Informacija i dezinformacija

Šitum, Dora

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:215:650713

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Fine Arts in Zagreb

zir.nsk.hr

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI



Sveučilište u Zagrebu

AKADEMIJA LIKOVNIH UMJETNOSTI

DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ SLIKARSTVO

DIPLOMSKI RAD

INFORMACIJA I DEZINFORMACIJA

Studijski program : Diplomski sveučilišni studij slikarstvo

Studentica : Dora Šitum

Matični broj : 0381136417

Mentorica : red.prof.art. Ksenija Turčić

Zagreb, lipanj 2021.

IZJAVA O AUTETIČNOSTI RADA

Ja, Dora Šitum, studentica sveučilišnog diplomskog studija slikarstva na Akademiji likovnih umjetnosti Sveučilišta u Zagrebu, izjavljujem da je diplomski rad pod nazivom „Informacija i dezinformacija″ rezultat mog istraživanja i u potpunosti samostalno napisan.

Također, izjavljujem da niti jedan dio diplomskoga rada nije izravno preuzet iz nenavedene literature ili napisan na nedozvoljen način, te da se tekst u potpunosti temelji na literaturi kako je navedeno u bilješkama, uz poštivanje etičkih standarda u citiranju i korištenju izvora.

U Zagrebu, Vlastoručni potpis

Sadržaj

1. Uvod 2
2. Manipuliranje informacijama 4
3. Utjecaj masovnih medija na suvremeno društvo 7
4. Dokazivanje umjetnosti antiumjetnošću (Dadaizam – korijen Neodade) 13
5. Kolaž kao slikarska tehnika 18
5.1. Fotografija 23
6. Analiza radova 30
6.1. Prezentacija i pregled diplomskog rada 32
7. Zaključak 38
8. Popis literature 39

1. Uvod

Ponekad nam je teško razmišljati o našim radijima i televizorima kao o mašinama koje su samo masovni mediji. Ipak, ujutro nas pozdravljaju vijestima i glazbom, prave nam društvo dok se vozimo do škole ili radimo u školi, čuvaju našu djecu i pružaju velik dio njihovog obrazovanja, uvečer nas zabavljaju i umiruju da spavamo noću. Industrijska društva pretvaraju svoje građane u ovisnike o slikama. Imati iskustvo postaje isto što i fotografirati ga, a sudjelovanje u javnom događaju sve se više izjednačava s njegovim promatranjem u fotografiranom obliku.

Diplomski rad pod nazivom „Informacija i dezinformacija″ sastoji se od 6 slika koje su tematski obrađene utjecajem ciljanih informacija kojima se formira svijest nasilničkim medijskim nastupom. Predočava nepovjerenje prema svijetu oblikovanom masovnim medijima. Osim prikaza sukoba gradacije i degradacije likovnog prikaza elemenata, na slikarskom platnu vidljiv je i kolaž, sačinjen od privatnih i javnih fotografija te novinskih članaka. Upravo te fotografije dobivaju novi kontekst unutar slikarskog polja zato što su nepotpune i osakaćene. Slike velikih dimenzija tematski su vođene principom *destrukcija je kreacija* te inspirirane neodadaističkim pristupom kolažu, posebice Robertom Rauschenbergom, a vizualne i ponegdje tekstualne informacije dekonstruiraju i daju im potpuno novo značenje.



Slika 1. Detalj sa slike „Kompozicija 3″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, orig. 195x130 cm

2. Manipuliranje informacijama

„Informacija ili obavijest (lat. informatio: nacrtak, predodžba, pojam, tumačenje) skup je podataka s pripisanim značenjem, osnovni element komunikacije koji, primljen u određenoj situaciji, povećava čovjekovo znanje. Čovjek stječe znanje iskustvom, učenjem i informiranjem (obavješćivanjem). Preko svojih osjetila čovjek prima informacije u obliku skupova podataka. Može ih primati izravno, prirodnim kanalima, ili posredno, umjetnim kanalima uz pomoć informacijske i komunikacijske tehnologije."[1]

„Dezinformacija (dez- + informacija), namjerno krivo dana obavijest lažna sadržaja radi obmanjivanja, zavođenja u bludnju; također vijest netočna zbog neprovjeravanja podataka (npr. u glasilima).″[2]

Često se govori o informacijskom dobu kao uvodu u doba znanja ili društvo znanja, informacijskom društvu, informacijskoj tehnologiji. Iako su informatika, znanost o informaciji i računarstvo često u središtu pozornosti, riječ informacija je često korištena bez obzira na različita značenja koja je poprimila. Značenje informacije može biti korisno, ali i ne mora. U sve izazovnijem medijskom okruženju tzv. post-istine i lažnih vijesti, dezinformacija može utjecati na percepciju mladih ljudi o svijetu. Jedina mjera protiv lažnih vijesti je pamet i kritičko razmišljanje. Zbog nametnutih informacija nasilničkim pristupom, živimo život pun nesvjesnih radnji. Načini manipulacije odvijaju se kroz jezik, obrazovanje, medije.

Manipulacija jezikom u romanu Georgea Orwella „1984″ provodi se pomoću zabrane različitih knjiga. U ovom slučaju, to je knjiga državnog neprijatelja Goldsteina koju nitko ne smije imati niti čitati. On je prvi izdajnik Partije, zalagao se za slobodu govora, tiska, misli i da se smjesta prekine rat koji vječno traje. Knjiga je zabranjena jer može biti razorna za nemilosrdnu vlast u Oceaniji. Ta knjiga je moć. Moć koja je bila teško dostupna i kažnjiva. U Orwellovom djelu ona je predmet čežnje Smitha, ali u Paklenoj naranči ona jednostavno ne privlači čitatelje. Stariji su

[1] https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27405, Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža

[2] https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=14909, Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža

zadubljeni u svoje televizore i time ne daju bolji primjer mladima koji ne smatraju da će im čitanje i učenje pomoći.

Činjenica je da se svakodnevno susrećemo s pokušajima manipuliranja misli putem jezika. Primjer toga su reklame koje proizvode predstavljaju u najboljem svjetlu, često i pretjerano i očito lažno, a uz sve to s razlogom su glasnije su od ostalog programa. Distopijski tekstovi koji govore o kontroli misli putem jezika izgledaju pesimistično, ali oni ipak dokazuju da je samim jezikom nemoguće ostvariti kontrolu misli jer je sama priroda jezika i mišljenja neprestana mutacija i transformacija te potreba da prevlada vlastita ograničenja.

Manipulacija je svaki promišljeni i uspješni pokušaj da se utječe na nečiji odgovor, a da željeni odgovor pritom nije eksplicitno naznačen drugome.

„Manipulacija (prema lat. manipulus: rukovet, svežanj), rukovanje, raspolaganje, upravljanje, upotrebljavanje, stručan način rada; u prenesenom značenju, upravljanje ljudskim ponašanjem; iskorištavanje ljudskih navika i sklonosti u određene svrhe; vješto varanje, podvaljivanje.″[3]

„Promišljeno manipuliranje nečijim vidokrugom djelujući na informaciju, nagrade i lišavanja može biti jednako univerzalno, raširenо i obuhvatno kao polje spontane kontrole" (Wrong, 1988:28). "Takvo provođenje moći teško da će izazvati otpor jer subjekt moći nije svjestan pokušaja da se na njega utječe. Dapače, uspješna manipulacija, kako je vide Dahl i Lindblom, može čak potaknuti osjećaj za „slobodni izbor″ i izazvati „oduševljenje i inicijativu″."[4]

Do manipulacije može doći i tamo gdje nema društvenog odnosa između nositelja moći i subjekta moći i gdje subjekt moći nije svjestan postojanja nositelja moći. Trgovačka i politička propaganda ilustrativni su primjeri takve vrste manipulacijskog djelovanja.

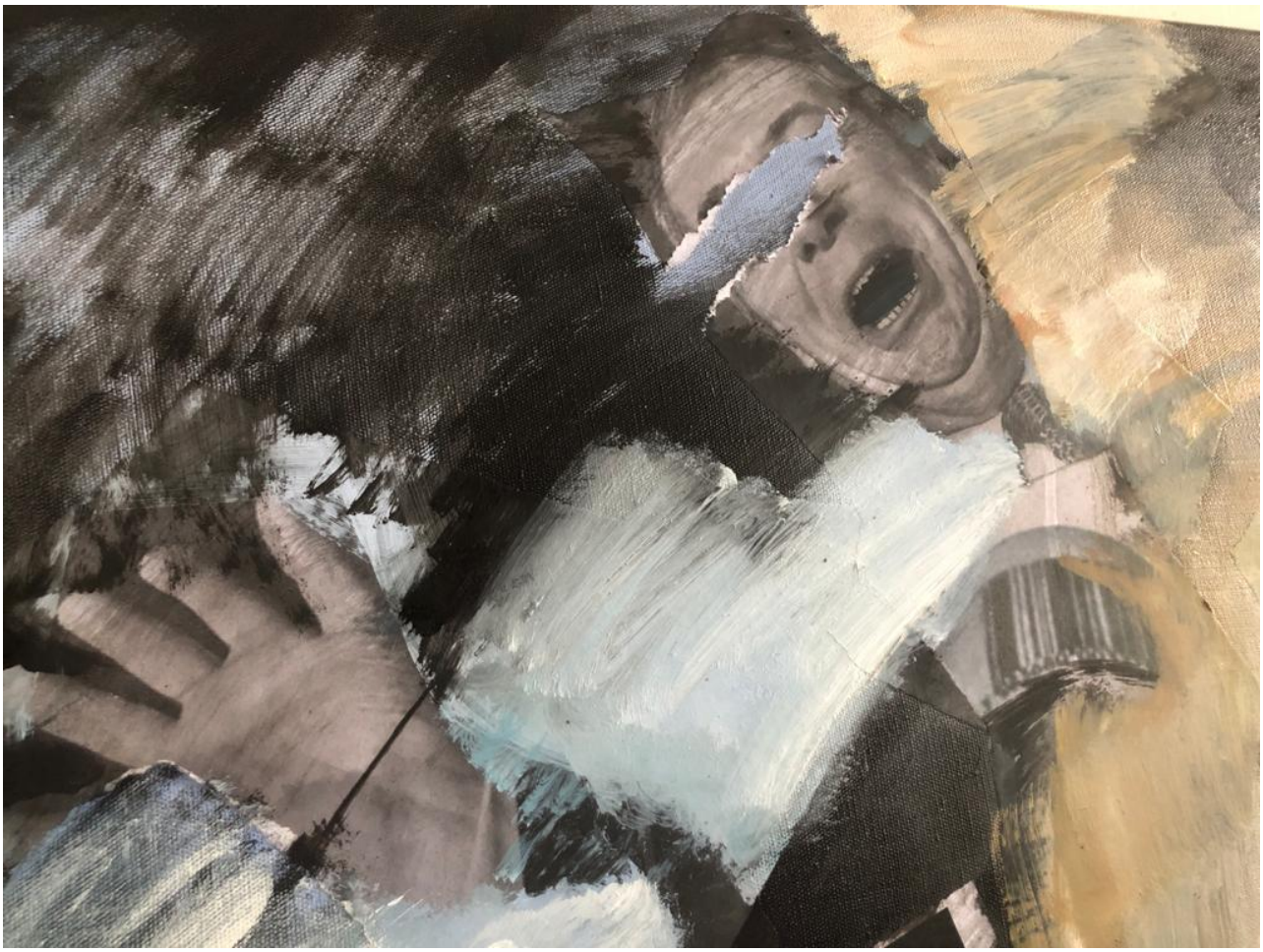
Psihijatrijske i psihoanalitičke metode nisu samo metode koje se koriste u medicini, nego i postupci koji se mogu koristiti za potrebe društvene manipulacije („hipnotička sugestija″). Na istoj su crti i stanovita motivacijska istraživanja, upotreba propagande koja se zasniva na sociološkom i psihološkom znanju, „ispiranje mozgova″ u totalitarnim sustavima. itd. Ako se prihvati

[3] https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=38638, Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža

[4] Rade Kalanj: *Ideologija, utopija, moć*; Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2010., str. 225

pretpostavka da se primarni cilj nositelja moći uvijek sastoji u uspostavi i održavanju moći radi vlastitih prohtjeva, a ne radi postizanja supstancijalnih ciljeva, ideala ili obveza, tada su svi oblici moći osim sile, prijetnje silom i pokoravanja putem nagrada isto što i manipulacija.

Pojedinci se uvijek i svugdje razlikuju u talentima koji dovode do uspješnog uvjeravanja, kao što su artikuliranost, govorničko umijeće ili psihološka inteligencija, što je osobito vidljivo promotre li se masovni mediji u modernim društvima.



Slika 2. Detalj sa slike „Kompozicija 4″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, orig. 195x130 cm

3. Utjecaj masovnih medija na suvremeno društvo

„We have only to imagine life without newspapers, magazines, paperback books, phonograph records, radio, television, or movies to recognize how the mass media and popular art forms have become a necessary part of our lives."[5]

Masovni mediji i popularna umjetnost bave se komunikacijskim prijenosom informacija, ideja ili iskustava od jednog ili više pošiljatelja do jednog ili više primatelja.

Medij je: (1) sredina kroz koju se prenosi neko djelovanje (zrak je medij kroz koji se prostire svjetlo), tj. medij je materija koja ispunjava prostor, (2) medij je tehničko sredstvo pomoću kojeg se nešto ostvaruje, prenosi informacija, izražava subjekt, prikazuje svijet, tj. medij je tehničko sredstvo realizacije umjetničkog djela.[6]

Masovni mediji (engl. mass media), sredstva masovnog priopćavanja, skupni naziv za komunikacijska sredstva, sredstva javnoga priopćivanja i ustanove koje djeluju na velik broj čitatelja, slušatelja i gledatelja. Razlikuju se prema tipu: knjiga, tisak (novine), film, televizija, radio, nosači zvuka i slike (video, CD, DVD); razini i dosegu: lokalni, nacionalni, međunarodni; obliku vlasništva: privatni, javni, državni, komunalni ili asocijativni; programu i načinu privrjeđivanja (ponajviše kod radija i televizije): javni ili komercijalni. Simbolička dobra, uobičajeno nazvana porukama, mogu se posredstvom masovnih medija reproducirati u neograničenu broju, namijenjena su prodaji i dostupna su svim članovima društva.

Medijskom se kulturom naziva svakodnevna javna i privatna kultura determinirana prikazima, produktima i efektima masovne komunikacije, omogućene visoko razvijenom komunikacijskom (mehaničkom, elektronskom, kompjutorskom) tehnologijom. Medijska se kultura veže uz razvoj kapitalističkog društva i njegovih sredstava za proizvodnju, razmjenu i potrošnju informacija. Masovna medijska kultura razvija se u epohi visoke moderne i postmoderne u kojoj dolazi do konstituiranja kulturalne industrije i preobrazbe industrijskog u informacijsko društvo tijekom

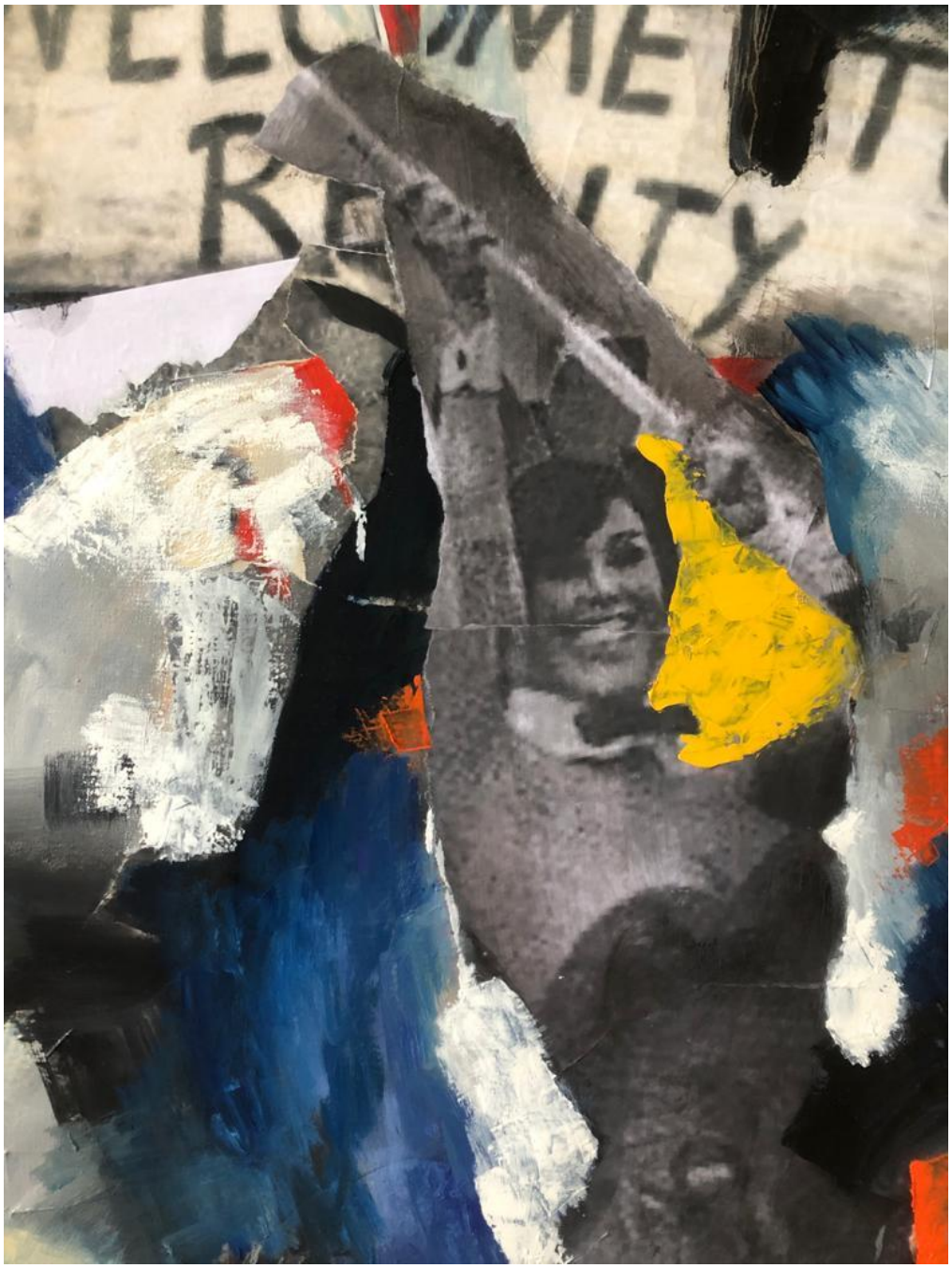
[5] *Mass Media and the Popular Arts*, 1971 by McGrawe-Hill, str.1

[6] Miško Šuvaković, *Pojmovnik suvremene umjetnosti*, © 2005 Horetzky, str. 363

druge polovine 20. stoljeća. Medijska kultura kao masovna kultura naziva se i popularnom kulturom, industrijom zabave, industrijom artikulacije svakodnevnice.

„Medijsku kulturu čine mediji kao što su: fotografija, film, telefon, visokonakladni tisak (novine, časopisi, plakati, knjige), radio, glazbena industrija, televizija, živi medijski komunicirani spektakli, satelitska komunikacija, kompjutorska multimedija, internacionalne kompjutorske mreže, VR.″ [7]

[7] Miško Šuvaković, *Pojmovnik suvremene umjetnosti*, © 2005 Horetzky, str. 364



Slika 3. Detalj sa slike „Kompozicija 1″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, org. 179x145 cm

Komunikacijski mediji su alati, instrumenti ili materijali koje ljudi koriste za prijenos informacija ili iskustva. Kada sada govorimo o masovnim medijima, mislimo na mehaničke i elektroničke uređaje poput tiskarskih strojeva, fotoaparata, projektora, odašiljača, uređaja za reprodukciju ploča, radija, televizora i strojeva za audio i videokasete koji omogućuju komunikaciju s tisućama ili milijunima ljudi u isto vrijeme. Umjetnost uključuje vrstu komunikacije koja ima oblik i ljepotu, a čija je svrha izazvati zadovoljstvo. Pod „popularnom umjetnošću" obično mislimo na umjetnost koja istovremeno privlači velike skupine ljudi koji pripadaju nekoj kulturi.

Mediji imaju oblik moći kojemu se mi kao subjekti ne možemo otvoreno oduprijeti, budući da nismo svjesni namjera nositelja moći (medija), a ponekad čak ni njegova postojanja. Nema vidljive naredbe kojoj bi se pokorili ni određenog protivnika spram kojeg bi potvrdili svoju slobodu. Stoga se manipulacija očituje kao najnehumaniji oblik moći, čak mnogo nehumaniji od fizičke sile gdje žrtva barem zna da je predmet nečijeg tjelesnog napada ili ukidanja njezinih osnovnih potreba.

Meta smo ingenioznih metoda kontrole putem reklama koje laskaju, obećavaju, teroriziraju; putem propagande koja, koristeći pogodne tehnike, dovodi do nesvjesnog prihvaćanja mišljenja koja se mogu, ali i ne moraju podudarati s njihovim najboljim interesima ili sklonostima; putem sve suptilnijih prodavačkih metoda koje i kod prodavača i kod kupca mogu simulirati zajedničke vrijednosti s obzirom na privatne i samo interesne motive. Vlasnici ili kontrolori tiskovina, radija i televizije, zvučnika i sve savršenije opreme posjeduju goleme uvjeravateljske prednosti nad pojedinačnim građaninom. Tehnološka revolucija u komunikacijama stvorila je nova i složena sredstva uvjeravanja i njihova je dostupnost vitalno važan izvor moći. Sloboda tiska i mreža od vladine kontrole smatra se ključnom za održanje otvorenog političkog natjecanja i za ograničavanje vladine moći u demokratskoj politici.



Slika 4. Detalj sa slike „Kompozicija 3″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, orig. 195x130 cm



Slika 5. Detalj sa slike „Kompozicija 3″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, orig. 195x130 cm

4. Dokazivanje umjetnosti antiumjetnošću (Dadaizam – korijen Neodade)

„Sve se preobražava u svoj suprotni pojam da bi preživjelo u očišćenoj formi.″[8] Ovo možemo shvatiti kao dokazivanje umjetnosti antiumjetnošću.



Slika 6. Detalj sa slike „Kompozicija 3″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, orig. 195x130 cm

[8] Precesija simulakruma, u: Jean Baudrillard, *Simulakrumi i simulacija*, 1981., str.33

Hugo Ball i njegova supruga Emmy Hennings odlučili su 1916. godine formirati centar za umjetnost i zabavu. Osnovna zamisao bila je stvoriti mjesto okupljanja umjetnika u kojem će se redovno održavati glazbeni performansi i dnevna čitanja pjesama i tekstova na zajedničkim sastancima. S tom idejom stvoren je „Cabaret Voltaire". Večeri su nerijetko bile tematski postavljene, a osim glazbenih performansa i čitanja, održavali su se plesni performansi kao i teatralni performansi za koje su izrađivali maske i kostime. Svi mladi umjetnici bili su pozvani na druženje bez obzira na svoju orijentaciju, na taj je način Cabaret Voltaire postao gravitacijsko središte nove umjetnosti.

U Hrvatskoj su Zagreb, Osijek, Petrinja i Vinkovci bili samo neki od gradova u kojima su se održale dadaističke predstave, odnosno događaji. Važno je istaknuti Osijek gdje je održana prva dadaistička matineja u kinu „Royal" datuma 20. kolovoza 1922. godine, s početkom u jedanaest sati u organizaciji Dragana Aleksića.[9]

U javnosti i medijima nije bila dobro prihvaćena, naprotiv, bila je skandalozna jer su prema njihovim tvrdnjama prepoznate stanovite političke implikacije. No, izuzev toga, zanimljivo je kako sama akcija nagoviješta praksu umjetnosti nakon Drugog svjetskog rata, odnosno svojevrsni arhetip budućeg happeninga.

Dadaizam je umjetnički pokret koji u traženju novoga izraza negira sve ustaljene vrijednosti. Naglašava besmislenost civilizacije koja uništava vlastite vrijednosti; naglašava apsurdnost izlažući banalne predmete kao umjetnička djela.

Dadaizam teži rušenju, uništenju starih načela i zakonitosti logike, ismijava „vječnu ljepotu". Dada je protiv nepokretnosti misli i određenja pojmova, Dada je i protiv Dade, pa iz toga mnogi izvode zaključak da dadaizam nije toliko protu umjetnički i protu književni smjer.

Walter Benjamin u svom djelu „Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije" govori kako je dadaizam sredstvima slikarstva (odnosno, literature) pokušao stvoriti efekte koje

[9] Dragan Aleksić studirao je slavistiku u Pragu i bio je jedan od prvih dadaista u hrvatskoj književnosti, suradnik Zenita, u kojem je 1921–1922.g. objavljivao pjesme i manifest Dadaizam. Sudionik je dadaističkih nastupa (Prag, Osijek, Subotica) i urednik zagrebačkih publikacija Dada-Tank i Dada-Jazz (1922).

publika danas traži u filmu. Nadalje, smatra da su dadaisti pridavali puno manje važnosti tržišnoj vrijednosti svojih umjetničkih djela, već su ih htjeli onesposobiti kao predmete kontemplacije.

U okviru anarhističkih poimanja ranih avangardi dada ili dadaizam se izdvaja kao izrazito provokativni, nihilistički i aktivistički pokret čije je djelovanje poprimilo internacionalni karakter.

Marcelu Duchampu se pripisuju riječi da anti umjetnost može stvarati samo umjetnik (francuska dada). Duchamp je jedan od najrevolucionarnijih umjetnika koji je promijenio poimanje likovne umjetnosti u drugom desetljeću 20. stoljeća. Njegova umjetnost je uveliko prodrmala svijet, koji do tada nije vidio ništa slično. U početku, njegova djela su bila odbijena u mnogim galerijama, upravo zbog provokativnih naslova i sadržaja. Jedan je od prvih umjetnika koji je koristio već postojeće stvari (ready-made) u svojoj umjetnosti. Najpoznatije djelo te vrste mu je Fontana (slika 7), tj. pisoar koji je potpisao kao umjetničko djelo.



Slika 7.Marcel Duchamp, Fontana, 1917

Zenit je bio avangardni dadaistički umjetnički časopis koji je izlazio jednom mjesečno u Zagrebu, čiji je inicijator, urednik i izdavač bio Ljubomir Micić.

Zenitizam je eklektični, ekscesni i eksperimentalni međunarodni umjetnički pokret nastao u Zagrebu 1921. godine., koji je djelovao šest godina. Zenitizam karakterizira pokušaj da se na rubovima srednjoeuropskog i balkanskog prostora uspostavi autentični umjetnički pokret.



Slika 8.Naslovnica 6. br. Časopisa Zenit, srpanj 1921.g.

Neo-dadu od dade razlikuje drugačija društvena i kulturološka situacija umjetničkog djelovanja. Dada je nastala kao estetska, etička i politička provokacija i destrukcija tradicionalnih građanskih vrijednosti i time je bila prethodnica (avangarda) modernističke umjetnosti.

„Neo-dada je nastala u doba dominacije visoke modernističke estetike slikarstva i kiparstva i potrošačkog društva: zasnovana je na kritičkom stavu prema greenbergovskim formalističkim teorijama visokog modernizma koje se zalažu za autonomiju umjetničkog djela (slikarstva, kiparstva), za razlikovanje visoke i popularne umjetnosti i definiranje umjetničkog djela isključivo posredovanjem njegove materijalne morfologije i zasnovana je kao umjetnost potrošačkog

društva, a to znači kao umjetnost koja radi s produktima, značenjima i vrijednostima društvene potrošnje visokog modernizma.″[10]

Pristup neo-dade potrošačkom društvu kritički je i nihilistički. U neo-dadi nema pouke, humora, ironije i parodije nego hladna, doslovna i cinična upotreba otpadaka, tragova i mehanizama potrošačkog društva.

Kako bi shvatili neodadaizam, važno je spomenuti osnivača i pisca prvog manifesta, Tristana Tzaru, koji je objašnjavao dadaizam kao vrijeme u kojemu je s jedne strane duhovno stanje mladih ljudi koje podsjeća na zatvor (zbog stanja u Švicarskoj tokom 1.svj.rata), a s druge strane podizanje intelektualne razine u umjetnosti i književnosti.

Neo-dada je pokret s audio, vizualnim i književnim manifestacijama koji je imao sličnosti u metodi ili namjeri s ranijim Dada umjetničkim djelima. Nastojalo se smanjiti jaz između umjetnosti i svakodnevnog života, a bila je kombinacija razigranosti, ikonoklazma i prisvajanja.

U Sjedinjenim Državama taj je izraz popularizirala Barbara Rose šezdesetih godina prošlog stoljeća i odnosi se prvenstveno, iako ne isključivo, na djela nastala u tom i prethodnom desetljeću. Pokret je imao i međunarodnu dimenziju, posebno u Japanu i Europi, koja je služila kao temelj Fluxusa , pop-arta i novog realizma. Međutim, nekoliko izvornih dadaista osuđivalo je etiketu neo-dada, posebno u njezinim američkim manifestacijama, s obrazloženjem da je to djelo izvedeno, a ne da donosi nova otkrića; da se estetski užitak nalazio u onome što su prvotno bili prosvjedi protiv buržoaskih estetskih koncepata; i zato što je pristao na komercijalizam.

Neo-dada je ilustrirana uporabom modernih materijala, popularnim slikama i apsurdističkim kontrastom. Bila je to reakcija na osobni emocionalizam apstraktnog ekspresionizma, te vodeći se praksom Marcela Duchampa i Kurta Schwittersa, porekao je tradicionalne koncepte estetike. Ovaj pokret je neoavangardni umjetnički pokret nastao u SAD krajem 50-ih godina.

Za neo-dadu nije bitno stvaranje umjetnosti, nego pronalaženje umjetnosti u svijetu.

[10] Miško Šuvaković, *Pojmovnik suvremene umjetnosti*, 2005

5. Kolaž kao slikarska tehnika

„Kolaž (francuski *collage:* lijepljenje), slikarska tehnika kod koje je kompozicija u cijelosti ili djelomice izrađena od lijepljenih komada papira, novina, tkanina, kože, ilustracija, fotografija i dr. Kolažom su se prvi služili kubisti oko 1912. godine (P. Picasso, G. Braque); poslije je postao omiljeno sredstvo likovnog eksperimentiranja dadaizma, nadrealizma i pop-arta (K. Schwitters, M. Ernst, H. Arp, Jim Dine).″[11]

„Korijeni likovnog kolaža nalaze se u pučkom stvaralaštvu, a kubizam taj postupak uvodi u svijet visoke umjetnosti. Pablo Picasso i Georges Braque načinili su prve kolaže oko 1912. godine. Elementi kolaža su bili raznovrsni: dio pletene stolice, komadi drva, isječci iz novina. Zamisao kolaža srodna je zamislima asamblaža i ready-madea. Asamblaž je trodimenzionalni objektni kolaž. Ready-made se razlikuje od asamblaža. premda s njim dijeli doslovno pokazivanje neumjetničkih predmeta, po tome što istupa iz konteksta slikarstva i skulpture djelujući u domeni umjetničkih objekata.″[12]

Kolažirane motive na slikama možemo, prema Mišku Šuvakoviću, podijeliti na likovni kolaž i tekstualni kolaž. Likovni kolaž nastao je lijepljenjem predmeta, dijelova slika, tipografskog materijala i fotografija na podlogu slike, a tekstualni dio je nastao prilikom gradnje sintaktičkog teksta (po svojoj vizualno-prostornoj uređenosti) i semantičkog (u značenjskom smislu) teksta.

Primjer likovnog kolaža vidimo na slici „Antidote″ (vidi sliku 9), a je tekstualni kolaž vidljiv na slici „Welcome to reallity″ (vidi sliku 3) te na slici „Kompozicija 5″ (vidi sliku 10).

U likovnim umjetnostima kolaž se može smatrati slikarskim žanrom ili postupkom građenja slike na načelu trans semiotičke citatnosti. Prema Dubravki Oraić, transsemiotička citatnost (doslovno navođenje, upotreba) citatni je odnos između umjetnosti i neumjetnosti. Kolaž se razvijao i primjenjivao u futurizmu, kubofuturizmu, konstruktivizmu, zenitizmu, nadrealizmu, kao i neoavangardnim pokretima: fluksusu, neodadi, hepeningu, pop artu i vizualnoj poeziji.

[11] *Kolaž*, Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža

[12] Miško Šuvaković, *Pojmovnik suvremene umjetnosti*, Horetzky, 2005., str. 3



Slika 9. Detalj sa slike „Antidote″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika, orig.120x80 cm



Slika 10. Detalj sa slike „Kompozicija 5″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika, orig. 195x130

Svrha i svojstva kolaža na kompozicijama su izdvajanje elemenata iz postojeće cjeline te unošenje u novu cjelinu; montaža ili stvaranje strukture u kojoj uneseni element dobiva novo značenje, stapajući se s elementima podloge i mijenjajući njezin vizualni izgled i značenje kao cjeline. Umjetni karakter kolaža, njegova jezična priroda i učinci, uvijek dani kroz diskontinuitet, heterogenost i strukturalni odnos koji se lako može prekinuti, kao i lakoća premještanja iz konteksta u kontekst, aspekti su koji kulturu i umjetnost postmodernizma čine simulakrumom.

„Postmodernistički kolažni postupak zasniva se na semantičkom premještanju predmeta, elemenata predmeta, postojećih ideoloških, religioznih i teorijskih poruka, fragmenata svakodnevnog govora i izraza popularne kulture u novu tvorevinu kako bi se stvorilo umjetničko djelo koje pokazuje najraznovrsnije prekide, a time i složenu višeznačnost, necjelovitost, mekoću i nekonzistentnost mišljenja, osjećanja i prikazivanja u post modernoj umjetnosti i kulturi."[13]

Umjetnik ne može stvoriti novo ili originalno umjetničko djelo, nego provodi transfiguraciju (premještanje koje naziva preoblikovanje i promjenu značenjskih odnosa) iz konteksta u kontekst, iz umjetničkog djela u drugo umjetničko djelo, iz svijeta u umjetnost i iz umjetnosti u svijet, budući da je svijet veliki promjenjivi kolaž, a ne objektivna realnost i priroda neovisna o radu i djelovanju kulture."[14]

Postmodernistički kolaž možemo shvatiti kao citatni odnos između umjetnosti i kulture, on prenosi oblik izražavanja popularne i masovne kulture u umjetnost, kao što i uvodi umjetničko djelo u javni prostor (masovni mediji, ulica). Kao tehniku prikazivanja, izvodimo ga iz montažnih tehnika grafičkog dizajna, filma, čime kolaž postaje oblik proizvodnje značenja u masovnoj kulturi, a ne autonomna ili književna tehnika.

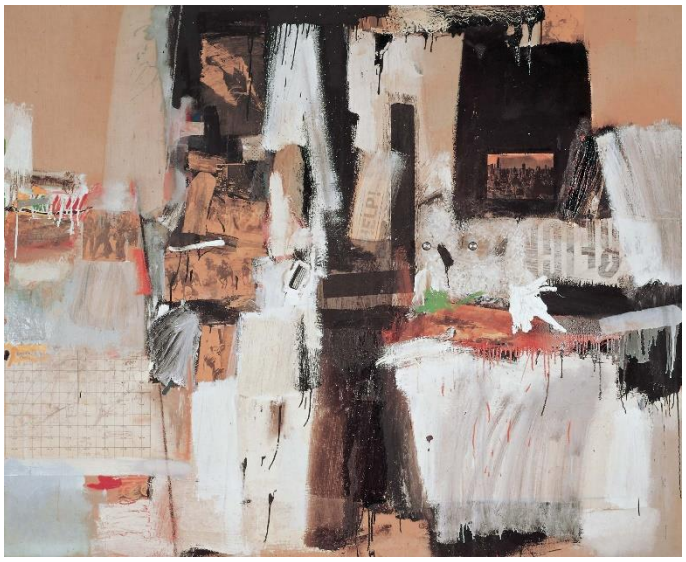
„Kolaži neodadaističkih i popartističkih umjetnika, na primjer Roberta Rauschenberga, kritika su modernističke formalističke estetike koja sliku definira kao konzistentnu ravnu i čisto pikturalnu površinu. Rauschenbergov[15] rad na kombiniranim slikama (engl. combine paintings) Lawrence

[13] Miško Šuvaković, *Pojmovnik suvremene umjetnosti*, Horetzky, 2005., str. 304

[14] Usp. Isto

[15] Robert Rauschenberg - bio je američki slikar i grafičar čiji su rani radovi predviđali pokret pop umjetnosti (zajedno s Jasperom Johnsom). Rauschenberg je bio i slikar i kipar, ali bavio se i fotografijom, grafikom, izradom papira i performansom. Rauschenberg je 1993. nagrađen Nacionalnom medaljom za umjetnost, a 1995. Svjetskom nagradom

Alloway označuje tehnikom estetska heterogenost. Termin *kombinirano* prema Rauschenbergu ukazuje na složenost slikarskog rada koja metaforično ukazuje na složenost rada kombajna (poljoprivrednog stroja).″[16]



Slika 11. Robert Rauschenberg, Broadcast 1959.,
Combine (1954.–64.)

za umjetnost Leonardo da Vinci, priznanjem za više od 40 godina umjetničkog stvaralaštva. Prepoznatljiv je po dadaističkom slaganju kolaža te uzima ikone za teme radova.

[16] Miško Šuvaković, *Pojmovnik suvremene umjetnosti*, Horetzky, 2005., str. 304

5.1. Fotografija

Fotografije mijenjaju i proširuju naša shvaćanja o onome što je vrijedno gledanja i što imamo pravo promatrati. Fotografija nam je dala osjećaj da čitav svijet možemo držati u glavi, u vidu antologije slika. Fotografije su možda najtajanstvenije od svih predmeta koji sačinjavaju i zasićuju okruženje koje mi doživljavamo modernim. Fotografirati znači prisvojiti fotografiranu stvar. To znači staviti se u određeni odnos prema svijetu koji nam daje osjećaj znanja i moći. Fotografije nam pružaju većinu znanja o izgledu prošlosti i dosegu sadašnjosti. Pružaju nam dokaze, nešto o čemu čujemo, ali u što sumnjamo, čini se dokazanim kada se pokaže njegova fotografija. Fotografija se prihvaća kao nepobitan dokaz da se određena stvar dogodila. Slika može iskriviti stvarnost, ali uvijek postoji pretpostavka da nešto poput onoga na slici postoji ili je postojalo.

Fotografije kolažirane na platnu, u sukobu sa bojom propovijedaju suosjećanje, sklad u neskladu, jedinstvo u različitosti. Ukazuju gledatelju da ono što se od gledatelja traži da gleda je zapravo nešto drugo. Žele pokazati drugi svijet. Svaka fotografija lijepljena na platno je samo fragment, njezina moralna i emocionalna težina ovise o okruženju u koje ju se stavi. Kaos nastao kolažiranjem reaktivan je rad protiv otmjenosti, protiv onoga što je dopušteno, izražava pobunu protiv javnog, sigurnog, umirujućeg i dosadnog, u korist skrivenog, opasnog i očaravajućeg.

Fotografije kolažirane na slikama posjeduju destruktivnu funkciju razbijanja likovnih oblika i formi na slici, apsurdno spajanju nespojivo, pri čemu se kolažni elementi ne doživljavaju samo kao citati izvan umjetničkog u umjetničkom, tj. kao citati diskurzivnog i tekstualnog u likovnom ili likovnog u književnom i tekstualnom, nego i kao oblik prikazivanja modernog društva utemeljenog na vizualnim komunikacijama (ilustrirani časopisi, film, televizija, reklame). Slike koje izazivaju i napadaju promatrača ističu odbojni element koji je taktilan.

Susan Sontag u svojoj knjizi „On Photography″ uspoređuje fotokameru s oružjem te navodi da se fotokamera prodaje kao napadačko oružje koje je maksimalno automatizirano, spremno za akciju. Vrijeme uzdiže većinu fotografija, čak i one najviše amaterske, na razinu umjetnosti.

Fotografije su postale dijelom opće opreme okoline, polazne točke i potvrda onog pojednostavljujućeg pristupa stvarnosti koje se smatra realističnim. Fotografije su cijenjene zato što daju informacije, one su u samom središtu nove predodžbe o tome što je informacija.

Fotografije kolažirane na slikama čine reakciju suosjećanja sporednom, cilj je ne uznemiriti se, već biti u stanju smireno se suočiti s užasnim.



Slika 12. Detalj sa slike „Kompozicija 3″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, orig. 195x130 cm

Veliki dio moderne umjetnosti posvećen je snižavanju praga užasnog. Privikavajući nas na ono što prije nismo mogli podnijeti da čujemo ili vidimo jer je bilo previše bolno ili neugodno, umjetnost mijenja moralne norme, skup psihičkih običaja i javnih sankcija koji povlači nejasnu granicu između onoga što je emocionalno i spontano nepodnošljivo i onoga što nije. Postupno potiskivanje preosjetljivosti približava nas prilično formalnoj istini, o proizvoljnom izboru tabua koje su odredili umjetnost i moral. Lažna bliskost s užasnim pojačava otuđenost, čineći pojedinca manje sposobnim da reagira u stvarnom životu.

Fotografija je postala osnovna umjetnost društava obilja, rasipništva i nemira, nezamjenjivo sredstvo nove masovne kulture. Susan Sontag navodi da je upravo fotokamera odigrala toliko

uspješnu ulogu u uljepšavanju svijeta da su fotografije, a ne svijet, postale mjerilom ljepote. Nije jedina funkcija fotografija da odražavaju stvarnost, realistično. Umjesto pukog bilježenja stvarnosti, fotografije su postale mjerilom za naše viđenje stvari, pri čemu mijenjaju samu ideju stvarnosti i realizma. Fotografije šokiraju ako pokazuju nešto novo. Etički sadržaj fotografija je krhak. Uz moguću iznimku fotografija užasa poput nacističkih logora, koje su dobile status etičkih polaznih točaka, većina fotografija ne zadržava svoj emocionalni naboj. Fotografija ima tu specifičnu sposobnost da sve svoje sadržaje pretvori u umjetnička djela. Ono što nadilazi pitanje je li fotografija umjetnost ili nije činjenica je da fotografija navješćuje i stvara nove ambicije u umjetnosti.

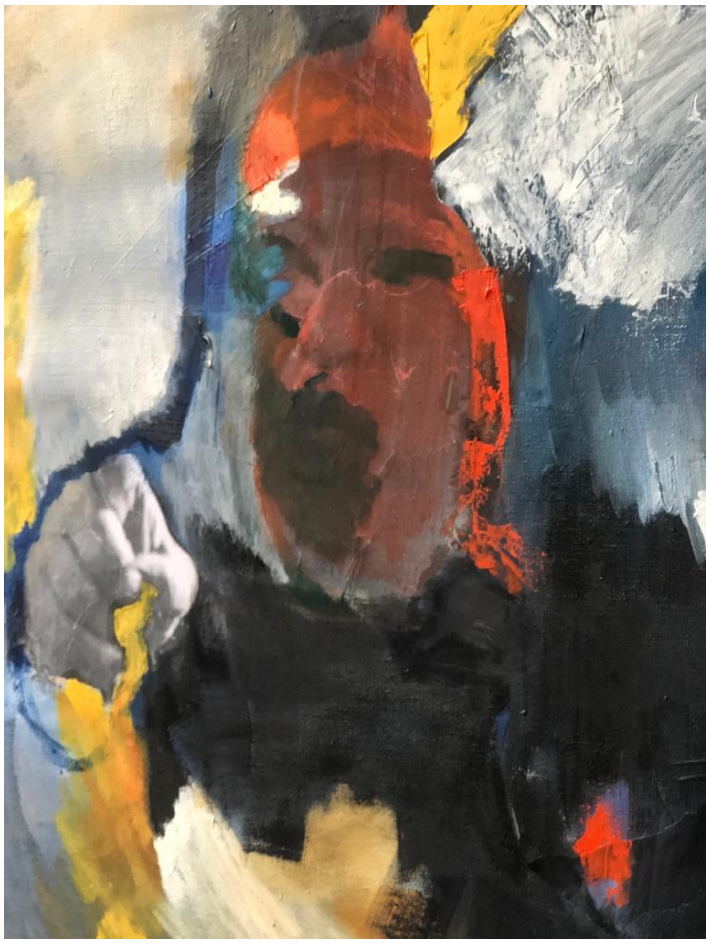
Poznato nam je da masama manipuliraju slike vizualnih medija i popularna kultura.

Mi kao kritičari možda želimo da fotografije budu jače nego što zapravo jesu kako bi davali sami sebi osjećaj moći u suprotstavljanju, izlaganju ili hvaljenju njih samih. Nijedna moderna, racionalna, sekularna osoba ne misli da se prema fotografijama treba ponašati kao prema osobama, ali nam se uvijek čini se da su spremni napraviti iznimke za posebne slučajeve.

„Počinjem sa slikom koja nosi srce na rukavu, poznatim „ujakom Samom″, regrutacijskim plakatom za američku vojsku, dizajnera Jamesa Montgomerya Flaga[17], recruiting posta, tijekom Prvog svjetskog rata. Ovo je slika čije se želje čine apsolutno jasnima, usmjerenima na određenom objektu: želi *vas,* odnosno, mladiće odgovarajuće dobi za vojnu službu. Neposredna želja slike izgleda poput verzije učinka Meduze: to jest, verbalno *pozdravlja* gledatelja i pokušava ga preoblikovati uz izravnost pogleda i (njegova najdivnija slikovita značajka) nagovješteno pokazujući ruku i prst koji izdvajaju gledatelja, optužujući, određujući i zapovijedajući gledatelju.″[18] Motiv plakata je pomaknuti i mobilizirati gledatelja, poslati ga na „najbližu regrutnu stanicu″ i na kraju u inozemstvo boriti se i možda umrijeti za svoju zemlju.

Slična obraćanja političara vidimo i danas, zapovijedaju nam, optužuju nas, traže pozornost pod svaku cijenu. Vidimo sličnosti sa navedenim plakatom i u slici „Welcome to reality″, na primjeru br. 10.

[17] James Montgomery Flag. US. Anny German enlistment poster
[18] W. J. T. Mitchell, *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images*, 2004., str. 76



Slika 13. Detalj sa slike „Kompozicija 1″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, org. 179x145 cm

„Slike žele jednaka prava s jezikom, a ne da se pretvaraju u jezik. Ne žele ni jedno ni drugo u *povijest slika* niti biti uzdignute u *povijest umjetnosti*, ali da ih se gleda kao na složene individue koje zauzimaju više subjektnih položaja i identiteta.″[19] Ovdje je bitno spomenuti Leni Riefenstahl, njemačku filmsku redateljicu, fotografkinju i glumicu, poznatu po svojoj ulozi u stvaranju nacističke propagande i po svojoj *fašističkoj estetici*, čije sam fotografije koristila za kolažiranje.

[19] W. J. T. Mitchell, *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images*, 2004., str. 82

Leni, sada već Hitlerova omiljena redateljica, dobila je od njega zadatak da snimi reportažu s Olimpijskih igara u Berlinu 1936. godine. Rezultat je bio četverosatni dvodijelni film Olympia, koji se pokazao jednako popularan, ali je smatran mnogo manje propagandnim od njezina prethodna dva filma.″[20]

Nakon Drugog svjetskog rata protjerana je iz filmske industrije te se posvećuje svojoj drugoj strasti, fotografiji, gdje nastaje „Olympia″. („Sportski dokumentarni film o Olimpijskim igrama koje su se odvijale 1936. godine u Berlinu nazvan „Olympia″, koji mnogi smatraju najboljim sportskim filmom ikada snimljenim, još je jedno od remek-djela Leni Riefenstahl." Olympia, izdana 1938. godine, podijeljena je na dva dijela: Festival naroda (Fest der Völker) i Festival ljepote (Fest der Schönheit). Prvi dio opisuje povijest Olimpijskih igara prikazujući tradiciju koja potječe iz Stare Grčke i mnoga popratna događanja na Olimpijskim igrama u Berlinu 1936. godine, a drugi dio sadrži snimku samih igara u Berlinu).″[21]

Površinski gledano, film slavi ljudski duh i tijelo, ali njegova dublja analiza ukazuje na Hitlerovo vješto zamaskirano propagandno oruđe u promoviranju naciolsocijalizma kao najboljeg oblika vlasti. Upravo te fotografije iz knjige *Olympia* (Leni Riefenstahl, TASCHEN, 2002.) su kolažirane na slikama diplomskog rada. Fotografije označuju sve stigme osobnosti: izlažu i fizička i virtualna tijela; one razgovaraju s nama, ponekad doslovno, ponekad figurativno. One predstavljaju, ne samo površinu, već i lice koje je okrenuto gledatelju, odnosno suočavaju se s gledateljem. Fotografije se ponašaju kao da imaju volju, svijest i želju.

[20] Leni Riefenstahl – *Ubojice kroz oči umjetnice*, Ivan Horvat, ESSEHIST: totalitarni režimi, 2009., str. 34
[21] Usp. Isto, str. 36



Slika 14. Detalj sa slike „Kompozicija 5″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika, orig. 195x130cm



Slika 15. Detalj sa slike „Kompozicija 5″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika, orig. 195x130 cm

6. Analiza radova

Diplomski rad „Informacija i dezinformacija″ sastoji se od 4 slike dimenzija 195x130 cm, jedne slike dimenzija 179x145 cm, te posljednje slike dimenzija 120x80 cm.

Pri samoj pripremi za slikanje, ključno je bilo izraditi platna velikih dimenzija, koja moraju biti profesionalno izvedena na adekvatnim blind ramama. Za navedene slike, blind rama zahtijeva čvrstoću, jer se na nju napinje laneno 500 gramsko platno, koje je, nakon napinjanja na okvire, pripremljeno na klasičan način - tutkaljenjem. Drvo jelovine je ručno sastavljeno u okvire, dovoljno čvrsto da podnese 2-3 sloja tutkala. 500 gramski sirovi lan, vrlo pažljivo nategnut na blind ramu, sada je pripremljen za impregnaciju, toplim načinom tutkaljenja u 3 namaza. Po šušenju impregnacije, prepariranje platna izvršeno je s pigmentima pomiješanim tutkalom. Pigmenti u boji su ciljano korišteni, kako bi služili kao imprimatura[22], koja će omogućiti da se svjetlost koja pada na sliku reflektira kroz prvi sloj boje.

Za podslik su korišteni pigmenti pomiješani tutkalom, prvi nanosi boje izvedeni su akrilnim bojama, zbog brzine sušenja, lazurnosti, ali i mogućnosti impasto poteza, a za završne slojeve služile su uljane boje. Uz slikarske tehnike, valja naglasiti i samu važnost poteza, borbe lazurnih ploha, odnosno kontrolirane transparentne površine, sa širokim impasto potezima koji su jaki, naglašeni i slobodni. Dopušteno je i podlozi da sudjeluje kao element slike, sirova boja lanenog platna je vidljiva na nekim dijelovima slika.

Za realizaciju slika, od slikarskog pribora upotrebljene su široke četke, kistovi, valjci i špahtle.

Motivi fotografija priključenih u kompoziciju slike namjerno su printani u fragmentima, dimenzija A3, kako bi se spojili jedni s drugima u novom okruženju, izgubili prvotno značenje i najvažnije njihov sadržaj te dobili posve novi identitet.

Uz slobodne, intuitivne, ali i agresivne poteze boje, vidljivi i su nježni, lazurni, kontrolirani potezi. Na nekim dijelovima slika vidimo tonske modulacije, zbog rastera koji je nastao *šatiranjem* kistom crnom, te lazurno crnom bojom, što nam daje jedan novi i drugačiji trenutak od prethodnih, koji vizualno aludira na grafički otisak (slika 16).

[22] sam izraz potječe od talijanskog jezika i doslovno znači *prvi sloj boje*



Slika 16. Detalj sa slike „Kompozicija 5″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika, orig. 195x130 cm

6.1. Prezentacija i pregled diplomskog rada

Serija diplomskih radova „Informacija i dezinformacija″ izlagat će se 17. 06. 2021. g. u Zagrebačkom centru za nezavisnu kulturu i mlade „Pogon Jedinstvo″, u velikoj dvorani zajedno s diplomskim radovima kolegica Petre Šabić i Sandre Knego.



„Kompozicija 1″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, 179x145 cm



„Kompozicija 2″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, 179x145 cm



„Kompozicija 3″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, 195x130 cm



„Kompozicija 4″(2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, 195x130 cm



„Kompozicija 5″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika na platnu, 195x130 cm



„Antidote″ (2021)
Kombinirana slikarska tehnika, 120x80 cm

7. Zaključak

Živimo u svijetu u kojem ima sve više informacija, a sve manje smisla. Uzalud se putem medija ubrizgavaju poruke i sadržaji, gubitak i propadanje smisla napreduje brže od njegovog ubrizgavanja. Moramo se usredotočiti na produktivnost baze kako bi se zamijenili onemoćali mediji. Desocijaliziran ili potencijalno asocijalan je onaj koga mediji zanemaruju. Informacija je tu da ostvaruje komunikaciju, pa i kada se rasipa prekomjerno, po općoj suglasnosti pretpostavlja se da ipak u cjelini postoji suvišak smisla, koji se raspoređuje u sve međuprostore društvenog. Ondje gdje mislimo da informacija proizvodi smisao, događa se suprotno. Informacija proždire vlastite sadržaje. Mediji kotrljaju smisao i besmisao, manipuliraju u svim smjerovima istodobno, taj proces nitko ne može kontrolirati, oni prenose simulaciju koja je dio sustava i simulaciju koja razara sustav prema posve moebijevskoj i kružnoj logici. Sve što nam se prezentira kroz medije trebalo bi kritički sagledati jer oni su tu da nas odmaknu od stvarnih problema i da donesu odluke umjesto nas. Ono što se čovjeku nikako ne bi smjelo oduzeti je sloboda misli jer mišljenje je postojanje. Čovjek bez svojih misli gubi sebe.

Diplomski radovi pod nazivom „Informacija i dezinformacija″ osvrt su nametnutim idealima, sadržavaju snažne energične poteze, kontekst načina svakodnevnog suvremenog života, napetost, revolt, „anti umjetnost″ (umjetnost ne želi biti lijepa, želi biti buntovna), dadaističko slaganje kolaža (stilski po uzoru na neo-dadaizam), ritam, slobodu stvaranja, vidljive poteze te komponirane mrlje unutar platna. Slike možemo također interpretirati tematikom „destrukcije″ koja sama sebe uništava jer ona uvijek ostavlja trag iza sebe ili tvori nešto novo. Destrukcija nije bukvalno uništavanje, već prelazak iz oblika u oblik tvoreći zanimljive kompozicije. Motivi fotografija kolažiranih na platnu mješavina su pokreta, apsurda, buntovnosti, slobode i degradacija kalupa/granica, to jest, ustajalih vrijednosti. Na slikama vidimo ljudska tijela, koja lebde u zatrpanim nabijenim idealima, masovno su pogubljeni i pretrpani informacijama koje nam se serviraju kao suvremenom društvu. Ritam i boja formuliraju sadržaj koji nije slučajan, već dobro promišljen, i tom slobodom pokreta i boje oživljen je u svom konačnom obliku i poruci. Kolaž na slikama produkt je vanjskih utjecaja, atmosfere, kao i unutarnjih emocionalnih stanja pri osmišljavanju ideje, kao i prilikom rada, realizacije te redukcije i ponovne nadogradnje reduciranog. Fotografije kontroverzne Hitlerove ljubimice, Leni Riefenstahl, uklopile su se u kompozicije baš iz razloga jer apstrakcija nije bila priznata u doba nacizma, kosila se sa tradicijom, te su zbog toga radovi također kontroverzni.

8. Popis literature

1. Art Vivant, *Marcel Duchamp – Decoupages*, 1987.
2. Maud Lavin, *Cut with the kitchen knife, the Weimar photomontages of Hannah Hoch*, New Heaven & London: Yale university press, 1993.
3. George Orwell, 1984, preuzeto s linka: https://www.hrlektire.com/wp-content/uploads/2018/09/orwell_1984.pdf
4. Guy Debord, *Društvo spektakla*, 1967.
5. Jean Baudrillard, *Simulakrumi i simulacija*, 1981.
6. Fredric Rissover, David C. Birch, McGraw; *Mass Media and the Popular Arts*, Hill book company, 1971.
7. McLuhan, Marshall, *The Medium is the Massage*, Gingko Press, Berkeley, [1967.] 2006., preuzeto s linka: https://archive.org/details/pdfy-vNiFct6b-L5ucJEa
8. Miško Šuvaković, *Pojmovnik suvremene umjetnosti*, Horetzky. 2005.
9. Rade Kalanj, *Ideologija, utopija, moć*; Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2010.
10. Susan Sontag, *On Photography*, 1971., preuzeto s linka: https://fotofluc.files.wordpress.com/2014/11/suzan-sontag-o-fotografiji1.pdf
11. W. J. T. Mitchell, *What Do Pictures Really Want?*, 1996., preuzeto s linka: https://monoskop.org/images/2/25/Mitchell_WJT_1996_What_do_Pictures_Really_Want.pdf

Internetski izvori:

1. >>antiumjetnost<< Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža, https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=69207 (Pristupljeno 13. 5. 2021.)
2. >>dadaizam<< Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža, https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=13655 (Pristupljeno 13. 5. 2021)
3. Dario Vuger, *Doba filma svijeta: Guy Debord i obrana ideje Društva spektakla*, file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/D_Vuger_Doba_filma_svijeta_Guy_Debord_i_obrana_ideje_Drustva_spektakla.pdf
4. Dario Vuger: *Doba filma svijeta: Guy Debord i obrana ideje Društva spektakla*, https://www.youtube.com/watch?v=k2VmQUluX9s
5. >>dezinformacija<< Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža, https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=14909 (Pristupljeno 13. 5. 2021.)
6. >>informacija<< Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža, https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27405 (Pristupljeno 13. 5. 2021)
7. >>kolaž<< Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža, https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32361 (Pristupljeno 16. 5. 2021.)
8. .>>manipulacija<< Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža, https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=38638 (Pristupljeno 13. 5. 2021.)
9. >>masovni mediji<< Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža, https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=39312 (Pristupljeno 13. 5. 2021)
10. Robert Rauschenberg interview (1998) https://www.youtube.com/watch?v=tDUbPqBRPvY&t=23s