

# Posljednji dani

---

Grobotek, Željka

Master's thesis / Diplomski rad

2012

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Academy of Fine Arts / Sveučilište u Zagrebu, Akademija likovnih umjetnosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:215:019637>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-26**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Fine Arts in Zagreb](#)



# POSLJEDNJI DANI

diplomski rad

Željka Grobotek

mentor: Robert Šimrak

Akademija likovnih umjetnosti u Zagrebu

2012.



Akademija likovnih umjetnosti

Ilica 85, Zagreb

Grafički odsjek

# POSLJEDNJI DANI

diplomski rad

diplomski sveučilišni studij grafike

Željka Grobotek

mentor: Robert Šimrak

Akademija likovnih umjetnosti u Zagrebu

2012.

*Umjetnost u društvu koje se raspada,  
ako je iskrena, mora odražavati i raspadanje.  
A ako ne želi iznevjeriti svoju ulogu u društvu,  
umjetnost mora prikazati promjenjivost svijeta.  
I pomoći mu da se promijeni.  
~Ernst Fischer*

## UVOD

*U Bibliji se izraz „posljednji dani“ odnosi na zaključno razdoblje koje prethodi izvršenju Božje presude, a ukazuje na svršetak postojećeg društvenog i vjerskog poretka.*

*„A ovo znaj: u posljednjim danima nastat će naročito teška vremena. Jer ljudi će biti sebični, pohlepni za novcem, umišljeni, oholi, hulnici, neposlušni roditeljima, nezahvalni, nevjerni, bezosjećajni prema drugima, nespremni na bilo kakav dogovor, klevetnici, neobuzdani, okrutni, bez ljubavi prema dobroti, izdajnici, svojeglavi, ponosni, više će voljeti užitke nego Boga i naizgled će biti bogobojazni, ali neće bogobojazno živjeti. Takvih se kloni.“ ~2.Timoteju 3:1-5*

*Moj diplomski rad se nastavlja na teme kojima se bavim kroz duže vrijeme svog umjetničkog rada. Uglavnom me zaokuplja sociološka tematika, te svojim radom pokušavam prodrijeti u srž društvenih problema. Od kad sam se aktivno počela kretati u društvu uočavam slične obrasce ponašanja kod ljudi i probleme s kojima se susrećem. Preko svog umjetničkog rada i istraživanja na tu temu dolazim do likovnog rješenja sa kojim nastojim sebi objasniti uzroke tih pojava pa tako i osvijestiti ljude oko sebe.*

*Teme kojima se bavim mogla bi svesti na ova pitanja:*

*° Ljudi su često robovi određenih obrazaca ponašanja i nepromišljenih postupaka; zašto je tome tako?*

*° Kako mainstream mediji utječu na ljudsku svijest?*

*° U kojoj mjeri mainstream mediji (reklamama, promoviranjem nasilja, laži, materijalizma, konzumerizma, izvnutih vrijednosti, subliminalnim porukama, kreiranjem genetski modificiranog svijeta) utječu na inteligenciju populacije?*

° Što/tko se krije iza takvog bombardiranja informacijama?

Bitno je napomenuti da koliko god sam se pokušala izolirati od nametnutih vrijednosti društva i medija, radi sačuvanja vlastitih moralnih vrijednosti, nisam u tome uspjela. Informacije su kao takve jednostavno dolazile do mene, a najbolji primjer toga su plakati postavljeni na ulicama često popraćeni raznim melodijama na koje se ne može ne reagirati. Stoga, materijal za diplomski rad sam skupljala isključivo od informacija koje su dolazile do mene bez da sam se posebno trudila pronaći ih. Znala sam da ću svaki dan u ruke dobiti glavni materijal za svoj rad. Na taj način sam skupljala materijal da dokažem da od zasipanja informacijama takve vrste ne mogu pobjeći, već da se sa njima moram suočiti, objasniti ih i pronaći izvor iz kojeg dolaze.

Izbor članaka i fotografija vršim sukladno sa svojim osjećajem koji se temelji na izrazitom gađenju prema njima i smatram da im je svrha rušenje ljudskog duba, morala i dostojanstva, kako tematski tako i vizualno. Članci u novinama su često vrlo sitni pa ljudi na njih i ne obraćaju pažnju, no njihova podsvijest ih svejedno percipira. Upravo iz tog razloga ih ja u svom radu uvećavam. Važno je napomenuti da ne mijenjam redoslijed teksta i fotografija u novinskim člancima kao ni u prikupljenom materijalu sa televizije tako da bi dala istinit uvid u postojeću situaciju. Aranžiram ih prema vlastitim asocijacijama i vizualnim elementima sa kojim sam se susrela tijekom svojih istraživanja.

Forma vitraja se kao ideja nastavlja na moj rad sa IV. godine studija. Zanimljivao me postupak printanja na backlight foliji i pričvršćivanja iste na prozorsko staklo jer daje vrlo snažan vizualni dojam. Smatram da spoj forme vitraja i ideje u ovom radu rezultira jasnom porukom ljudskom društvu.

## SADRŽAJ

UVOD . . . . .	V
Znakovi posljednjih dana	
I. Biblija . . . . .	1
II. Svijet . . . . .	2
Sociološko značenje televizije	
I. Televizija . . . . .	3
II. Subliminalne poruke . . . . .	3
III. Promoviranje nasilja . . . . .	4
IV. Nametnuti ideali ljepote	
V. Stereotip . . . . .	5
VI. Simulakrum . . . . .	5
Primjeri radova . . . . .	6
Konzumerizam	
I. Konzumerizam općenito . . . . .	12
II. Konzumerizam ljubavi . . . . .	12
Primjeri radova . . . . .	13
III. Konzumerizam religije . . . . .	16
IV. Idolopoklonstvo . . . . .	16
V. Babilon Veliki . . . . .	16
Primjeri radova . . . . .	17
VI. Konzumerizam umjetnosti . . . . .	22
VII. Kič . . . . .	22
Primjeri radova . . . . .	23
VIII. Konzumerizam života . . . . .	24
Primjeri radova . . . . .	25
Genetski modificirani svijet	
I. GMO . . . . .	30
II. Chemtrails . . . . .	30
III. Fluor . . . . .	30
Primjeri radova . . . . .	31
Pop kultura	
I. Zaglupljivanje . . . . .	34
Primjeri radova . . . . .	35
Spoj forme vitraja i masovnih medija	
I. Demistifikacija . . . . .	38
II. . . . .	40
Originalni isječci	
I. . . . .	41
Umjetnost	
I. Tematske poveznice . . . . .	45
II. Vizualne poveznice . . . . .	47
Literatura i tehnički podaci o radu	
I. . . . .	49

*Zatim je Jehova Bog rekao:  
“Evo, čovjek je postao kao jedan od nas,  
znajući što je dobro, a što zlo.  
Da ne bi sada ispružio ruku svoju, pa i s drveta  
života uzeo plod te ga pojeo i živio vječno...  
Zato ga je Jehova Bog istjerao iz vrta edenskog  
da obrađuje zemlju od koje je i uzet.  
I tako je izagnao čovjeka, a na istoku vrta edenskog  
postavio je kerube i mač plamene oštrice,  
koji se stalno okretao čuvajući put k drvetu života.  
~1. Mojsijeva 3:22-24*



# Znakovi posljednjih dana

## I. Biblija

Već duže vrijeme me prati osjećaj da nešto s ovim svijetom nije u redu. Sistem vrijednosti koji se danas promovira pun je raznih distorzija kojima se vrijeđa čovjek kao Božje stvorenje. U početku svog suživota s takvim nametnutim vrijednostima bila sam povrijeđena, dok nisam počela tražiti uzroke takvog stanja. Čitala sam mnogo literature koja bi se mogla svrstati u New age vrstu literature a koja je sadržavala brojne istine, no ona me nije dovela do potpune istine. Tražila sam sve dok se nisam susrela s Biblijom gdje sam naišla na činjenicu da živimo u vremenu posljednjih dana. Premda sam uvodu sam napisala kakva će biti obilježja posljednjih dana, ovdje ću nadopuniti tu istinu s još nekim citatima iz Biblije.

„Prije svega znajte ovo: u posljednjim će se danima pojaviti podrugljivci koji će se rugati, povoditi se za svojim željama i govoriti: 'Gdje je ta njegova obećana prisutnost? Otkada su naši praoci pomrli, sve stoji kao što je bilo od početka stvaranja.' Jer namjerno previdaju da su davno postojala nebesa i da je zemlja stajala iznad vode i usred vode po riječi Božjoj. Njome je ondašnji svijet bio uništen kad je bio potopljen vodom. A sadašnja nebesa i zemlja tom su istom riječju pohranjeni za vatru i čuvaju se do dana suda i uništenja bezbožnika.“ ~2. Petrova 3:3-7

„Stoga vi, ljubljene, budući da to unaprijed znate, čuvajte se da vas ti drski bezakonici ne odvuču svojom zabludom i da ne izgubite svoju postojanost.“ ~2. Petrova 3:17

„Tada su ga upitali: 'Učitelju, kada će to biti i što će biti znak da je došlo vrijeme da se to dogodi?' A on je rekao: 'Pazite da se budete zavedeni! Jer mnogi će doći u ime moje i govoriti: 'Ja sam Krist' i 'Vrijeme se približilo'. Nemojte ići za njima! A kad

čujete za ratove i nemire, ne plašite se! Jer to se mora najprije dogoditi, ali neće odmah doći kraj.' Zatim je rekao: 'Narod će ustati na narod i kraljevstvo na kraljevstvo. I bit će jakih potresa i po raznim mjestima bit će pošasti i gladi. Bit će straha i velikih znakova s neba. A prije svega toga dignut će vas na ruke, progonit će vas i predavati u sinagoge i zatvore i voditi vas pred kraljeve i upravitelje zbog imena mogega. To će vam biti prilika da svjedočite. Stoga nemojte unaprijed razmišljati što ćete reći u svoju obranu jer ja ću vam dati riječi i mudrost kojima se svi vaši protivnici zajedno neće moći suprotstaviti niti će ih moći osporiti. A predavat će vas čak i roditelji, braća, rođaci i prijatelji. Neke će od vas i ubiti. I svi će vas mrziti zbog imena mogega.“ ~Luka 21:7-16

„Teško trudnicama i dojiljama u te dane! Jer će strašna nevolja snaći ovu zemlju i gnjev će se izliti na ovaj narod. Past će od oštrice mača i odvest će ih u zarobljeništvo među sve narode. I Jeruzalem će gaziti neznabošci dok ne završe vremena neznabožaca. I bit će znakovi na suncu, mjesecu i zvijezdama, a narode na zemlji obuzet će tjeskoba i osjećaj nemoći zbog huke mora i valova, i ljudi će tada gubiti svijest od straha i očekivanja onoga što će zadesiti svijet, jer će se sile nebeske uzdrmati.“ ~Luka 21:23-26

„Kaži nam kada će to biti i što će biti znak tvoje prisutnosti i svršetka ovog poretka?' Isus im je odgovorio: 'Pazite da vas tko ne zavede! Jer mnogi će doći u ime moje i govoriti: 'Ja sam Krist!' I mnoge će zvesti. Čut ćete metež ratni i vijesti o ratovima. Pazite da se ne uplašite! Jer to se mora dogoditi, ali tada još nije kraj. Jer narod će ustati na narod i kraljevstvo na kraljevstvo i bit će gladi i potresa po raznim mjestima. Sve je to početak bolnih nevolja. Tada ćete od ljudi trpjeti nevolje i ubijati će vas i svi

će vas narodi mrziti zbog imena mojega. I mnogi će tada otpasti od vjere i izdavati će jedni druge i mrziti jedni druge. Ustat će mnogi lažni proroci i zavesti mnoge. Bezakonje će porasti, pa će kod većine ohladnjeti ljubav. Ali tko ustraje do kraja, taj će biti spašen. I ova dobra vijest o kraljevstvu propovijedat će se po svemu svijetu za svjedočanstvo svim narodima, i tada će doći kraj.“ ~Matej 24:4-14

„Kad vidite da se sve to događa, znajte da je blizu kraljevstvo Božje! Zaista, kažem vam, ovaj naraštaj neće proći dok se sve to ne dogodi.“ ~Luka 21:31-32

„Djeco, posljednji je čas i, kao što ste čuli da će doći antikrist, već sada su se pojavili mnogi antikristi. Po tome znamo da je posljednji čas.“ ~1. poslanica Ivanova 2:18

„Tada im je Isus počeo govoriti: ‘Pazite da vas tko ne zavede! Mnogi će doći u ime moje i govoriti: ‘Ja sam Krist!’ I mnoge će zavesti. A kad čujete metež ratni i vijesti o ratovima, ne plašite se! To se mora dogoditi, ali tada još nije kraj. Jer narod će ustati na narod i kraljevstvo na kraljevstvo, bit će potresa po raznim mjestima i bit će gladi. To je početak bolnih nevolja. Ali pazite na sebe! Predavat će vas po sudovima i tući će vas u sinagogama i vodit će vas pred upravitelje i kraljeve zbog mene, njima za svjedočanstvo. I u svim se narodima najprije mora propovijedati dobra vijest. A kad vas budu vodili na sud, nemojte se unaprijed brinuti što ćete govoriti, nego što vam god bude dano u tom času, to govorite, jer nećete govoriti vi, nego sveti duh. Brat će brata predati na smrt i otac dijete i djeca će ustati na roditelje i dati da ih se pogubi.“ ~Marko 13:5-12

“To su ljudi koji prigovaraju, koji se žale na svoje životne okolnosti, koji žive po svojim željama i čija usta oholo govore, i koji laskaju istaknutim pojedincima radi vlastite koristi. A vi, ljubljani, sjetite se riječi koje

su govorili apostoli našeg Gospodina Isusa Krista, koji su vam govorili: ‘U posljednje vrijeme bit će podrugljivaca, koji će živjeti po bezbožnim željama svojim.’ To su oni koji siju razdor, tjelesni ljudi, koji nemaju duha Božjega.” ~Juda 16-19

## II. Svijet

I prije nego što sam ozbiljnije počela shvaćati Bibliju, uočila sam već navedene pojave u društvu. U diplomatskom radu sam pokušala sažeti sve glavne teme u kojima se najviše očituju znakovi vremena. Za primjere nasilja nisam odabrala članke koji doslovno prikazuju nasilje jer smatram da je to previše očito stoga sam navodila one koji prikazuju nasilje na vrlo suptilan način. Sistem je tako konstruiran da su ljudi zaokupljeni osnovnim egzistencijalnim problemima što ih na neki način tjera da tromo razmišljaju, pa im taj isti sistem podmeće suptilne poruke najviše putem “mainstream” medija (televizija, novine, časopisi, plakati...).

Moj stav koji je u početku bio heretički, agnostički, nihilistički, isprepleten s new age religijom, pa čak i s okultnim, pretvorio se u stav koji je vrlo biblijski.

# Sociološko značenje televizije

## I. Televizija

„Televizija spaja sliku i zvuk i danas je najutjecajniji medij. Televizijska slika nosi najpotpunije i najsazetije informacije koje snažnije od bilo kojega drugog medija djeluju na svijest primatelja. Televizija neposredno djeluje na emocije kao nijedan drugi medij. Kao takva, često se zloupotrebljava u političke i druge svrhe. Gledateljima televizije se savjetuje, da vrlo kritično sagledaju svaku informaciju, koje su ponekad nepristrane. Nasilni sadržaj može potaknuti nasilno ponašanje.“ ~Wikipedia, slobodna enciklopedija

Nedavno je bila na radiju emisija u kojoj je bilo postavljeno pitanje ljudima što njima znači televizija, na što su ljudi odgovarali da ne mogu bez nje, da im je centar doma, te su neki navodili da im je kao član obitelji. Mnogim obiteljima televizija odgaja djecu. Cijeli televizijski sustav proizvodi priče o kojima ljudi razmišljaju te se gubi razlika između stvarnosti i izmišljenog. Ponašanje viđeno na televizijskom programu odjednom postaje uobičajeno u stvarnim situacijama i na taj način se uništavaju međuljudski odnosi. Televizija je poput boga (s malim slovom) koji diktira ljudima kako da izgledaju, što da rade, gdje da idu, tko da budu, što da vole...

Često sam čula tvrdnju da moram pratiti što kažu mediji jer neću biti u toku s vremenom, stoga sam ponekad znala upaliti televizor. Nisam mogla podnijeti torturu s kojom sam se susrela gledajući televizijski program. Od Big Brothera, preko drugih emisija za kreiranje instant zvijezda, do crtanih filmovima u kojima se promoviraju izvrnute vrijednosti, do sapunica koje prikazuju samo dno međuljudskih odnosa. Isticanjem gluposti kreiraju se glupi ljudi, isticanjem izvrnutih vrijednosti podržava se svijet kojim vladaju izvrnute vrijednosti.

Stoga je moj obrambeni mehanizam bio fotografiranje televizijskog ekrana odnosno programa te dokumentiranje glupih i uvredljivih sadržaja. To je bio način da spojim svoja opažanja i određenu dozu humora.

## II. Subliminalne poruke

Možda nismo svjesni toga, da filmovi i reklame mogu sadržati suptilne poruke, koje na nevidljiv način kontroliraju naše ponašanje. Subliminalne poruke su vrsta poruke koje su ispod granica ljudske percepcije, tako da ih oko ili razum ne mogu svjesno registrirati. To su signali ili poruke najčešće umetnuti u drugi objekt s ciljem zaobilaženja normalnih granica opažanja.

“Početak uporabe subliminalnih tehnika vezan je za dnevni tisak te traje najmanje od Prvog svjetskog rata. Naime, 1917. godine na naslovnici američkog magazina ‘The Saturday Evening Post’ u prvi pohod Normana Rockwella uklopljen je seks. Povijest nadalje bilježi korištenje prikrivenih poruka u filmskoj industriji. Godine 1957. istraživač marketinške znanosti i psiholog James Vicary za vrijeme prikazivanja filma ‘Piknik’ u jednom od kina u New Jerseyu proveo je jedan od najpoznatijih eksperimenata ove vrste. Svakih 5 sekundi na platnu su se pojavljivale riječi: ‘Gladan?’, ‘Jedi kokice’ i ‘Pij Coca-Colu’. Poruke su bile vješto skrivene unutar projekcije filma, a trajale su samo 0.003 sekundi. Prodaja kokica u toj kino dvorani povećala se za 57.8 %, a Coca-Cola za 18.1 %. Eksperiment je nazvan ‘Invisible commercial’. Eksperimenti, naravno, nisu ograničeni samo na film ili televiziju. Godine 1958. radio postaja ‘WAAF’ u Chicagu emitirala je zvučne subliminalne poruke. Sličan slučaj dogodio u vezi radio postaje ‘KOL’ iz Seattlea, gdje su emitirane jedva čujne podsvesne poruke snimljene

ispod glazbe DJ-a, a jedna od njih glasila je 'Što kažeš na šalicu kave?'

Subliminalne poruke danas se široko koriste – u novinama, filmovima, glazbi, reklamama na svim platformama, čak i u crtanim filmovima. Zanimljivo je kako su najkorištenije riječi, fraze i slike vezane za seks. Objašnjenje polazi od toga da sugeriranje ljudima na seks potiče njihovu energiju kroz više aspekata, a tako vjerojatno i kupnju proizvoda koji se reklamiraju.

Nijedna subliminalna poruka nije javno priznata niti potvrđena. Ovdje su navedeni neki od najzanimljivijih primjera:

° U jednom od Disneyevih crtanih filmova na zvjezdanom nebu iznad ora zvjezdama je ispisana je riječ 'sex'. Također, na promotivnom plakatu iste kompanije za jedan drugi crtani film na crtežu kule jasno se vidi penis u erekciji

° U filmu Gospodar prstenova: Prstenova družina na prstenu su umjesto riječi koje se na njemu nalaze u knjizi ispisane riječi Coca~Cola

° Na novčanici afričke države Sejšeli od 50 rupija u gornjem desnom uglu listovima palme ispisana je riječ 'sex'

° U pjesmi 'Stairway to heaven' grupe Led Zeppelin navodno se pojavljuju sotonističke poruke. Naime, ako se jedan dio pjesme sluša unazad, jasno se čuje tekst u kojem se spominje sotona. Što je još zanimljivije, ovaj fenomen navodno su otkrile časne sestre nakon što su uvježbavale pjesmu budući da im je bila vrlo lijepa. Do otkrića je došli kada su na radiju premotavali vrpču, što je slično tomu kao da se pjesma izvodi unazad. Navedeni video-clip ima vrlo veliku popularnost na Youtubeu.

Postoje i mnoge kontroverze vezane za subliminalne poruke. Nastaju iz razloga jer je takve poruke lako moguće primijeniti i u smislu manipulacije masama. Tako se s vremenom otkrilo, međutim nikada nije službeno potvrđeno, da se u SAD-u vrlo

često, gdje god je to moguće, koristi riječ 'obey' (prevedeno na hrvatski jezik: ispunjavati, izvršavati, slušati), a samo s ciljem da se američka javnost što lakše prilagodi i priključi američkim oružanim snagama.

Također, studije koje je proveo izraelski znanstvenik Ran Hassin s odsjeka za psihologiju Hebrejskog sveučilišta u Jeruzalemu pokazuju da subliminalno predstavljanje nacionalnog simbola (poput državne zastave) utječe ne samo na političke stavove, nego i na glasačke namjere i stvarno glasanje na općim izborima." ~Wikipedija, slobodna enciklopedija

### III. Promoviranje nasilja

"Kažem vam dakle: Po duhu živite, pa nećete udovoljavati željama tijela! Jer tijelo se sa svojim željama protivi duhu, a duh se protivi tijelu. Doista, oni se protivne jedno drugome, tako da ne činite ono što biste htjeli. A ako vas vodi duh, niste pod zakonom. A očita su dijela tijela. To su: blud, nečistoća, besramnost, idolopoklonstvo, vraćanje, neprijateljstva, svađe, ljubomora, izljevi gnjeva, sukobi, podjele, sljedbe, zavisti, pijanke, razuzdane gozbe i tome slično. To vam unaprijed kažem, kao što sam vam već i rekao, da oni koji takvo što čine neće naslijediti kraljevstvo Božje." ~Galaćanima 5:19-21

U televizijskim sapunicama prikazuje se oblik nasilja, kako u međuljudskim odnosima, tako i nad ljudima koji gledaju takav program. TV sapunice imaju, banalnu predvidljivu i lako pamtljivu radnju s likovima čija je prošlost puna skandala i senzacionalnih obrata te su neka vrsta kiča u kojem se manipulira ljudskim osjećajima.

Fotografirajući televizijski program uspjele sam uhvatiti kadrove koji u potpunosti potkrjepljuju moje razmišljanje. Sjećam se slučaja iz svog djetinjstva kada je izašla vijest da je neka gospođa uplatila misu za lika iz serije Marisol što prikazuje jedno od bezazlenijih djelovanja sapunica na ljudski

um. Taj postupak nam ukazuje na religiju kao na Babilon Veliki odnosno na carstvo krive religije.

### IV. Nametnuti ideali ljepote

Televizijske reklame u kojima se reklamiraju kreme protiv bora, tinkture za različite vrste dijeta, te ostale reklame koje ističu slične vrijednosti neki su od ideala ljepote koji se nameću ljudima. Još jedan od primjera je i lutka Barbie, igračka koju narušava granicu između zrele dobi i djetinjstva. Ovdje se dešava fantazmatski odnos: "djevojčica se igra vlastitim idealnim ženskim modelom, dakle vlastitom majkom koja je barem što se tiče dimenzija postala djevojčicom" ~Victor Stoichita

### V. Stereotip

Riječ stereotip potiče iz svijeta štampanja: to je prvobitno bio dvostruki otisak originalnog tipografskog elementa, korištenog za štampanje umjesto originala. Vremenom, ovo je postalo metafora za bilo koji set ideja ponavljanih istovjetno, grupno i bez promjena. U književnosti i umjetnosti, stereotipi su klišeizirani ili predvidljivi likovi i situacije. Iako se gotovo kroz cijeli diplomski rad prožima tema stereotipa, najnaglašenija je u radu koji sadrži novinski članak s naslovom "Zablistaj kao vilinska princeza" (slika na stranici 9). Budući da su ciljana publika djevojčice, u članku je naglašena ružičasta boja što nam ukazuje na stereotip; ružičasta boja je za djevojčice, a plava za dječake. Koje razmjere je taj fenomen poprimio može se vidjeti u dućanima na odjelu gdje se prodaju igračke za djevojčice, gotovo da nema predmeta koji nije u ružičastoj boji. Današnje društvo se sastoji od mnogo stereotipa i konstrukcija, te se često identitet osobe ne može odvojiti od nametnutih ideala. Još neki od društvenih konstrukcija i proizvoda su muškost i stereotip žene. Budući da umjetnici nisu ljudi od svijeta, lakše uočavaju fenomene društva. Umjetnica koja se bavi tim problemom, Cindy Sherman u svom radu se stavlja u ulogu

stereotipa preuzetih iz filmske fotografije uglavnom holivudskih filmova B kategorije te je naglasila njezine privlačne, zavodljive i jeftine estetske kvalitete. Ona interpretira djevojku u nevolji, djevojku detektivku, ostavljenu djevojku...

Korištenje slike i simbola jelena umjetničke grupe Laibach također bi povezala s društvenim konstruktom muškosti to jest s nametnutim idealom muškarka utemeljenom u liku alfa mužjaka. On je zapravo maska koja je obavijena oko iskrivenog i spontanog ponašanja čovjeka i navodi ga da kroz prizmu maske percipira samog sebe, te ga sprečava da dođe do svog božanskog dijela osobe. "Muškost se mora proizvesti: znakovi muškosti umnažaju se da bi pokrili cijelo tijelo i kodirali ga da se iz muškog tijela projicira imaginarna slika snage." ~Norman Bryson

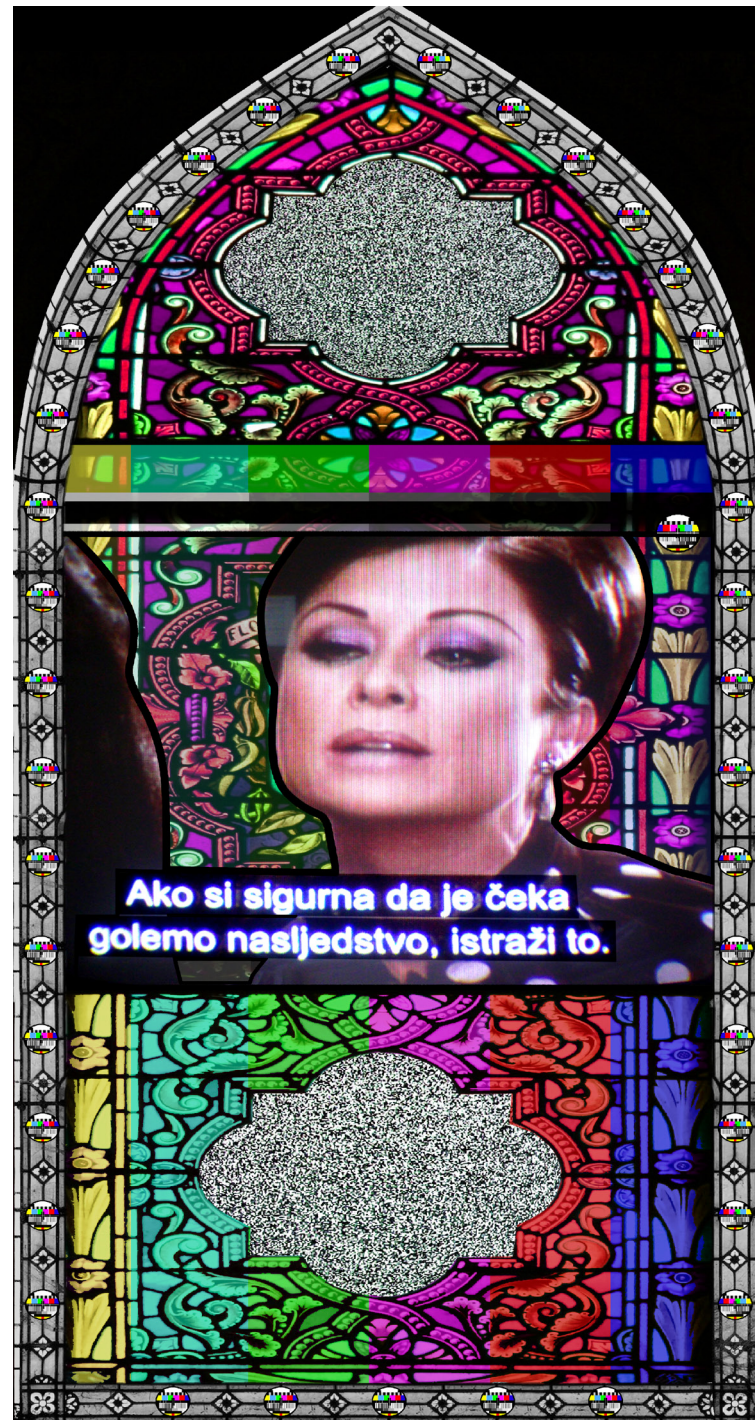
Stereotip nije nužno loša pojava, dapače u nekim situacijama odlično funkcionira, no mediji je iskorištavaju za manipulaciju ljudima, odnosno za uništavanje individualnosti i kreiranje robotiziranog stanovništva.

### VI. Simulakrum

Jean Baudrillard pojmom simulakruma opisuje društveno-kulturnu reprodukciju novovjekovnog razdoblja. Simulakrum označava realnost koja je simulirana i reproducirana u zrcalu te se s njome povezujemo i sučeljavamo. Simulakrum je prikaz proizveden simulacijom. Simulakrum je kopija bez originala, slika bez referenta iako izgleda kao da ima referenta. Simulakrumom se naziva prikaz koji izgleda kao da prikazuje nešto u svijetu (prirodi ili kulturi), ali, zapravo, ne prikazuje ništa. Lacan otuđenje u društvu povezuje s pojavom u kojoj subjekt oscilira između identifikacije sa zrcalnim odrazom i svojim distanciranjem od njega, a Baudrillard je izjavio da je faza zrcala uzmaknula pred fazom videa. Ne osjećamo distancu i magiju zrcala već smo uronjeni u sliku i pred njom smo ispražnjeni. Više nema trenutaka odvajanja.



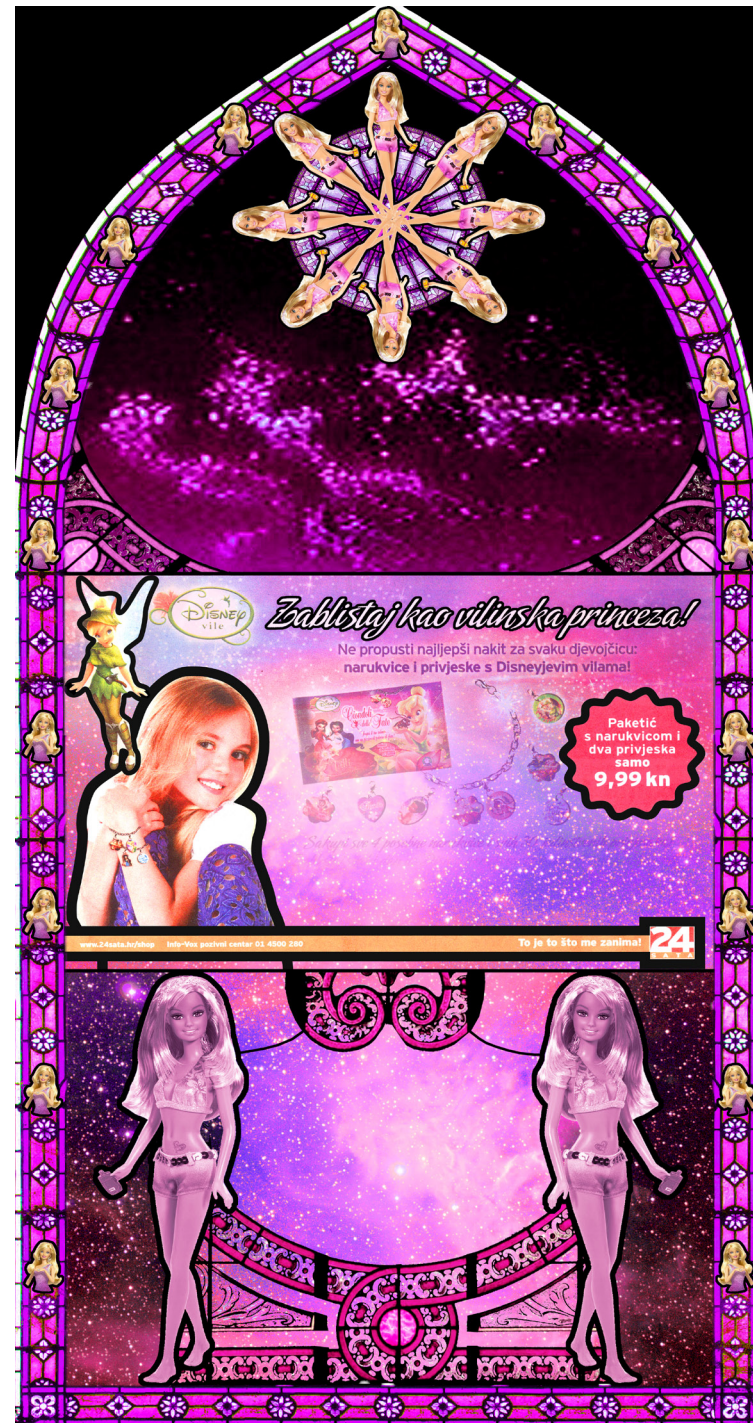
6 Zeljka Grobotek, "Manipulativna i zla", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 38.5 x 87 cm



7 Zeljka Grobotek, "Golemo nasljedstvo", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm



Željka Grobotek, "Teški pregovori", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 38.5 x 87 cm



Željka Grobotek, "Vilinska princeza", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm



10 Zeljka Grobotek, "Očekivanja u 2012", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm

# Konzumerizam

## I. Konzumerizam općenito

Fenomen konzumerizma, kao jedno od glavnih obilježja razvijenog kapitalizma, širi se svakim danom sve više i uvlači u sve sfere društvenog života i postojanja uopće.

On koristi za svoje prijenosnike prije svega televiziju, novine i sve medije uopće, sve do svakodnevnog razgovora kojeg čujemo na ulici i zapravo je utkan u naše živote i podsvijest. Marke i reklame diktiraju nam životne stilove i kličaju iz podsvijesti u shopping centrima govoreći nam što i kada kupiti uz kakav popust ina kojim mjestima. Reklame i novi, potrošački stil života stvaraju nam umjetne potrebe i želje povezujući proizvode sa željenim statusom. Tako nam pružaju način da se izrazimo ili sakrijemo vlastite nedostatke kroz 'savršene proizvode'- vrste odjeće, auta, vina na stolu.

## II. Konzumerizam ljubavi

Kao što se konzumerizam proširio u sve segmente ljudskog društva tako je zahvatio i područje ljubavi. Partneri se mijenjaju kao dijelovi odjeće, a znamo koliko se dijelovi odjeće u današnje doba često mijenjaju, i umjesto da takvo ponašanje bude sramotno, ono je još više isticano, promovirano i reklamirano sa svih strana. Kada sam ugledala neke od novinskih članaka koje sam iskoristila za svoj diplomski rad, nisam mogla vjerovati da netko ima obraza tako nešto pustiti u tisak. Izvrnute vrijednosti su uzete maha, a površnost ljudskih odnosa je kulminirala. Od Božjih principa i uputstava kako bi se ljudi trebali odnositi prema partneru, a što nam i ljudska savjest nalaže, svijet se udaljio. Ovdje ću navesti nekoliko citata iz Biblije da potkrijepim tu tvrdnju;

„Zatim je Jehova Bog rekao: 'Nije dobro da čovjek bude sam. Načinit ću mu pomoćnicu, kao njegovu nadopunu.' ~1.

Mojsijeva 2:18

„Brak neka bude častan u svih i bračna postelja neka bude neokaljana, jer Bog će suditi bludnicima i preljubnicima.“ ~ Hebrejima 13:4

„Ali budući da je blud vrlo raširen, neka svaki muškarac ima svoju ženu i neka svaka žena ima svojega muža.“ ~1. Korinćanima 7:2

„Onima koji su u braku zapovijedam, ali ne ja, nego Gospodin, da žena ne odlazi od muža – ako pak ode, neka ostane neudata ili neka se pomiri s mužem – i da muž ne ostavlja ženu.“ ~1 Korinćanima 7:10-16

„Čuvajte duh svoj i ženi mladosti svoje ne činite nevjeru! Jer ja mrzim razvod, kaže Jehova, Bog Izraelov.“ ~ Malahija 2:15, 16

„On im je odgovorio: 'Mojsije vam je zbog okorjelosti srca vašega učinio ustupak da se razvodite od žena svojih, ali u početku nije bilo tako. Kažem vam, tko se god razvede od žene svoje, osim zbog bluda, i oženi se drugom, čini preljub.'“ ~ Matej 19:8,9

„Ne zavaravajte se! Ni bludnici, ni idolopoklonici, ni preljubnici, ni muškarci koji se upuštaju u neprirodno općenje, ni muškarci koji liježu s muškarcima, ni lopovi, ni pohlepni, ni pijanice, ni oni koji pogrdno govore o drugima, ni iznuđivači neće naslijediti kraljevstvo Božje.“ ~1. Korinćanima 6:9,10

Naspram svog osjećaja i logičkog razmišljanja potkrijepljenim s citatima iz Biblije, na novinski članak čiji je naslov: "Muž vas je ostavio na godišnjicu braka, hvala Bogu" mogu reći da taj članak sa sobom nosi određenu vrstu dezinformacije te da služi za manipulaciju ljudima.



Zeljka Grobotek, "Vlatka se s Dinom", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm



Zeljka Grobotek, "Muž vas je ostavio, hvala Bogu", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 38.5 x 87 cm



Zeljka Grobotek, "Prenoćio je kod Maje", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 38.5 x 87 cm



### III. Konzumerizam religije

Ovo je još jedno područje koje sam obuhvatila svojim radom. Ideje kojima sam se vodila su idolopoklonstvo, Vatikan, blagdanski materijalizam te materijalizam u religiji uopće, povezivanje crkve i novca, neskromnost, religijski kič, odnosno sve što sam osjetila da se protivi moralu a tiče se religije. Naišla sam na novinski članak u kojem se prodaje Biblija (slika na stranici 17) s pozlaćenim koricama što smatram apsurdnom budući da je bitno ono što piše u knjizi, a ne vanjšina. Kao kontrast takvom materijalizmu navela bi primjer Jehovinih svjedoka koji besplatno štampaju Bibliju i smatraju je pomoćnim sredstvom za život i od čijeg sam je člana dobila besplatno. Također je moguć besplatni download Biblije s njihove web stranice.

### IV. Idolopoklonstvo

U radu gdje za predložak uzimam reklamu za prodaju 'zlatne Biblije' (slika na stranici 17) želim istaknuti segment idolopoklonstva koji je u njoj prisutan.

„Idoli su njihovi srebro i zlato, djelo ruku čovjeka zemaljskog. Usta imaju, ali ne govore; oči imaju, ali ne vide; uši imaju, ali ne čuju; nos imaju, ali ne mirišu; ruke imaju, ali ne pipaju; noge imaju, ali ne hodaju; ne puštaju glasa iz grla svojega. Oni koji ih prave postat će poput njih, svi koji se u njih uzdaju. ~Psalmi 115: 4-8

„Zato, ljubljeni moji, bježite od idolopoklonstva! Govorim vam kao razboritima. Sami prosudite što govorim.“ ~1 Korinćanima 10:14

„Ja sam Jehova. To je ime moje, i nikome neću dati slavu svoju, niti hvalu svoju likovima rezbarenim.“ ~Izaija 42:8

### V. Babilon Veliki

Pojam Babilon Veliki se odnosi na carstvo krive religije te obuhvaća sve re-

ligije čija učenja i običaji nisu u skladu s ispravnim načinom odnošenja prema Bogu. Kriva religija nastala u Babelu, kasnije prozvanom Babilon nakon općeg potopa, koji se zbio u Noino vrijeme. S vremenom su se babilonska vjerska učenja i običaji raširili po brojnim zemljama. Stoga je Babilon Veliki prikladno ime za krivu religiju u cjelini.

Rekla bih da su obilježja takve religije i religijske kič figurice koje se prodaju prikladno u vrijeme svakog blagdana. Neke od njih sam odabrala za ovaj rad, a izabrala sam one koje su se najviše poklapale s estetikom ružnoga.

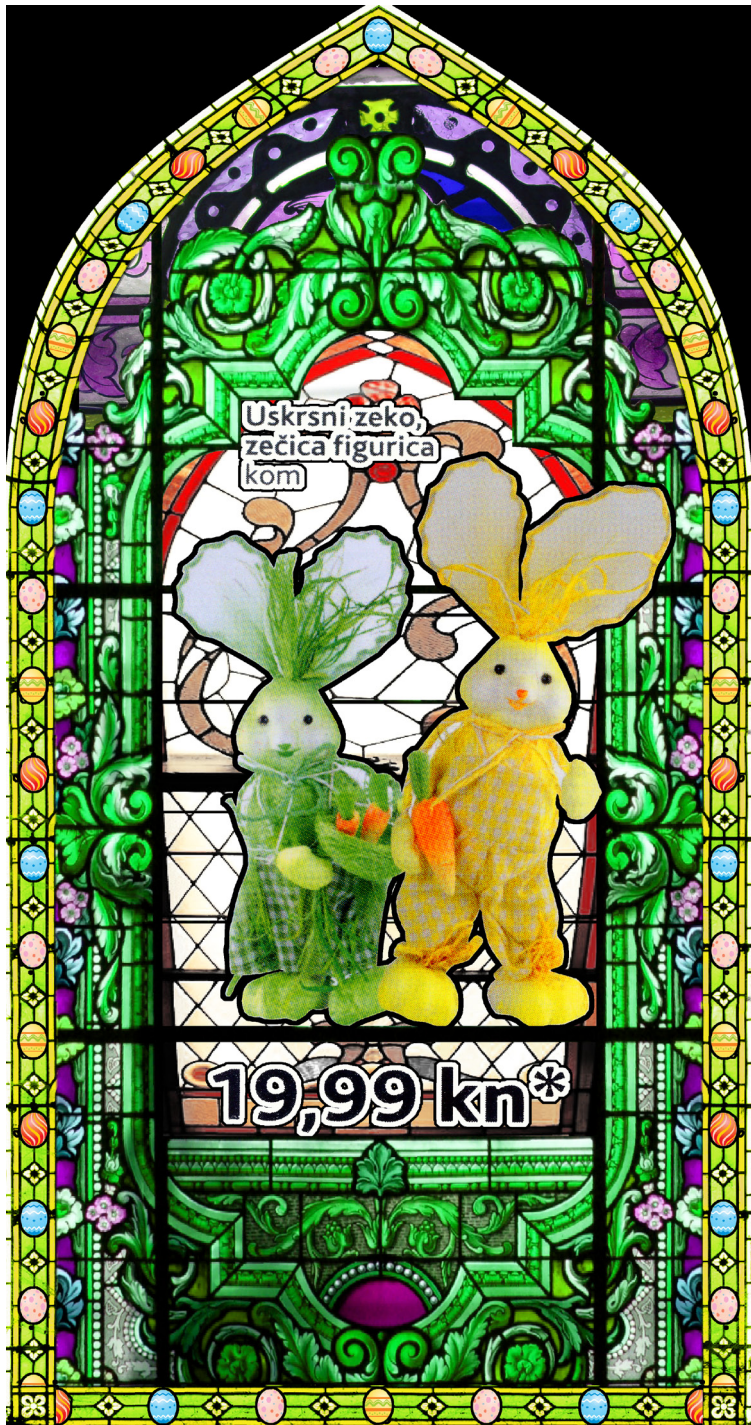
U Otkrivenju se Babilon Veliki simbolično opisuje kao "veliki grad koji kraljuje nad kraljevima zemaljskim".

“Nakon toga vidio sam jednog drugog anđela kako silazi s neba s velikom vlašću i sva je zemlja zasjala od slave njegove. I povikao je na sav glas: 'Pala je, pala je bludnica Babilon Veliki i postala prebivalište demona, izvorište svakovrsnog smrada nečistog i skrovište svih ptica nečistih i mrskih! Jer svi su se narodi opili vinom gnjeva, vinom bluda njezina. Kraljevi zemaljski bludničili su s njom, a trgovci zemaljski obogatili su se od silne i besramne raskoši njezine.' I čuo sam jedan drugi glas s neba kako govori: 'Izidite iz nje, narode moj, da ne budete sudionici u grijesima njezinim i da vas ne zadese nevolje njezine! Jer grijesi su se njezini nagomilali do neba i Bog se sjetio nepravednih djela njezinih.' ~Otkrivenje 18:1-5

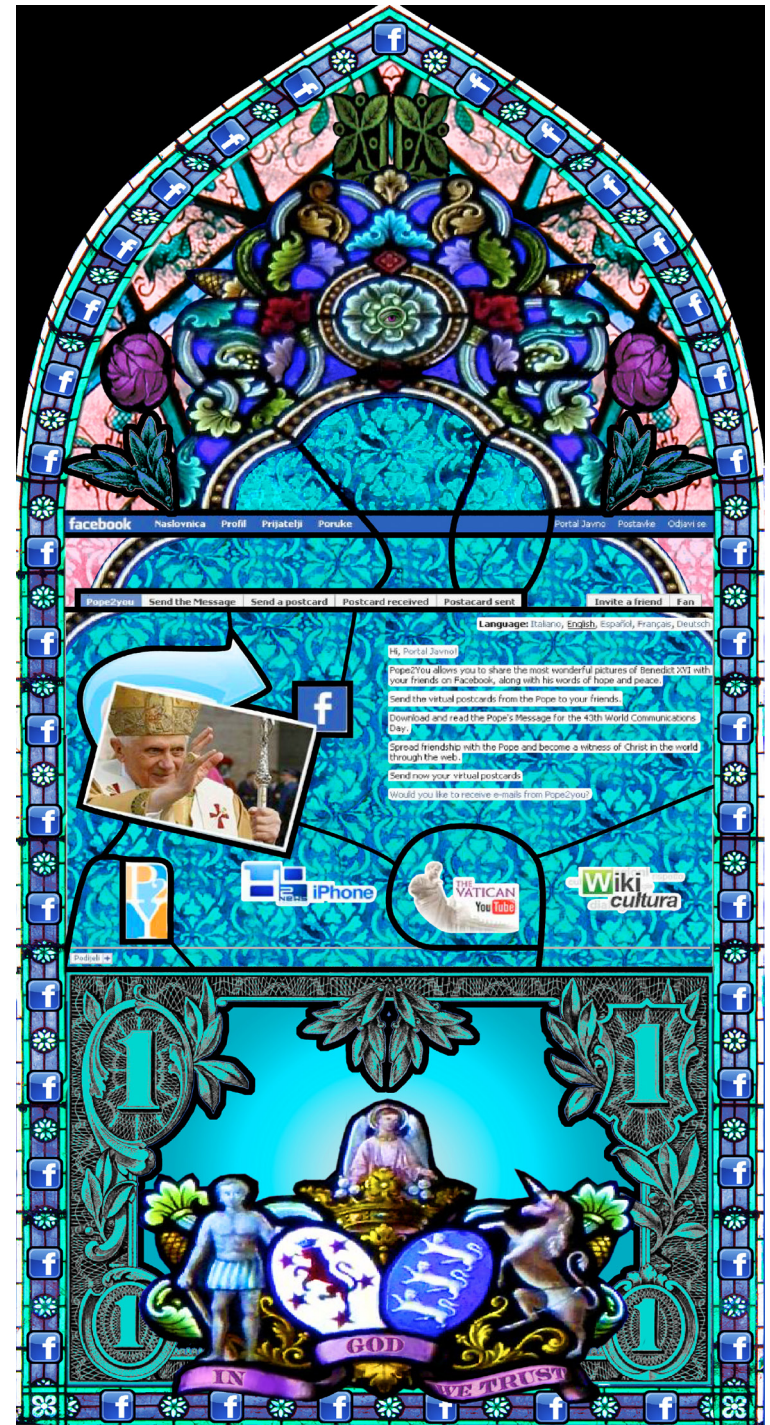
Prethodni citat se odnosi na rad u kojem je prikazana facebook stranica Pape Benedikta XVI (slika na stranici 19), a posebice dio: "Kraljevi zemaljski bludničili su s njom, a trgovci zemaljski obogatili su se od silne i besramne raskoši njezine".



Zeljka Grobotek, "Zlatna Biblija", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 38.5 x 87 cm



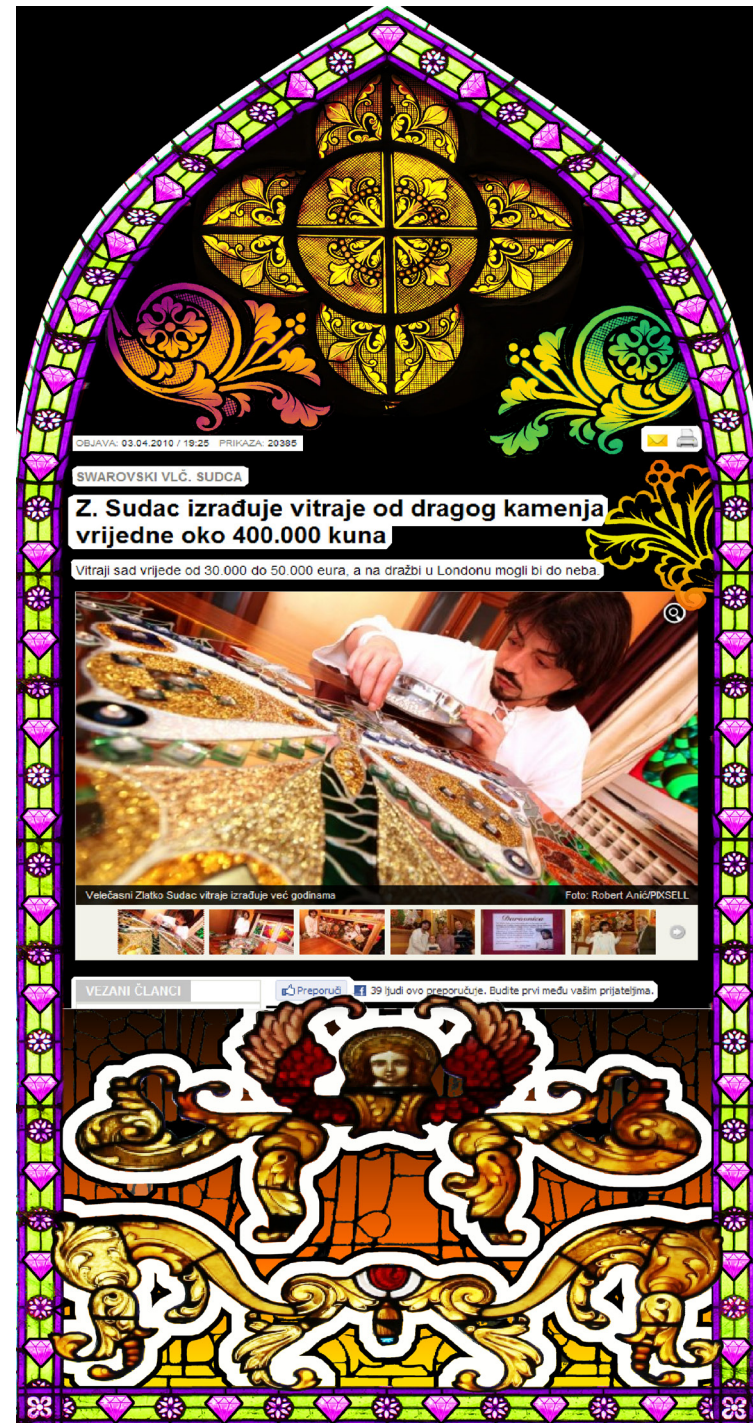
Zeljka Grobotek, "Uskršni zeko", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm



Zeljka Grobotek, "Papa na facebooku", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm



Zeljka Grobotek, "Sretan Božić", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm



Zeljka Grobotek, "Vitraj od dragog kamenja", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm

## VI. Konzumerizam umjetnosti

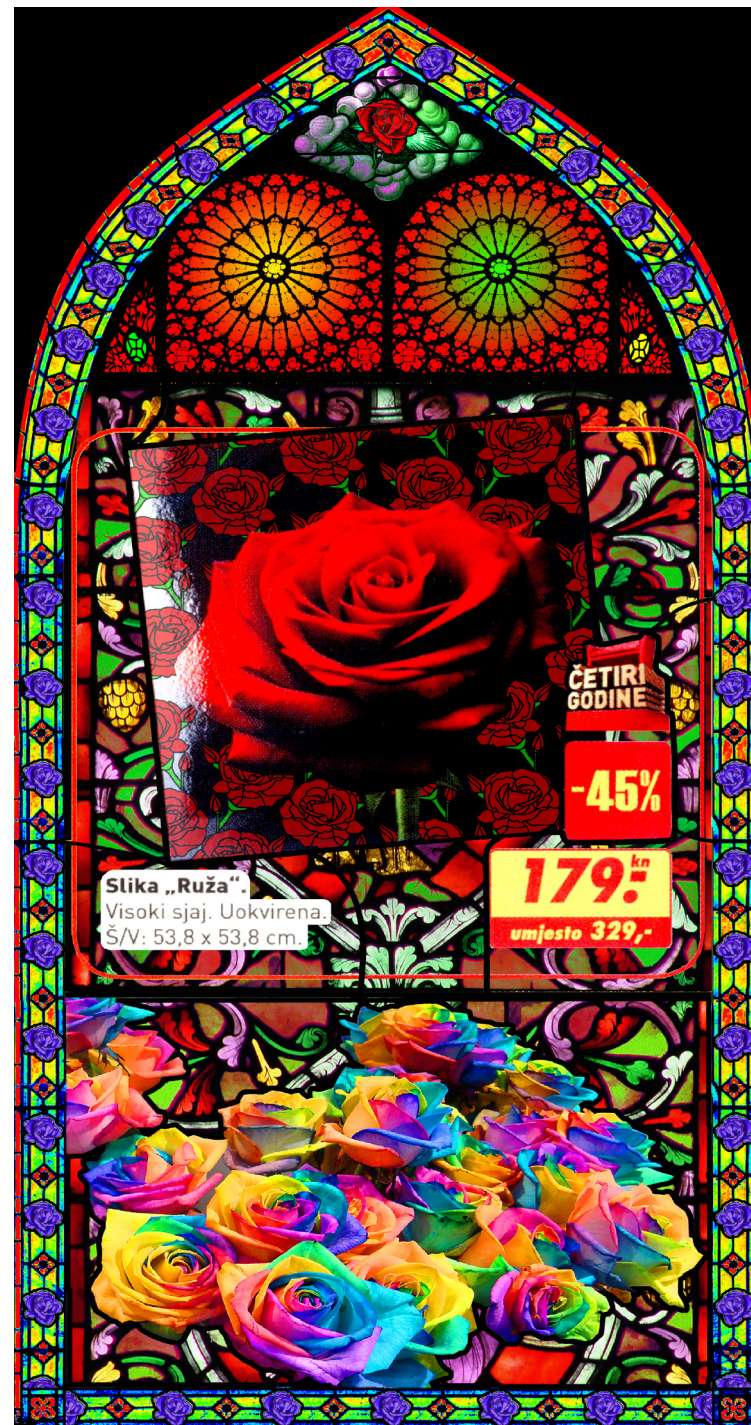
Pojam konzumerizam umjetnosti se odnosi na manipulaciju svim bitnim kulturnim vrijednostima. U ovom radu uzela sam kao primjer sliku koja se reklamirala u nekom katalogu. Ta slika prikazuje crvenu ružu slika na stranici 23) koja ima visoki sjaj i uokvirena je, tako da jedino što vi trebate je iskombinirati je s bojom vašeg namještaja. Umjetnička vrijednost u ovom slučaju nije bitna te je i kupac takvog predmeta ne zna prepoznati. O borbi umjetnika sa stereotipima pisao je Ernst Hans Josef Gombrich u knjizi "Umjetnost i iluzija": "Nikada nije postojalo neko doba poput našega, u kojem je vizualna slika toliko jeftina, u svakom značenju riječi. Okruženi smo i zasuti plakatima i oglasima, stripovima i ilustracijama po magazinima. Vidimo razne strane stvarnosti predstavljene na televizijskom ekranu i u bioskopu, na poštanskim markama i kutijama sa hranom. Slikanje se uči u školi i izvodi u kući kao terapija i razonoda, a mnogi skromni amateri ovladali su trikovima koji bi Giottu izgledali kao čista magija. Možda bi se čak istih prostih šarenih likova, kakve nalazimo na kutiji cerealija za doručak Giottovim suvremenici presjekao dah. Ne znam ima li ljudi koji iz ovoga zaključuju da ta kutija stoji iznad jednog Giotta. Ja u takve ne spadam."

## VII. Kič

Kič je niskovrijedno stvaralaštvo s umjetničkim pretenzijama i ciljem dostupnosti što širem krugu ljudi. Najčešće podilazi nerazvijenom ukusu i izvjesnim potrebama ljudi, koje su na granici vrijednosne i moralne neprihvatljivosti, ali s jakim emocionalnim nabojem. Opće odrednice kiča su loš ukus, vulgarnost, površnost, otrcanost, sentimentalnost i sladunjavost, bez obzira da li je riječ o predmetima, životnoj sredini ili ponašanju. Kič je tipičan primjer krivog načina približavanja umjetnosti i kulture mentalitetu mase jezikom koji je imitacija

autentičnog umjetničkog izraza. Imitacije autentičnog umjetničkog izraza se realiziraju mehaničkim sredstvima kopiranja i umnožavanja, replikama, smanjenim dimenzijama, prenošenjem u druge medije, upotrebom umjetnih materijala, pojednostavnjenjem umjetničkih zamisli.

Kič je dopadljiv, bez obzira o kojoj vrsti umjetnosti je riječ. Pri stvaranju kiča koriste se privlačne boje ili melodije koje mogu izazvati uživanje i zadovoljstvo, ali ne i misaoni ili duhovni napor. Kič pobuđuje površne i trenutne osjećaje, kao što su smijeh ili plač prilikom gledanja neke televizijske melodrame.



Zeljka Grobotek, "Slika ruža, visoki sjaj", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm

### VIII. Konzumerizam života

Pojam konzumerizam života odnosi se na svijet oko nas okrenut materijalnim dobrima, u kojem je bitno što više posjedovati, u kojem je bitna kvantiteta a ne kvaliteta, vanjština, što nas sve vodi ka slabljenju naglaska na duhovnom segmentu čovjeka. Istakla sam primjere za koje sam smatrala da podupiru tu tezu. U banci sam pronašla reklamu u kojoj tek rođenom djetetu poklanjaju 100 kn na kreditnoj kartici (slika na stranici 26). Taj primjer pokazuje na koji način nas sistem tretira, odnosno da smo za sistem samo brojevi, a ne ljudi. Smatram da takva reklama vrijeđa čovjeka kao Božje biće.

Članak koji poziva roditelje da dovedu bebe u shopping centar na utrku beba (slika na stranici 27) također smatram amoralnim pa čak i šokantnim. Kakav je to roditelj koji tjera dijete da brzo puže po podu da samo da bi osvojio nagradu?

Slika na kojoj je prikazan plakat koji sam fotografirala u gradu, a na kojem piše kartice (slika na stranici 25), povezala bih sa ovim citatom iz Biblije:

“I zavodila je one što žive na zemlji čudima koja su joj bila dana da ih čini u nazočnosti zvijeri i govorila je onima što žive na zemlji da načine lik zvijeri koja je imala ranu od mača, ali je preživjela. I bilo joj je dano da udahne život liku zvijeri, kako bi lik zvijeri mogao govoriti i dati da budu pobijeni svi koji se ne klanjaju liku zvijeri. I prisiljavala je sve ljude, male i velike, bogate i siromašne, slobodne i robove, da prime žig na desnicu svoju ili na čelo svoje i da nitko ne može kupovati ni prodavati osim onoga tko ima žig - ime zvijeri ili broj imena njezina. Za ovo je potrebna mudrost: Tko je razuman, neka izračuna broj zvijeri, jer je to broj čovjekov, a njezin je broj šesto šezdeset i šest. ~Otkrivenje 13:7, 14 - 14:7, 18

Pojam “žig na desnici” usporedila bi sa karticama koje su ljudi obavezni posjedovati, sa bankovnim sistemom te sa mobitelima,

jer bez nijedne od tih stvari ne možemo živjeti. Svaki čovjek je primoran otvoriti bankovni račun jer drugačije ne može primati plaću. A čim otvorite bankovni račun, banka vam uzima 20 kuna mjesečno za taj račun koji naprosto morate imati.



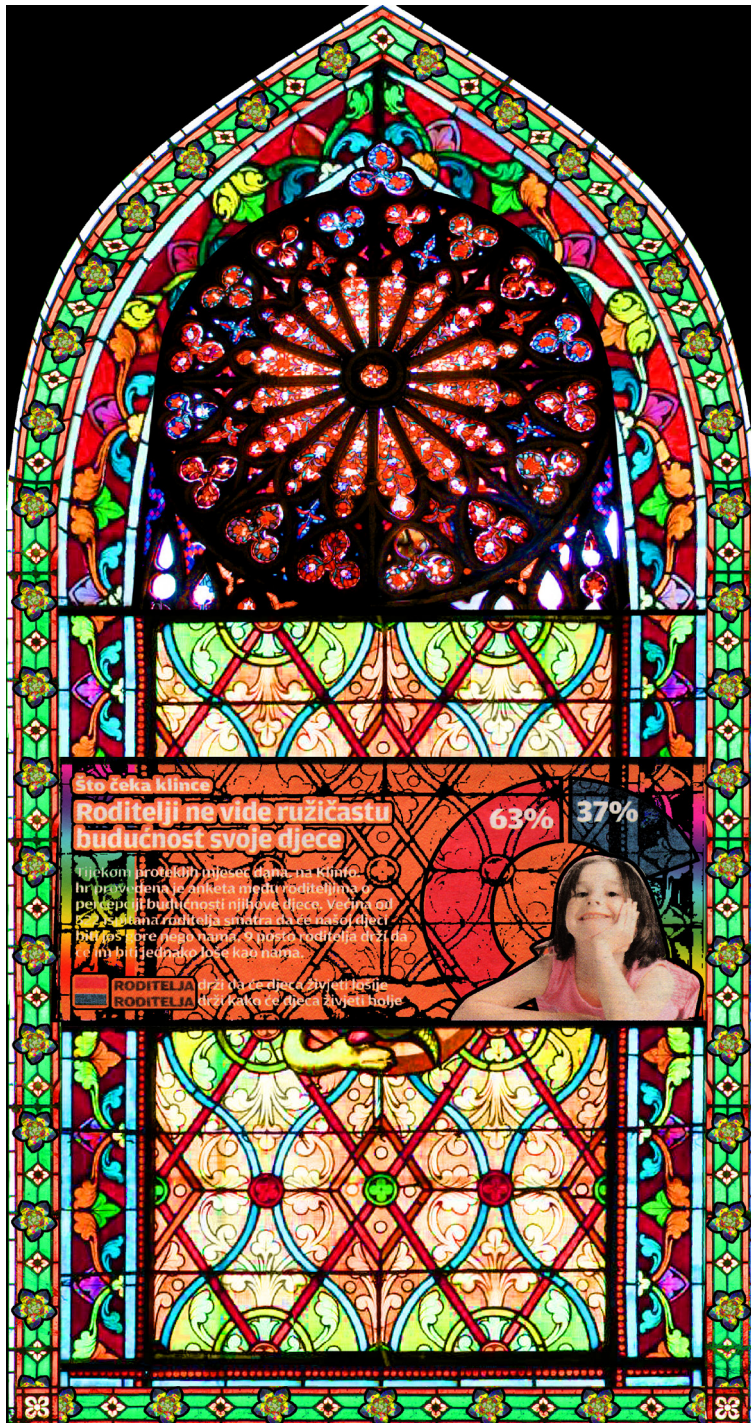
Zeljka Grobotek, “Kartice”, digitalni print na backlit foliji, dimenzije 38.5 x 87 cm



Željka Grobotek, "100 kn štednje", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm



Željka Grobotek, "Utrke beba", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm



28 Željka Grobotek, "Ružičasta budućnost", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm

# Genetski modificirani svijet

## I. GMO

“Pojam genetički modificirani organizam (GMO) primjenjuje se za sve organizme čiji je genetički materijal promijenjen tehnikama genetičkog inženjerstva. Genetičko inženjerstvo obuhvaća cijeli niz laboratorijskih tehnika kojima je moguće pronaći određeni gen, izdvojiti ga iz genetičkog materijala i ugraditi natrag u genetički materijal iste ili neke druge vrste. Genetičko inženjerstvo se još naziva “tehnologija rekombinantne DNA”, “tehnologija gena” ili “moderna biotehnologija”. Ta se tehnologija upotrebljava za dobivanje GM biljaka, životinja i mikroorganizama s određenom svrhom.”

~www.gmo.hr

Moje asocijacije na pojam GMO-a su štetnost, uništenje onog prirodnog što nam je korisno, zato sam za primjer uzela reklamu koja oglašava prodaju jagoda koje rastu u nebo (slika na stranici 31), a sljedeće pitanje koje postavljam je: kakvo je to nebo?

## II. Chemtrails

Ono što nalazimo na nebu kao veoma čudno jesu oblici tragova koji nastaju iz ispušnih ventila aviona. Normalni tragovi se na visini preko 10000 metara pretvaraju u ledene kristale i mogu se održati u zraku najviše 20 minuta, što je svojstveno običnim kondenzacijskim tragovima (contrails). Za razliku od njih, kemijski tragovi (chemtrails) ostaju visjeti u zraku satima, ne rasplinjujući se, i zatim se polako šire i povezuju te najčešće formiraju mrežu ili oblike koje ne biste nikako očekivali od običnih mlaznica aviona. Već odavno jedna veća grupa ljudi prati ove nebeske aktivnosti, uzima uzorke iz tih tragova i prema nalazima iz nekih privatnih laboratorija, u njima se nalaze različiti biološki i patogeni agensi, od mikroorganizama pa do određenih metala kao što su npr. soli barijuma i aluminijske

čestice mikronskih dimenzija. Fotografiju chemtrailsa sam iskoristila u radu “Ove jagode penju se prema nebu” (slika na stranici 31) te sam je istaknula zelenom bojom jer je najmanje prisutna u prirodi.

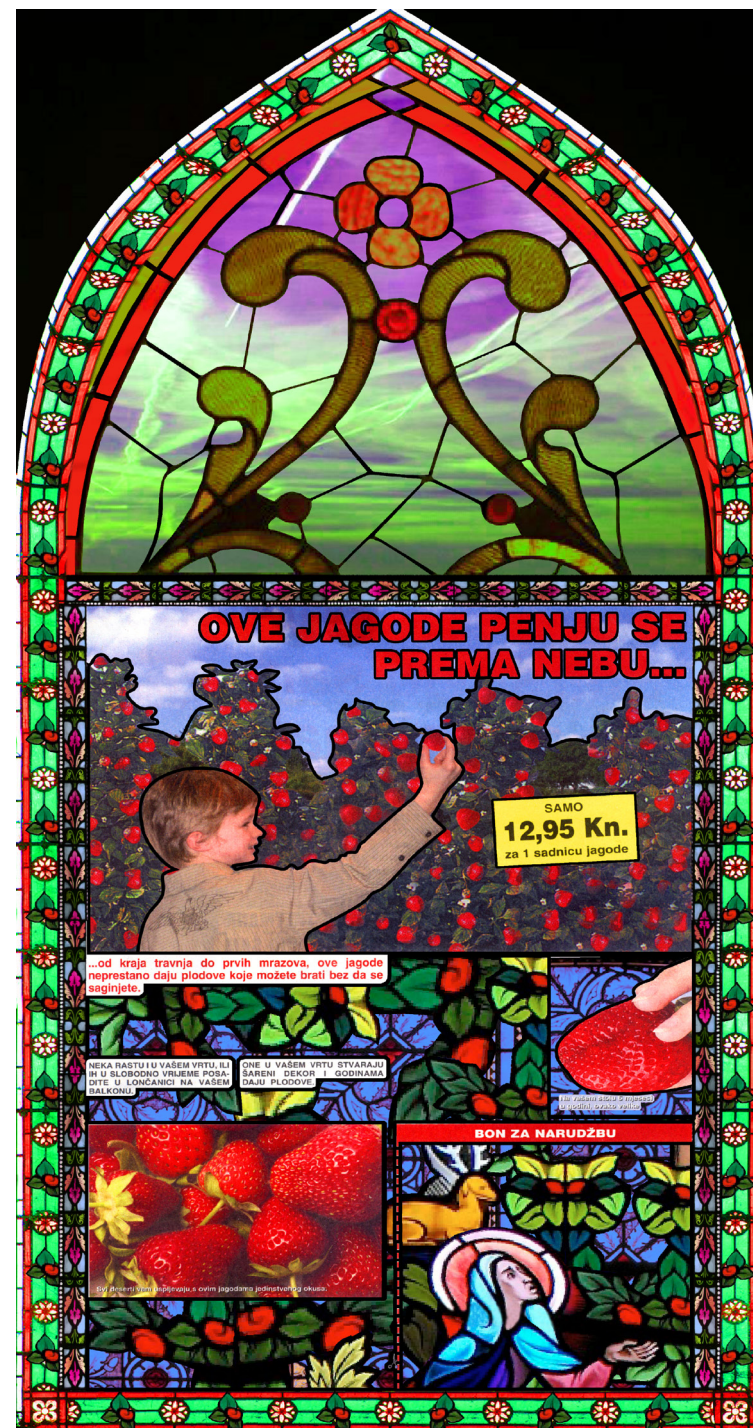
## III. Fluor

Prema svim istraživanjima fluoridi su toksičniji od olova, te samo nešto manje toksičniji od arsena, a ipak, fluor nam u tijelo ulazi svaki put kada peremo zube ili ispiremo usta popularnim stomatološkim proizvodima.

Pretjerana konzumacija fluorida povećava potencijalne rizike od:

- akutnog otrovanja
  - defekata kod novorođenčadi
  - osteoartritis
  - raka kostiju i maternice
  - suzbijanja imunološkog sistema
  - gastrointestinalnog poremećaja
  - inhibicije osnovnih enzima
  - smanjenja kvocijenta inteligencije, pogotovo kod male djece
  - koštane fluoroze, koja dovodi do drastičnog slabljenja kostiju
- Davanje beskonačnih doza fluora pojedincu, u konačnici će smanjiti njegovu moć odolijevanju dominacije u narcisoidnom području njegova mozga, te će na taj način biti podložan volji onih koji žele upravljati njime. I Nijemci i Rusi dodavali su fluor u vodu za piće ratnim zarobljenicima kako bi ih zatupili i kako bi postali poslušni.

Ovo su samo neki segmenti genetski modificiranog svijeta koji nas okružuje. Članke koje prikazuju meso i razderanu svinju (slika na stranici 32 i 33) odabrala sam, ne toliko da prikažem GMO svijet, već da ukažem na jezu koja se nalazi u njima. Sličan osjećaj mi se javlja kada u prodavaonici prolazim kroz odjel mesnih proizvoda i ugledam ribe koje plivaju u akvariju i čekaju smaknuće.



Zeljka Grobotek, “Jagode se penju prema nebu”, digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm



**SVJEŽE MESO!**

Rolana lopatica  
bez kože  
• Komad  
cca. 1,3 kg

15kn  
JEFTINJE!

- 33%!

44.99  
**29.99**  
/kg

Pakiranje proizved u  
našim HLADNJAKU!

SVJEŽA pileća krila  
• Pakiranje 540g

- 22%!

13.09  
**13.99**

Pakiranje proizved u  
našim HLADNJAKU!

**SVJEŽE IZ HLADNJAKA!**

Željka Grobotek, "Sveže meso", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 38.5 x 87 cm

**BILLA SUPER CIJENA**  
od četvrtka do nedjelje  
(8. - 11. 12.)

Svinjska polovica  
klasična

1 kg  
SAMO

**19.99**

Željka Grobotek, "Svinjska polovica", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm

# Pop kultura

## I. Zaglupljivanje

Seks, golotinja, prostitucija, promiskuitet, materijalizam, poroci, te vrsta zabave koja obuhvaća navedene pojmove, asocijacije su koje me vežu uz današnji pojam pop kulture odnosno pop industrije. Mogućnost bijega od takvog svijeta jednaka je nuli, barem za senzibilne osobe koje imaju izraženu percepciju. Uvijek možete ugasiti radio i televizor, no izadete li u grad nećete se moći obraniti od napada elemenata pop industrije. Plakati, glazba koja se čuje iz dućana, pa čak i ljudi koji su nesvjesno ili svjesno poprimili izgled djevojaka iz reklama, od pop izvođača i "zvijezda". Budući da je moje područje interesa to da ukážem koliko mediji manipuliraju svijest ljudi, navest ću neke primjere tekstova pjesama;

"Give it to me, Yeah  
No one's gonna show me how  
Give it to me, Yeah  
No one's gonna stop me now  
Get stupid, get stupid, get stupid, don't stop it (what?)  
Get stupid, get stupid, get stupid, don't stop it (what?)  
Get stupid, get stupid, get stupid, don't stop it (what?)  
Get stupid, get stupid, get stupid, don't stop it  
Get stupid, get stupid, get stupid, don't stop it (to the left, to the right, to the left, to the right)" ~Madonna: "Give it to me"

U ovoj pjesmi se poput neke mantre u službi hipnoze ponavlja rečenica "Get stupid, get stupid, get stupid, don't stop it" što u prijevodu znači: "Budi (postani) glup, nemoj se opirati". Takvi tekstovi ulaze u umove ljudi, a najviše u umove mladih ljudi i djece te ih na neki način odgajaju. Kao sljedeći primjer navest ću tekst pjesme pjevačice Britney Spears;

"Oh (Oh)  
Tell me have you seen her, cause I'm so  
I can't get her off of my brain  
I just wanna go, to the party she gon' go  
Can't somebody take me home?  
Haha, hehe, haha, ho  
Love me, hate me  
Say what you want about me  
But all of the boys and all of the girls  
Are begging to if you seek Amy" ~Britney Spears: "If you seek Amy"

Možda se ne može uočiti na prvi pogled, no rečenica "If you seek Amy" zapravo zvuči kao F.U.C.K ME. što vidimo kada rečenicu raščlanimo na dijelove; if=F. you=U. see=C.K. amy=ME. Jasno je kakva se poruka šalje ljudskom društvu ovakvim pjesmama.

Jedan od primjera pop kulture 21. stoljeća mogu potkrijepiti citatom koji sam izvukla gledajući emisiju "Red carpet";

Modni mačak: "Ovaj editorijal je bio rađen isključivo iz humanitarnih razloga, ja sam zbog toga pristao stat na ove štikle, ali opet s druge strane živimo u dvadeset-prvom stoljeću, pa prema tome sve je dozvoljeno..."

Danijel: "Možemo li te sada očekivati i na društvenim događanjima katkad da navратиš u štiklama?"

Mačak: "Ono šta je bitno, odnosno ono što ljudi nikako ne shvaćaju, to je da je to samo moj posao, to je moja showbizz maska, to je moja uloga, pa prema tome očekujte neočekivano, možda, da. Ali privatno, ne nikad, to odmah da razgraničimo."

Danijel: "Znači nisi se nikad doma gledao pred ogledalom u štiklama, slikao i to?"

Mačak: "Nisam vježbao, prirodno sam talentiran."

Danijel: "Kako hodaš u štiklama?"

Mačak: "Jako dobro, iznenadio bi se. Imam taj talent, jednostavno sam talentiran prirodno."



Zeljka Grobotek, "Lady Gaga", digitalni print na backlit foliji, dimenzije 48.2 x 91 cm



# Spoj forme vitraja i masovnih medija

Vitraj (franc. vitrail) je posebnim načinom oslikano staklo, najčešće na crkvenim prozorima, povezano olovnim okvirićima. Dakle prva asocijacija pojma vitraj je crkva.

Spoj forme vitraja i medija se kao ideja nameće sama od sebe. Jedan od razloga je taj što se isti simboli pojavljuju na crkvenim vitrajima, rozetama i reljefima, u medijima, te na američkom dolaru. To me navelo da si postavim pitanje zašto se ti simboli provlače kroz područja koja na prvi pogled nemaju veze jedno s drugim a potom da dođem do zaključka da je pozadina navedenih društvenih konstrukcija ista.

“Znamo da potječemo od Boga, a cijeli svijet je pod vlašću Zloga.” ~1. Ivanova 5:19  
Ovdje ću navesti neke primjere;



Slika svevidećeg oka u crkvi Kingston Parish u Virginiji



Reljef koji prikazuje svevideće oko u kapeli Chigi u Rimu



Pop pjevačica Beyonce rukama stvara prikaz svevidećeg oka



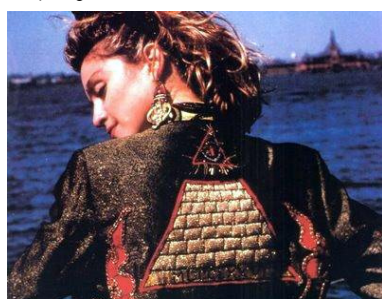
Slika svevidećeg oka na novčanici od jednog američkog dolara



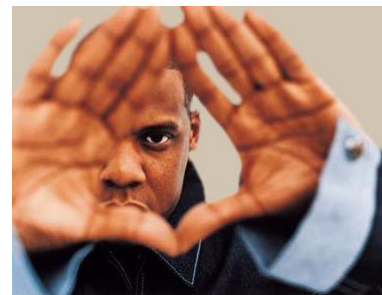
Slika svevidećeg oka, logo grupe Pink Floyd



Slika svevidećeg oka na zastavi iza pop pjevačice Lady Gaga-e



Slika svevidećeg oka na jakni pop pjevačice Madonna



Pop pjevač Jay-Z rukama stvara prikaz svevidećeg oka



Simbol svevidećeg oka u crtanom filmu Tom & Jerry



Simbol svevidećeg oka u crtanom filmu Spužva Bob



Simbol svevidećeg oka u video spotu pop pjevačice Rihanna-e



Simbol svevidećeg oka iza katoličkog svećenika u Poljskoj



Simbol svevidećeg oka u logu kompanije Endemol čije licenca je TV emisija Big Brother



Obrnuti pentagram na vitraju na sjevernom prozoru u katedrali u Amiensu, Francuska

Zlo koja pogađa ljudski rod daleko nadmašuje zloču ljudi koji ga čine. Ne želim nametati odgovor koji leži u pozadini stanja koje vlada u svijetu, no mogu kao mogući odgovor navesti ono što piše u Bibliji. Biblija kaže da svijetom vlada duhovna osoba po imenu Sotona, te da je tako otkad su stvoreni odnosno zavedeni prvi ljudi. Naziva se i prazmijom budući da je u Edenu koristio oblik zmije kako bi prevario Evu. U Otkrivenju je Sotona prikazan kao opasni zmaj. Biblijsko objašnjenje o Sotoninom porijeklu i njegovom djelovanju otkriva zašto među ljudima već tisućama godina vlada mržnja, nasilje, ratovi i zašto se danas ljudski rod nalazi na rubu uništenja premda većina ljudi želi živjeti u miru.

Otkad je Sotona zaveo Adama i Evu da ga slušaju, otvorio je dva važna pitanja, a to su: a) Ispravnost Božjeg načina vladanja i b) Vjernost Bogu svih razumnih stvorenja. Bog sebi nije morao ništa dokazivati. No da se takvim pitanjima više nikada ne bi narušio mir i dobrobit svih stvorenja u svemiru, Jehova je dao dovoljno vremena da se dobiju savršeno jasni odgovori na njih. Bog je dopustio Sotoni i ljudima da isprobaju svaki oblik vladavine kojeg su se dosjetili. Bog je ljudima dopustio da idu do krajnjih granica zanemarujući u svom životu njegovu pravedna mjerila ponašanja. Sotonu Biblija naziva bogom ovoga svijeta: "A ako je i zastrta dobra vijest koju objavljujemo, zastrta je onima koji odlaze u propast, onima kojima je bog ovoga svijeta zaslijepio umove nevjerničke, da do njih ne proдре svjetlost slavne dobre vijesti o Kristu, koji je slika Božja." ~ 2.Korinćanima 4:3,4

Nastojeći iskušati Isusa Krista, Đavo ga je odveo na visinu i pokazao mu odjednom sva kraljevstva svijeta, te mu rekao: "Dat ću ti vlast nad svima njima i slavu njihovu, jer je meni predana i dajem je kome hoću. Ako mi se, dakle, pokloniš, sva će vlast biti tvoja." ~Luka 4:5-7

U Otkrivenju 13:2 saznajemo da je Sotona dao "moć, prijestolje i vlast veliku" svjet-

skom političkom sustavu. Danijel otkriva da je Sotona postavio demonske knezove nad glavnim zemaljskim kraljevstvima. Biblija kaže da će svijet biti oslobođen Sotoninog zlog utjecaja što je simbolično opisano riječima: "Vidio sam jednog anđela kako silazi s neba s ključem od bezdana i velikim lancem u ruci. I uhvatio je zmaja, prazmiju, koji je Đavo i Sotona, i svezao ga na tisuću godina. I bacio ga je u bezdan, koji je nad njim zaključao i zapečatio, da više ne zavodi narode dok se ne završi tisuću godina. Nakon toga treba biti nakratko odvezan." ~Otkrivenje 20:1-3

A dalje će se dogoditi to da će Sotona zauvijek nestati."A Đavo, koji ih je zavodio, bio je bačen u jezero ognjeno i sumporno ~Otkrivenje 20:10

Bog će potpuno uništiti crkve kršćanstva, suvremenu kopiju nevjernog Jeruzalema - koje svojim nesvetim postupcima sramote Božje ime - kao i sve ostale dijelove Sotonine vidljive organizacije.

## I. Demistifikacija

Demistifikacija je postupak kojim umjetnik teorijskim i praktičnim sredstvima ukazuje na zablude, neistine, mitove, ideološka ograničenja i prešutne konvencije svijeta umjetnosti i kulture. Umjetnik svoj rad postavlja kao simptom, što znači da umjetničko djelo realizira u svijetu zabluda, neistina, mitova i ideoloških ograničenja, da bi ironijski i parodijski introspektivno likovnim sredstvima govorio o društvenim, političkim, kulturnim i umjetničkim mistifikacijama. Za razliku od konceptualnog, postmoderni umjetnik polazi od stava da nije moguće ukloniti paradokse i mistifikacije svijeta umjetnosti i kulture. Moguće ih je spoznati, karikirati i dekonstruirati, a to znači proći kroz njih pokazujući njihovu prirodu.

## Originalni isječci





# Umjetnost



## I. Tematske poveznice

Na početku pismenog dijela diplomskog rada upotrijebila sam citat iz Biblije koji govori o izgonu iz raja Adama i Eve. Izgon iz raja sam htjela navesti kao uzrok ovoj životnoj kolotečini koju danas opažamo oko sebe. Jer da prvi ljudi stvoreni na Zemlji nisu sagriješili možda stanje u svijetu danas ne bi bilo takvo kakvo je. Poveznica između mog rada i radova iz povijesti umjetnosti ima mnogo, kako u tehničkoj izvedbi tako i tematski. Uvod u ovu priču na kojoj se temelji moj diplomski rad povezujem sa idejom Masacciove slike "Izgon iz raja". Na slici su prikazani Adam i Eva koji u boli izlaze iz Edena koji je bio namijenjen za njih, i u kojem bi živjeli savršen život. Recimo da se osjećaj prikazan na toj slici poklapa sa osjećajem koji se u meni javlja svaki put kada vidim televizijske i ine reklame, i kada mi se putem medija nameću određeni



Masaccio, "Izgon iz raja" oko 1427. godine, freska, Kapela Brancacci, S. Maria del Carmine, Firenca

standardi ponašanja.

Hieronymus Bosch je, ne možda vizualno koliko tematski, vrlo blizak mojem umjetničkom stvaralaštvu. Na primjeru Boschove slike "Opsjenar" možemo uočiti izrazito ljudsko svojstvo. Šarlatan je post-

avio svoj stol ispred ruševna kamenog zida. Njegova publika začarano zuri dok on izvlači žabu iz usta jednog starijeg čovjeka u sredini skupine. Čini se da je samo jedan mladić s rukom na ramenu prijateljice primijetio kako mađioničar ev pomagač starcu upravo krađe novčanik. Kratkovidni pogled lopova i glupava preneraženost žrtve iz čijih usta izlazi žaba izvanredno su izvedeni u odnosu na zabavne reakcije promatrača, dok je opsjenarova pokvarenost dobro prikazana njegovim likom šljasta nosa. Slika "Opsjenar" ima moralizatorsko značenje ali je i nadahnuta izbliza promatranim prizorom iz stvarnog života. Svoj diplomski rad mogla bih nazvati suvremenim prikazom iste teme koja se provlači kod Boscha, samo što ja nisam karikirala ljudski prikaz budući da su medijski članci dovoljno karikaturni



Hieronymus Bosch, "Opsjenar", između 1496 i 1520. godine, ulje na panelu, Saint-Germain-en-Laye, Musée Municipal

sami po sebi. Boschova slika "Dijete Krista s hodalicom" prikazuje Krista čiji su prvi nesigurni koraci jasna paralela s Kristom koji se savija pod teretom križa na suprotnoj strani slike, dok igračka vjetrenjača ili vrtuljak u njegovoj ruci vjerojatno aludira na križ. Tako nam Bosch daje dirljivu sliku Krista u svoj njegovoj ljudskoj krhkosti dok kreće na svoj put stradanja. Baš u pravcu ove njegove ideje se kreću i moji radovi u kojem su prikazana djeca (slike na stranicama 26 i 27).



Hieronymus Bosch, "Dijete Krist s hodalicom", oko 1500. godine, ulje na panelu, Beč, Kunsthistorisches Museum

Slika "Stolna ploča sedam smrtnih grijeha i četiri posljednje stvari čovjeka" Hieronymusa Boscha prikazuje mračni pogled na ljudsku prirodu: iskvaren Adamovim grijehom čovjek se slabašno bori protiv svojih sklonosti zlu, bliži potonuću među zvijeri, nego uzdizanju među anđele. Središnja slika sastavljena od koncentričnih prstenova, prikazuje Božje oko, oko kojeg su ispisane riječi: "Čuvaj se, čuvaj se, Bog sve vidi". A ono što Bog vidi naslikano je na vanjskom prstenu njegova oka, gdje je sedam smrtnih grijeha prikazano kroz slikovite prizore iz svakodnevnog života. Čovjek koji pohlepno proždire sve što njegova kućanica iznese na stol prikazuje grijeh neumjerenosti u jelu i piću. Bludnost utjelovljuje nekoliko ljubavnih parova



Hieronymus Bosch, "Stolna ploča sedam smrtnih grijeha i četiri posljednje stvari čovjeka", oko 1500. godine, ulje na panelu, Madrid, Museo del Prado

pod šatorom, a oholost umišljena gospa koja se pred zrcalom divi svojem novom šeširu, nesvjesna činjenice da njezino zrcalo pridržava demon s ekstravagantnim šeširićem. Kružni raspored sedam smrtnih grijeha aludira na rasprostranjenost grijeha diljem svijeta. Boschovo Božje oko zamišljeno je da postigne takvo djelovanje da preobrati čovjeka od mladenačkih ludosti na pobožan život, jer ono pop zrcala odražava sedam smrtnih grijeha te je promatrač suočen s vlastitom dušom izobličenom od poroka.

Na drugim je slikama Bosch još dalje razvio kritiku pojedinih društvenih slojeva, ponekad u obliku jednog ili više smrtnih grijeha. On žiguje šarlatane i varalice i njihove lakomislene žrtve, redovnike i opatiće predane raskalašenom životu, bogataše koji više brinu o svojem imetku nego o svojoj duši, temama koje su našle svoj izraz u brojnim propovijedima i satiričnim napisima toga doba.

Ovo su samo neki od Boschovih primjera slika koji imaju bliski doticaj sa temama kojima sam zaokupljena. Zajedničko nam je seciranje loših strana društva te naglašavanje istih, humoristično ih uobličavajući u likovne kompozicije. Moraliziranje koje se temelji na biblijskim zapisima nam je također zajednička točka, samo što gledamo društvene konstrukcije iz različitih vremenskih kuteva.

Još jedna od tematskih poveznica sa umjetnosti koja prožima moj diplomski rad je rad Siniše Labrovića "Gloria". "U 'Gloriji' Labrović s jedne strane uzima mitski instrument balkanskih prostora, oruđe slavljenja stvarnih i izmišljenih junaka i zločinaca, a s druge materijal koji reprezentira konzumerističku i eskapističku kulturu zrelog kapitalizma. Odabrane stranice Glorije umjetnik je prepjevao u narodne deseterce, pokrivši odgovarajućim redoslijedom većinu standardnih tema tog i sličnih časopisa, od uredničke uvodne riječi, preko domaćih ljubavnih tračeva iz svijeta poznatih, novosti s kraljevskih

dvora, nezaobilaznih životnih savjeta Žuži Jelinek, do horoskopa i reklamnih oglasa. Performans izveden u Galeriji VN krajem prošle godine može se interpretirati na ozbiljan i manje ozbiljan način, no sigurno je kako je posrijedi, kao vrlo često u Labrovićevim radovima, želja da se publici, nejunačkom vremenu unatoč i usprkos, ponudi nešto humora i smijeha." ~ <http://www.dnevnikulturni.info>



Siniša Labrović, "Gloria", 2010. godine, performans, Zagreb, Galerija VN

### Vizualne poveznice

Seriya radova Željka Badurine "post-art" mogu povezati sa vlastitim vizualnim izričajem. "Riječ je o postupku mail-arta čija se strategija sastoji od slanja razglednica na kojima se nalazi prizor s referencom na aktualni događaj ili temu npr.



Željko Badurina, "Pitanje za 100 kuna", datacija od 2005.-2011. godine, post-art

lokalne izbore, otvorenje venecijanskog bijenala, ili zdravstvene reforme u Hrvatskoj. Svaka je razglednica umjetnikov komentar uobličena kao recikliranje ili prefiguracija nekog sadržaja u novu poruku, bilo kao citat iz filma ili fotomontaža. Svaki pojedini uradak smišljen je u raspoloženju i stilu groteske koja golica naš nacionalni smisao za humor." ~ [www.culturenet.hr](http://www.culturenet.hr)

Ovdje sam izdvojila njegove meni najdraže post-art radove.



Željko Badurina, "Dražen Zečić", datacija od 2005.-2011. godine, post-art



### AMERIKA TROGLAVA SVINJA IZAZVALA PANIKU ČUDVIŠNA KRMAČA IZ CORNINGA

U predgrađu kalifornijskog grada Corninga otkrivena je čudovišna krmača, stara šest godina s tri glave, tri uha, pet nogu i dva repa. Na dojavu užasnog lokalnog stanovništva hitnom intervencijom krmača je omamljena i prebačena u obližnji Institut za biološka istraživanja (IBIR, Corning). Zanimljivo je da je prema pisanu Hlsegenu iz 15. stoljeća u selu Landsveru na svijet došla slična krmača koja je za razliku od krmače iz Corninga imala jednu glavu, četiri uha, dva tijela, osam nogu i dva jezika. Ovakve pojave su prema drevnom vjerovanju tumačene kao opomene i predznaci kobnih događaja.

Željko Badurina, "Čudovišna krmača iz Corninga", datacija od 2005.-2011. godine, post-art





Željko Badurina, "In art we trust", datacija od 2005.-2011. godine, post-art



Željko Badurina, "My name is Wau, Wau Wau", datacija od 2005.-2010. godine, post-art



Željko Badurina, "Ukazanje Majke Božje", datacija od 2005.-2011. godine, post-art



Željko Badurina, "Picasso Woody Allen", datacija od 2005.-2011. godine, post-art

## Popis literature

- "Biblija - Prijevod Novi Svijet", Watchtower Bible and tract society of New York, inc., Brooklyn, New York, U.S.A., 2006
- "Raspravljanje na temu Svetog pisma", Watchtower Bible and tract society of New York, inc., Brooklyn, New York, U.S.A., 2007
- Miško Šuvaković: "Pojmovnik suvremene umjetnosti", Horetzky, 2005
- Walter Bosing: "Cjelokupno djelo, Bosch", Taschen, 2006
- Ernst Hans Josef Gombrich: "Umjetnost i iluzija", Beograd : Nolit , 1984
- H. W. Janson, Anthony F. Janson: "Povijest umjetnosti-dopunjeno izdanje", Varaždin : Stanek, 2003
- Krešimir Purgar: "Umjetnost i mediji u doba slikovnog obrata", Zagreb : Centar za vizualne studije, 2009
- Besplatne dnevne novine "24 sata"
- Internet

## Tehnički podaci o radu

Poliptih, 24 x digitalni print  
na backlit foliji pričvršćenih za prozorsko  
staklo, odnosno;  
8 radova: 38.5 x 87 cm i  
16 radova: 48.2 x 91 cm

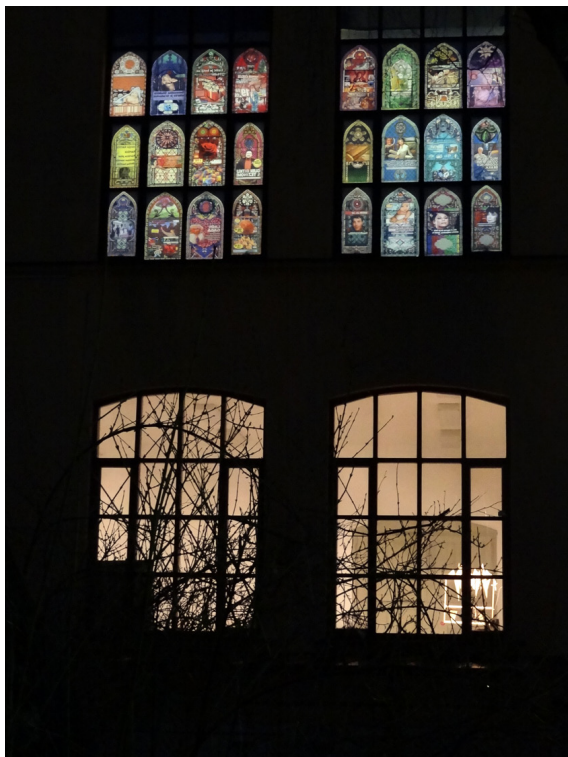


Željka Grobotek, postav diplomskog rada  
 "Posljednji dani", digitalni print na backlit foliji,  
 dimenzije cca 2 m x 2,80 m



Željka Grobotek, postav diplomskog rada  
 "Posljednji dani", digitalni print na backlit foliji,  
 dimenzije cca 2 m x 2,80 m

Željka Grobotek, postav diplomskog rada "Posljednji dani"; pogled s dvorišne strane, digitalni print na backlit foliji



Željka Grobotek, postav diplomskog rada "Posljednji dani"; pogled s dvorišne strane, digitalni print na backlit foliji

