informacija. Treću vodeću misao o postproduksijskoj obradi kao manifestu individualnog izražavanja, dakako, potprijepuju rezultati istraživanja (posebice skoro dvije trećine afirmacijskih odgovora o „dočaravanju“ obradom), ali i ideologija druge hipoteze, gdje je internalizacija autorovog koncepta (spoj fotografija u boji i crno-bijelih) veća s obzirom na informiranost o tome kao postojećem konceptu.

## 7. Zaključak

Percepcija je ključ svih spoznaja, ali i njihov čimbenik i njihova slika. Ne samo onih subjektivnih već i objektivnih. Jasno je da se nalaze u neprestanoj isprepletenosti gdje jedno proizlazi iz drugog i obrnuto, a tako u nedogled. Svaki je pojam ono što za sebe pojmimo, što je za druge pojmljeno, što može i što će još biti. Zalaskom u isprva nepovezivo i samo pretpostavkama opisivim tek nadađajućim riječima, nalazimo koherenciju. Uvidom u diskusiju i istraživanje o postprodukcijskoj obradi fotografske slike te svakoj relevantnoj percepciji, stvaramo sliku o bitnosti spomenutog. Kroz rezultate kao dokaz, konačno dobivamo uvid u realnost situacije, bez nesigurnog lutanja. Uz spoznaju o kvalitativnom i kvantitativnom, ostavlja se otvorena stranica za pornije proučavanje i jednog i drugog, gdje s kraljnjim ciljem jedno ne bi smjelo isključivati drugo. Ovo je istraživanje ispunilo sve odredbe zadatka definiranog na samom početku. Kroz razne metode i pristupe, potvrđena je postojanost odnosa tehničkog s onim pojmljivim i ponekad nepojmljivim. Kao posebno važno za istaknuti, potvrđena je prisutnost i integriranost digitalne postprodukcije u svakodnevnom. To prihvaćanje, kao temelj i sam konstrukt, definira sve ono daljnje. Kakvom god jačinom, svakako ostavlja efekt iza sebe. Postprodukcijaska obrada, bila ona sagledana kao alat, umjetnost ili nešto treće, pronalazi svoje mjesto u stvarnoj stvarnosti – objektivnoj i subjektivnoj. Nadalje, ona je produkt odvijanja komunikacijskih procesa, a u ovoj prilici na primjeru vizualnog, u fotografskoj sferi. U suštini, postprodukcijaska obrada je i kao sama – informacija. Ne treba ju nužno vezati s pojmovima pozitivnog ili negativnog kao konotacijama već prihvatiti kao što prihvaćamo samu fotografiju, jer ona i jest dio nje. Promjenjivost svakog koncepta je neupitna pa tako i ovog i svakog o fotografiji. Spram jučer je podložna interpretaciji amaterskih prijatelja, danas ju podlaže stručni žiri, a za sutra čeka sve to zajedno, s dodatkom tehnološkog napretka i povijesti. Obrada, kakva god, nije novitet već vremenski te interpretativno definiran pojam, kao proces alteracije stvarnog; kao kreacija stvarnog proživljanja upravo tog stvarnog. Zaključno, postprodukcijaska obrada fotografske slike itekako utječe na percepciju, ponekad kao u punom mahu leptirova učinka.

U Varaždinu, \_\_\_\_\_

Potpis \_\_\_\_\_

## 8. Izložba

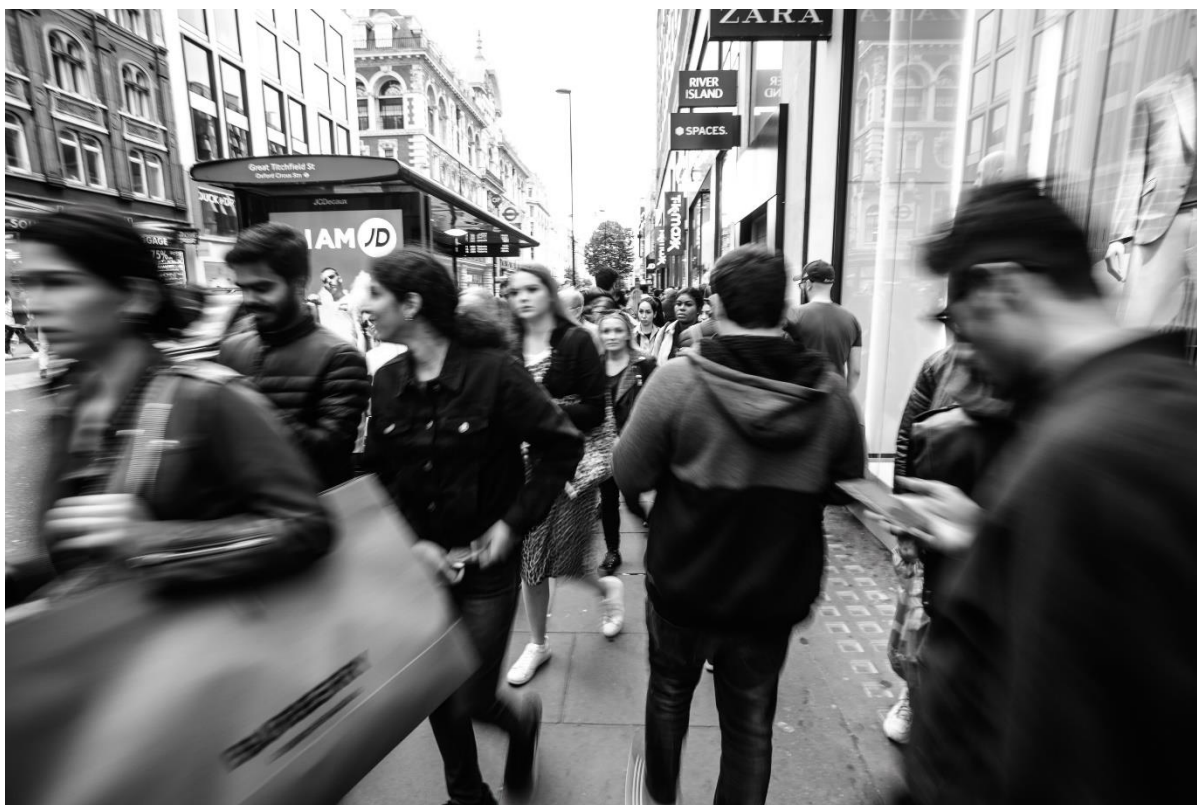
Izložba je otvorena 12. 10. 2020. u 19 sati u podrumu Centra za mlade i nezavisnu kulturu P4, kao najavni pretprogram festivala MOP 9 Špancirfest. Riječ je o prvoj samostalnoj autorskoj izložbi fotografija, a izložbena postava je javnosti dostupna uživo do 24. 10. 2020.

### 8.1. O konceptu

Putevima čovjeka, serijal je izložbi koji se globalno dotiče postojanja čovjeka; samog sebe. Serijali su odraz autorovih životnih epizoda, a prvi, Prostranstvo (Vastness), opisuje traženje svojeg ja, objašnjenje svijesti, valorizacija općemasovnog tumačenja pesimizma kao neutralnog, pokušaj opravdavanja nihilizma i Schopenhauerovog pesimizma samom sebi te; uz kretanje kroz prostor i vrijeme, istraživajući svijet oko sebe, komparirajući druge sa samim sobom i pokušavajući pronaći svoje mjesto u njemu. Krajnji cilj je u svom prostranstvu (fizičkom, vremenskom i psihičkom) pronaći "svoje" mjesto. Odgovora/mjesta mogu biti dva: ono prihvaćeno u trenutnoj epizodi, ili traženje nekog novog, u sljedećoj, novoj epizodi što može biti otkriveno tek novim izlaganjem; novom epizodom. Svaka je nova epizoda produkt prethodnih. Ukoliko je to objašnjenje mijenjanja sebe i jastva tijekom života, onda je upravo uzročno-posljedična veza objašnjenje smisla ovog serijala.

### 8.2. Postava

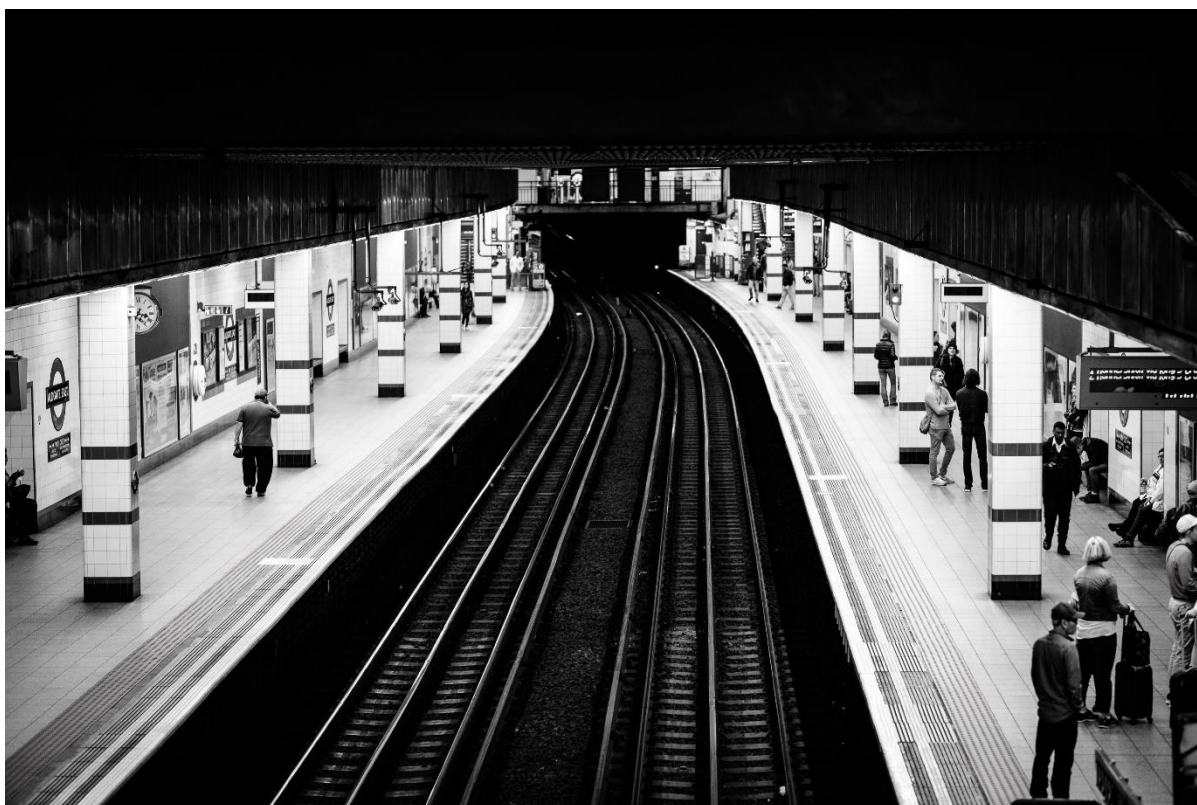
Postava se sastoji od dvadeset (20) fotografskih slika kao konačne serije, selektiranih iz serije nastale u ljeti 2019. godine kroz boravak u Engleskoj. Ispisane su digitalnim tiskom na satin fotopapiru, dimenzija 45x30 cm, 30x45 cm te 30x30 cm, ovisno o formatu. Sve slike imaju isti, bijeli okvir, bijeli paspartu širine deset (10) centimetara sa svih strana, sa prednjim staklom. Sadrže potpis s prednje desne, donje strane slike, a također su sve limitirane ispisom od po četiri (4) primjerka.



*Slika 19: "Kaos u UK"*



*Slika 20: "Stvaralaštvo"*



*Slika 21: "Prostranstvo"*



*Slika 22: "Pogled u prazno"*

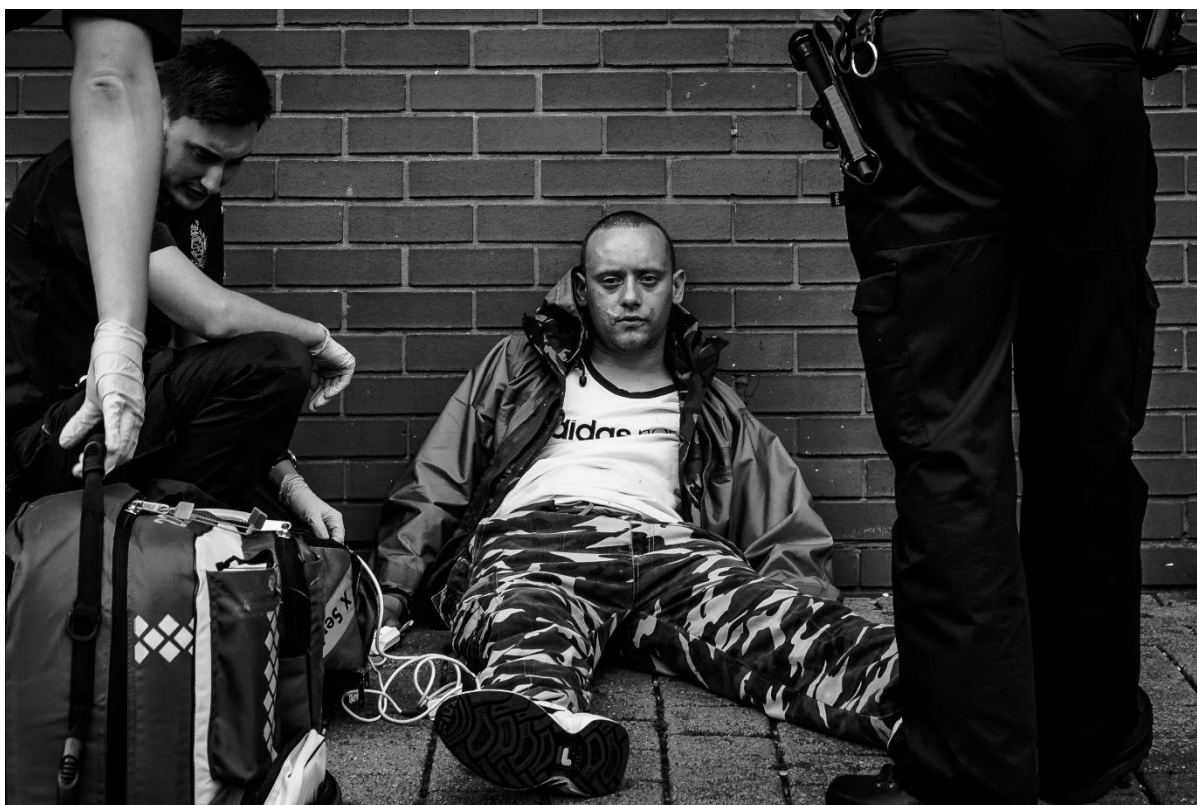




Slika 23: "Prostor"



*Slika 24: "On, ali ona"*



*Slika 25: "Događaj dana"*



*Slika 26: "Izlaz"*



Slika 27: "Ulaz"



Slika 28: "Rođendan"



Slika 29: "National Anthem"



*Slika 30: "Mućke"*



*Slika 31: "Ulaz slobodan"*



*Slika 32: "Stižem"*



*Slika 33: "Brojke"*



*Slika 34: "Izvan okvira"*





*Slika 35: "Svoga tijela gospodar"*



*Slika 36: "Uzdaj se u se"*



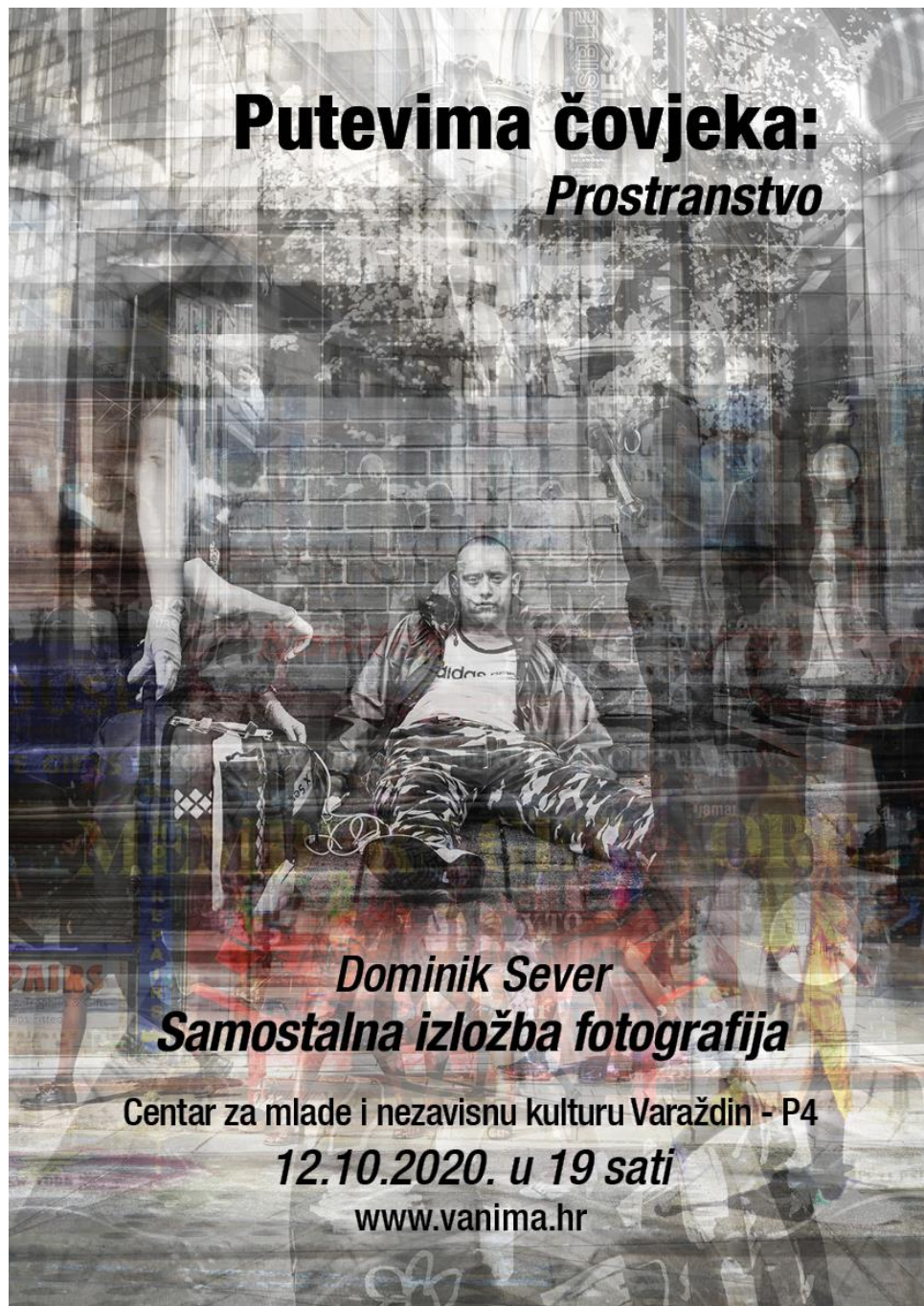
*Slika 37: "Kontradiktornost"*



*Slika 38: "Sad ili kasnije"*

### 8.3. Dizajn plakata

Za potrebe promocije otvorenja fizičke izložbe, izrađen je plakat, s navedenim podacima prema uputama organizatora. Vizualnu pozadinu čini svih dvadeset fotografija, stopljenih u jedno, s istaknutom fotografijom „Događaj dana“.



Ilustracija 1: "Plakat izložbe"

## Literatura

- [1] Platon: Država, Naklada Jurčić, Zagreb, 2009.
- [2] R. Barthes: Svijetla komora, Izdanja Antibarbarus, Zagreb, 2003.
- [3] [https://en.wikipedia.org/wiki/Hand-colouring\\_of\\_photographs](https://en.wikipedia.org/wiki/Hand-colouring_of_photographs), pristupljeno 16. 6. 2020.
- [4] <https://www.loc.gov/pictures/item/2003654314/>, pristupljeno 27. 6. 2020.
- [5] J. Sharma, R. Sharma: Analysis of Key Photo Manipulation Cases and their Impact on Photography, IISUniv.J.A. br. 6, 2017., str. 88-99
- [6] <https://www.loc.gov/pictures/item/2007681056/>, pristupljeno 27. 6. 2020.
- [7] M. Chinonye: Re-examining the credibility of photojournalism in the digital photography and editing era, Benin Mediacom Journal, br. 1-4, 2010./2011., str. 133-148
- [8] G. Kelly: The psychology of personal constructs, Routledge, London; New York, 1991.
- [9] D. Čerepinko: Komunikologija: Kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, 2012.
- [10] I. Kant: Groundwork for the Metaphysics of Morals, Yale University Press, New Haven i London, 2002.
- [11] <https://nppa.org/code-ethics>, pristupljeno 3. 7. 2020.
- [12] G. Sonesson: Post-photography and beyond: From mechanical reproduction to digital production, Visio, br. 4 Postphotography, str. 11-36, 1999.
- [13] P. Rosen: Change Mummified: Cinema, Historicity, Theory, University of Minnesota Press, Minneapolis, 2001.
- [14] A. Solomon-Godeau: Photography after Photography: Gender, Genre, History, Duke University Press, Durham, 2017.
- [15] Ø. Vågnes: "Working Through Contradiction Interminably": Towards a Mathesis Singularis?, Nordic Journal of English Studies, br. 2, 2003., str. 325-344
- [16] J. D. Bolter, R. Grusin: Remediation: Understanding New Media, The MIT Press, Cambridge, 1999.

- [17] E. Caoduro: Photo Filter Apps: Understanding Analogue Nostalgia in the New Media Ecology, Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network, br. 7, 2014., str. 67-82
- [18] G. Bartholenys: The Instant Past: Nostalgia and Digital Retro Photography, Palgrave Macmillan, London, 2014.
- [19] J. Van Dijck: Digital photography: communication, identity, memory, Visual Communication, br. 7, 2008., str. 57-76
- [20] <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=48909>, pristupljeno 18. 7. 2020.
- [21] S. Sontag: On Photography, RosettaBooks LLC, New York, 2005.
- [22] K. Niemeyer: Media and Nostalgia: Yearning for the Past, Present and Future, Palgrave Macmillan, Hampshire, 2014.
- [23] <https://en.wikipedia.org/wiki/Photo-Secession>, pristupljeno 19. 7. 2020.
- [24] J. Baudrillard: Simulacra and Simulation, University of Michigan Press, Michigan, 1994.
- [25] <https://trends.google.com/trends/explore?date=2005-01-01%202020-05-20&geo=US&q=instagram%20filters>, pristupljeno 20. 5. 2020.
- [26] <https://trends.google.com/trends/explore?date=2005-01-01%202020-05-20&geo=US&q=snapchat%20filters>, pristupljeno 20. 5. 2020.
- [27] <https://trends.google.com/trends/explore?date=2005-01-01%202020-05-20&q=lightroom%20presets>, pristupljeno 20. 5. 2020.
- [28] <https://www.telegraph.co.uk/technology/news/8710979/Instagram-Hipstamatic-and-the-mobile-photography-movement.html>, pristupljeno 7. 6. 2020.
- [29] A. Giddens, D. Held: Classes, Power and Conflict: Classical and Contemporary Debates, University of California Press, Berkley i Los Angeles, 1982.
- [30] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=63147>, pristupljeno 24. 5. 2020.
- [31] M. Foucault: Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977, Pantheon Books, New York, 1980.
- [32] W. Benjamin: Paris: Capital of the Nineteenth Century, Perspecta, br. 12, 1969., str. 163-172

- [33] R. Barthes: *The Rustle of Language*, University of California Press, Berkley i Los Angeles, 1989.
- [34] L. Orland-Barak, D. Maskit: *Methodologies of Mediation in Professional Learning*, *Professional Learning and Development in Schools and Higher Education*, Springer International Publishing, br. 14, 2017.
- [35] I. Kant: *Critique of Judgment*, Hackett Publishing Company, Indianapolis, 1987.
- [36] Y. Kao, C. Wang, K. Huang: Visual aesthetic quality assessment with a regression model, *IEEE International Conference on Image Processing (ICIP)*, Quebec, 2015., str. 1583-1587
- [37] S. Žižek: *The Parallax View*, The MIT Press, Cambridge, 2006.
- [38] F. J. Wertz: *The Qualitative Revolution and Psychology: Science, Politics, and Ethics*, *The Humanistic Psychologist*, br. 39, str. 77–104
- [39] R. D. Zakia: *Perception and Imaging: A Way of Seeing*, Focal Press, Burlington, 2013.
- [40] K. Koffka: *Principles of Gestalt Psychology*, *Journal of Mental Science*, br. 82, 1936., str. 269-271
- [41] <https://www.tate.org.uk/art/artworks/warhol-marilyn-diptych-t03093>, pristupljeno 19. 8. 2020.
- [42] D. Bell: *The Cultural Contradictions of Capitalism*, Basic Books, New York, 1978.
- [43] M. Kuška, R. Trnka, A. A. Kuběna, J. Růžička: *Free Associations Mirroring Self and World-Related Concepts: Implications for Personal Construct Theory*, *Psycholinguistics and Philosophical Psychology*, *Frontiers in Psychology*, br. 7, 2016.
- [44] <https://www.statista.com/statistics/802776/distribution-of-users-on-instagramworldwide-gender/>, pristupljeno 24. 5. 2020.
- [45] <https://www.statista.com/statistics/765362/frequency-from-use-from-instagram-in-the-young-boys-spanish-people/>, pristupljeno 25. 5. 2020.
- [46] <https://www.statista.com/statistics/330172/favorite-online-sites-and-apps-among-teenagers-in-great-britain-by-gender/>, pristupljeno 25. 5. 2020.
- [47] D. C. Funder, J. H. Block, J. Block: *Delay of Gratification: Some Longitudinal Personality Correlates*, *Journal of Personality and Social Psychology*, br. 44, 1983.

- [48] <https://trends.google.com/trends/explore?date=2010-01-01%202020-05-20&q=lightroom%20presets,peter%20mckinnon>, pristupljeno 20. 5. 2020.
- [49] <https://consumer.huawei.com/en/phones/p40-pro/>, pristupljeno 12. 9. 2020.
- [50] <https://consumer.huawei.com/en/campaign/p40/sophisticated-camera-system/>, pristupljeno 12. 9. 2020.



## Popis slikovnog sadržaja

<i>Slika 1: Abraham Lincoln, manipulacija;</i> _____	15
<i>izvor: <a href="https://www.loc.gov/pictures/item/2003654314/">https://www.loc.gov/pictures/item/2003654314/</a></i>	
<i>Slika 2: John C. Calhoun, original;</i> _____	15
<i>izvor: <a href="https://www.loc.gov/pictures/item/2003679757/">https://www.loc.gov/pictures/item/2003679757/</a></i>	
<i>Slika 3: General Grant at City Point;</i> _____	15
<i>izvor: <a href="https://www.loc.gov/pictures/item/2007681056/">https://www.loc.gov/pictures/item/2007681056/</a></i>	
<i>Slika 4: Mussolini na konju, poslije i prije;</i> _____	16
<i>izvor: <a href="https://www.medias.rs/ne-bas-autenticne-istorijske-fotografije">https://www.medias.rs/ne-bas-autenticne-istorijske-fotografije</a></i>	
<i>Slika 5: Marilyn Diptich, Andy Warhol;</i> _____	40
<i>izvor: <a href="https://www.mirror.co.uk/incoming/gallery/pop-art-1147797">https://www.mirror.co.uk/incoming/gallery/pop-art-1147797</a></i>	
<i>Slika 6: Huawei P40 Isječak 1;</i> _____	47
<i>izvor: autorski isječak web stranice</i>	
<i>Slika 7: Huawei P40 Isječak 2;</i> _____	47
<i>izvor: autorski isječak web stranice</i>	
<i>Slika 8: Huawei P40 Isječak 3;</i> _____	48
<i>izvor: autorski isječak web stranice</i>	
<i>Slika 9: Huawei P40 Isječak 4;</i> _____	48
<i>izvor: autorski isječak web stranice</i>	
<i>Slika 10: Huawei P40 Isječak 5;</i> _____	49
<i>izvor: autorski isječak web stranice</i>	
<i>Slika 11: Huawei P40 Isječak 6;</i> _____	49
<i>izvor: autorski isječak web stranice</i>	
<i>Slika 12: Huawei P40 Isječak 7;</i> _____	50
<i>izvor: autorski isječak web stranice</i>	
<i>Slika 13: "Fotografija 1";</i> _____	56
<i>izvor: autorska fotografija</i>	
<i>Slika 14: "Grupa 1";</i> _____	57
<i>izvor: autorske fotografije</i>	
<i>Slika 15: "Grupa 2";</i> _____	58
<i>izvor: autorske fotografije</i>	

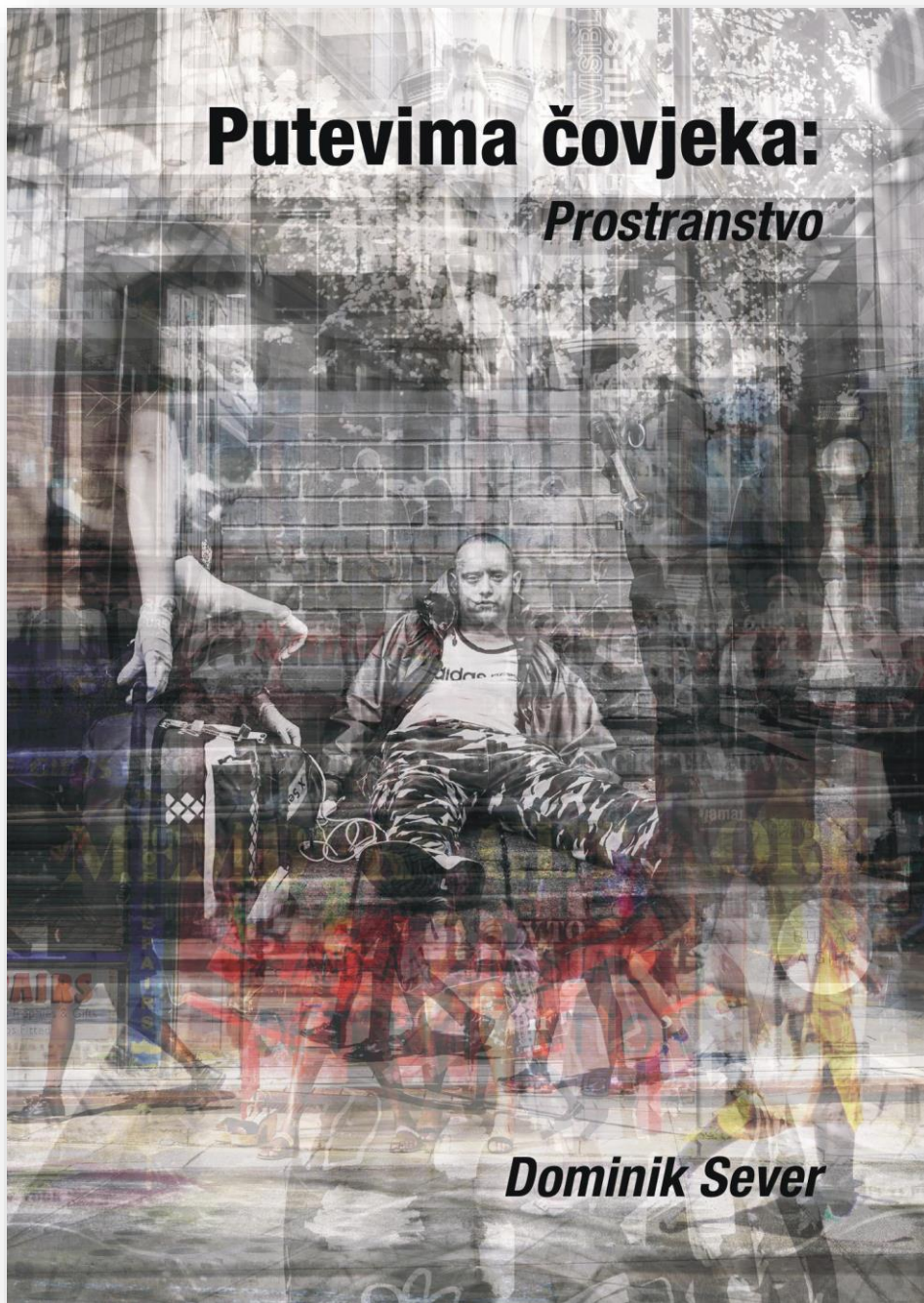
Slika 16: "Fotografija 3";	59
izvor: autorska fotografija	
Slika 17: "Fotografija 4";	60
izvor: autorska fotografija	
Slika 18: "Fotografija 5";	61
izvor: autorska fotografija	
Slika 19: "Kaos u UK";	86
izvor: autorska fotografija	
Slika 20: "Stvaralaštvo";	86
izvor: autorska fotografija	
Slika 21: "Prostranstvo";	87
izvor: autorska fotografija	
Slika 22: "Pogled u prazno";	87
izvor: autorska fotografija	
Slika 23: "Prostor";	88
izvor: autorska fotografija	
Slika 24: "On, ali ona";	89
izvor: autorska fotografija	
Slika 25: "Događaj dana";	90
izvor: autorska fotografija	
Slika 26: "Izlaz";	90
izvor: autorska fotografija	
Slika 27: "Ulaz";	91
izvor: autorska fotografija	
Slika 28: "Rođendan";	91
izvor: autorska fotografija	
Slika 29: "National Anthem";	92
izvor: autorska fotografija	
Slika 30: "Mućke";	93
izvor: autorska fotografija	
Slika 31: "Ulaz slobodan";	94
izvor: autorska fotografija	

Slika 32: "Stižem"; _____	94
izvor: autorska fotografija	
Slika 33: "Brojke"; _____	95
izvor: autorska fotografija	
Slika 34: "Izvan okvira"; _____	95
izvor: autorska fotografija	
Slika 35: "Svoga tijela gospodar"; _____	96
izvor: autorska fotografija	
Slika 36: "Uzdaj se u se"; _____	96
izvor: autorska fotografija	
Slika 37: "Kontradiktornost"; _____	97
izvor: autorska fotografija	
Slika 38: "Sad ili kasnije"; _____	98
izvor: autorska fotografija	
Grafikon 1: "Pitanje 1"; _____	62
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 2: "Pitanje 2"; _____	63
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 3: "Pitanje 3"; _____	65
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 4: Pitanje 4"; _____	66
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 5: "Pitanje 5"; _____	67
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 6: "Pitanje 6"; _____	68
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 7: "Pitanje 7"; _____	69
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 8: "Pitanje 8"; _____	70
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 9: "Pitanje 9"; _____	71
izvor: sažetak Google ankete	

Grafikon 10: "Pitanje 10";	72
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 11: "Pitanje 11";	73
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 12: "Pitanje 12";	74
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 13: "Pitanje 13";	75
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 14: "Pitanje 14";	76
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 15: "Pitanje 15";	77
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 16: "Pitanje 16";	78
izvor: sažetak Google ankete	
Grafikon 17: "Pitanje 17 (prisustvovali)";	79
izvor: Google Sheets tablica	
Grafikon 18: "Pitanje 17 (nisu prisustvovali)";	79
izvor: Google Sheets tablica	
Grafikon 19: "Pitanje 18 (prisustvovali)";	80
izvor: Google Sheets tablica	
Grafikon 20: "Pitanje 18 (nisu prisustvovali)";	80
izvor: Google Sheets tablica	
Grafikon 21: "Pitanje 19 (prisustvovali)";	81
izvor: Google Sheets tablica	
Grafikon 22: "Pitanje 19 (nisu prisustvovali)";	81
izvor: Google Sheets tablica	
Grafikon 23: "Pitanje 20 (prisustvovali)";	82
izvor: Google Sheets tablica	
Grafikon 24: "Pitanje 20 (nisu prisustvovali)";	82
izvor: Google Sheets tablica	
Ilustracija 1: "Plakat izložbe";	99
izvor: autorski dizajn	

Prilozi

Brošura (pretpregled)



## *O konceptu*

Putevima čovjeka, serijal je izložbi koji se globalno dotiče postojanja čovjeka; samog sebe. Serijali su odraz autorovih životnih epizoda, a prvi, Prostranstvo (Vastness), opisuje traženje svojega, objašnjenje svijesti, valorizacija općemasovnog tumačenja pesimizma kao neutralnog, pokušaj opravdavanja nihilizma i Schopenhauerovog pesimizma samom sebi te; uz kretanje kroz prostor i vrijeme, istraživajući svijet oko sebe, komparirajući druge sa

samim sobom i pokušavajući pronaći svoje mjesto u njemu. Krajnji cilj je u svom prostranstvu (fizičkom, vremenskom i psihičkom) pronaći "svoje" mjesto. Odgovora/mjesta mogu biti dva: ono prihvaćeno u trenutnoj epizodi, ili traženje nekog novog, u sljedećoj, novoj epizodi što može biti otkriveno tek novim izlaganjem; novom epizodom. Svaka je nova epizoda produkt prethodnih. Ukoliko je to objašnjenje mijenjanja sebe i jastva tijekom života, onda je upravo uzročno-posljedična veza objašnjenje smisla ovog serijala.

2

3



*Kaos u UK*

4

5



7

*Prostranstvo*

*Stvaralaštvo*



6



*Pogled u prazno*

8

9



*Prostor*

10



*On, ali ona*

11



*Događaj dana*

12

13





Izlaz

14

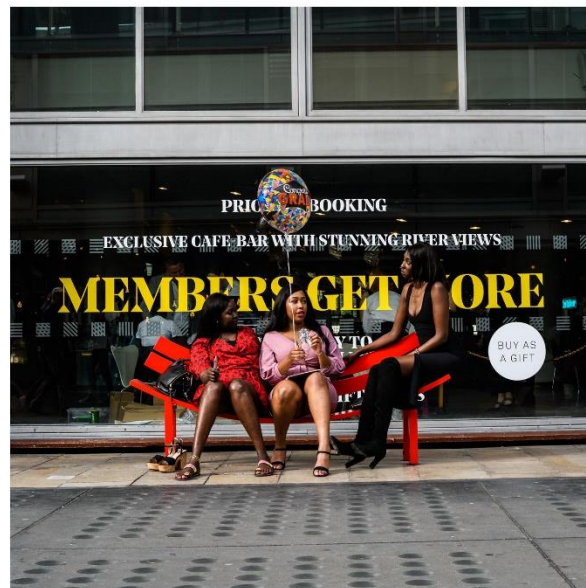


15

Ulaz



16



Rodendan

17



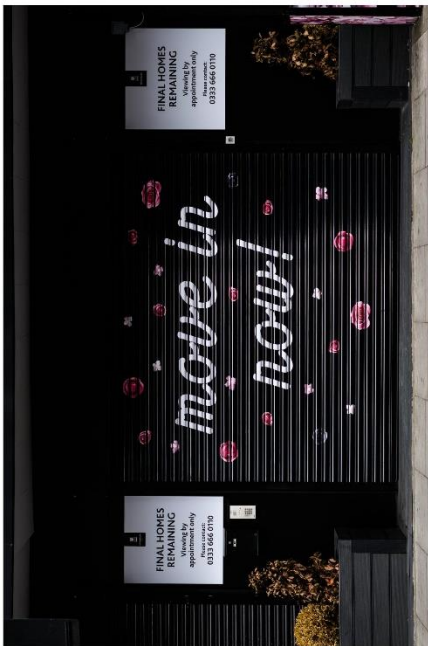
National Anthem

18



Mučke

19



Ulaz slobodan

20



Stižem

21



*Brojke*

22

23



*Izvan okvira*

24



*Svoga tijela gospodar*

25



*Uzdaj se u se*

26



*Kontradiktornost*

27



*Sad ili kasnije*

28

29

Zahvale:

*Mario Periša  
Hrvoje Selec  
Iva Sinković  
Aleksandar Zagorec  
Marta Konjačić  
Marko Šambula*



## **UDRUGA MOP**

SVEUČILIŠTE SJEVER

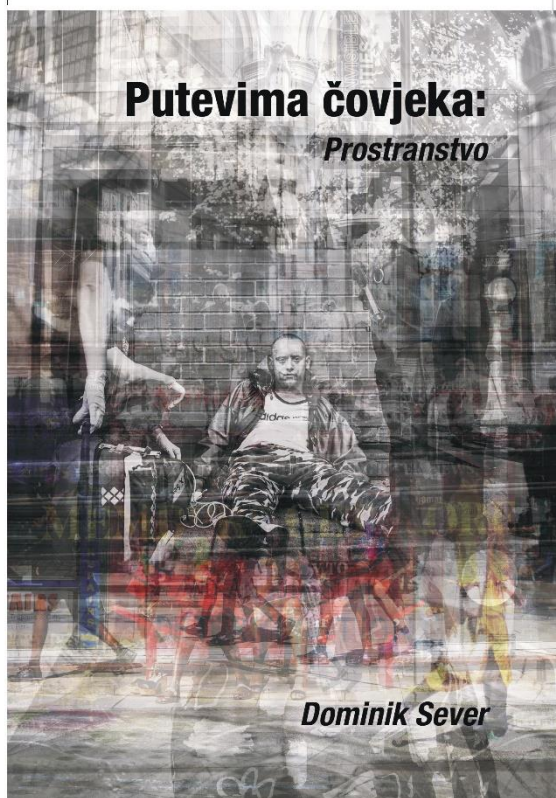
*U Varaždinu,  
12.10.2020. u 20 sati  
Centar za mlade i nezavisnu kulturu Varaždin - P4  
[www.vanima.hr](http://www.vanima.hr)*

## Brošura (prijelom)



**UDRUGA MOP**  
SVEUČILIŠTE SJEVER

U Varaždinu,  
12.10.2020. u 20 sati  
Centar za mlade i nezavisnu kulturu Varaždin - P4  
[www.vanima.hr](http://www.vanima.hr)



**Putevima čovjeka:**  
*Prostranstvo*

**Dominik Sever**

### ***O konceptu***

Putevima čovjeka, serijal je izložbi koji se globalno dotiče postojanja čovjeka; samog sebe. Serijali su odraz autorovih životnih epizoda, a prvi, Prostranstvo (Vastness), opisuje traženje svojega, objašnjenje svijesti, valorizacija općemasovnog tumačenja pesimizma kao neutralnog, pokušaj opravdavanja nihilizma i Schopenhauerovog pesimizma samom sebi te; uz kretanje kroz prostor i vrijeme, istraživajući svijet oko sebe, komparirajući druge sa

2

Zahvale:

Mario Periša  
Hrvoje Selec  
Iva Sinković  
Aleksandar Zagorec  
Marta Konjačić  
Marko Šambula

31

samim sobom i pokušavajući pronaći svoje mjesto u njemu. Krajnji cilj je u svom prostranstvu (fizičkom, vremenskom i psihičkom) pronaći "svoje" mjesto. Odgovora/mjesta mogu biti dva: ono prihvaćeno u trenutnoj epizodi, ili traženje nekog novog, u sljedećoj, novoj epizodi što može biti otkriveno tek novim izlaganjem; novom epizodom. Svaka je nova epizoda produkt prethodnih. Ukoliko je to objašnjenje mijenjanja sebe i jastva tijekom života, onda je upravo uzročno-posljedična veza objašnjenje smisla ovog serijala.

30

3



4

29





*Sad ili kasnije*

28



*Kaos u UK*

5



*Stvaralaštvo*

6



*Kontradiktornost*

27



*Uzdaj se u se*

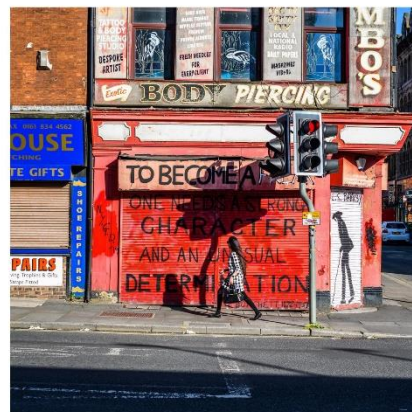
26

7

*Prostranstvo*



8



*Svoga tijela gospodar*

25



*Izvan okvira*

24



*Pogled u prazno*

9



*Prostor*

10



*Brojke*

23



22



*On, ali ona*

11

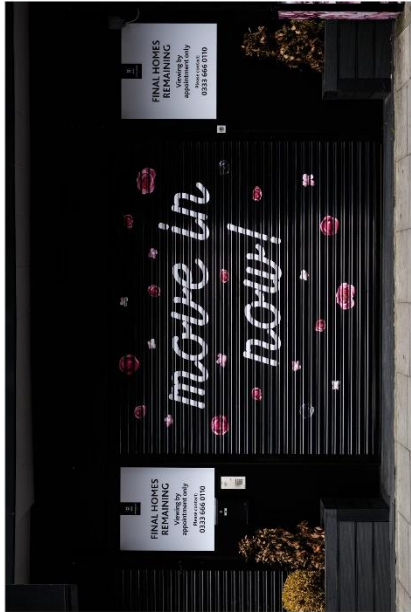


12



*Stižem*

21



Ulaz slobodan

20



Događaj dana

13



Izlaz

14



Mučke

19



National Anthem

18

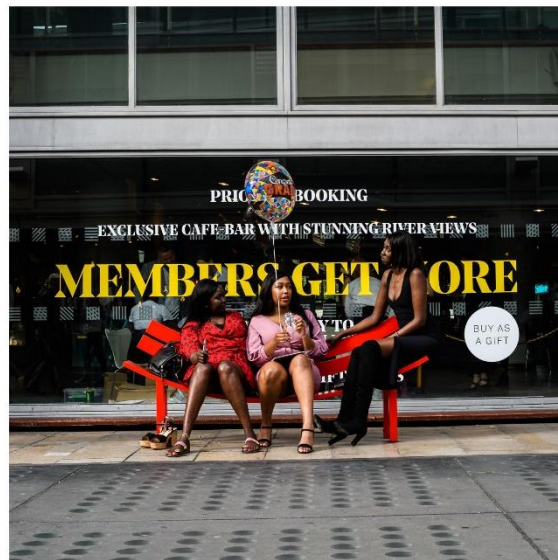


15

Ulaz



16



17

Rodendan

## Životopis

Dominik Sever rođen je 1996. godine u Varaždinu. Uz osnovnu školu, pohađa osnovnu glazbenu školu u sklopu Umjetničke škole Miroslav Magdalenić Čakovec. Nastavlja upisom srednjoškolskog smjera gitarist u Glazbenoj školi u Varaždinu 2010. godine, paralelno s Gimnazijom Žiger. Dijelom pohađa Gimnaziju Josipa Slavenskog Čakovec, a srednje obrazovanje završava u Gimnaziji Žiger. Na Sveučilištu Sjever, 2014. godine, upisuje stručni preddiplomski studij Multimedija, oblikovanje i primjena te shodno, 2018. godine, upisuje sveučilišni diplomski studij Multimedija, na Sveučilištu Sjever. Glazbom se počinje baviti s 10 godina kao gitarist i kantautor te samostalnim učenjem o audio produkciji s 12 godina. Neka djela objavljuje s 15 godina, u sklopu prvog samostalnog glazbenog albuma te 17 u sklopu drugog. Ubrzo se priključuje glazbenom sastavu Fajrunt s kojim 2014. izdaje njihov prvi album, u samostalnoj produkciji i izdavaštvu. U sklopu sastava nastupa na brojnim pozornicama diljem Hrvatske i Slovenije s popularnim sastavima hrvatske alternativne scene, posebno ističući onaj u Areni Varaždin kao predgrupa Hladnom Pivu. Alternativnim istupanjem nastavlja 2016. godine kao osnivač glazbenog sastava Natasha. Interes za fotografiju otkriva 2015. godine, ubrzo nakon upisa na studij. Do sada, sudjeluje na raznim grupnim izložbama, a nekoliko puta kao finalist fotografskih natječaja. Na drugoj godini studija, 2016. godine, osnuje agenciju Insy Productions, usmjerivši se profesionalno na fotografsku, video i audio produkciju. Na preddiplomskom studiju dobiva Rektorovu nagradu za najbolji studentski rad u umjetničkoj kategoriji u akademskoj godini 2015./2016., a kroz cjelokupni studij osvaja razna priznanja. Trenutno je kao apsolvent sveučilišnog diplomskog studija Multimedija na Sveučilištu Sjever studentski predstavnik Odjela za multimediju, član Senata te zamjenik predsjednika Studentskog Zbora Sveučilišta Sjever. Vrijeme najmilije posvećuje struči relevantnom istraživanju o humanističkim i društvenim znanostima no i općenito, uličnoj fotografiji, stvaranju glazbe i glazbenih video spotova.



IZJAVA O AUTORSTVU  
I  
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, DOMINIK SEVER (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom UTJECAJ DIGITALNE PRODUKCIJSKE OBRADE (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova. FOTOGRAFSKE SLIKE NA PERCEPCIJU

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, DOMINIK SEVER (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom UTJECAJ DIGITALNE PRODUKCIJSKE OBRADE (upisati naslov) čiji sam autor/ica. FOTOGRAFSKE SLIKE NA PERCEPCIJU

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

(vlastoručni potpis)