Utjecaj kulture na recepciju i oblikovanje ljudskog tijela

Blažević, Mirela

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:974361

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

THE ACADEMY OF ARTS AND CULTURE IN OSIJEK

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU
ODSJEK ZA LIKOVNU UMJETNOST
DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ LIKOVNA KULTURA

MIRELA BLAŽEVIĆ

UTJECAJ KULTURE NA RECEPCIJU I OBLIKOVANJE LJUDSKOG TIJELA

DIPLOMSKI RAD

Mentorica:

Lana Skender, predavačica

Osijek, 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD 4
2. RECEPCIJA I KULTURA 5
2.1 Određenje pojmova i definicije 5
2.2 Poimanje estetike 6
2.3 Učenje o slici tijela po modelu 7
2.4 Recepcija slike tijela u filmu 8
2.4.1 Prikazivanje slike ženskog tijela u filmu 8
2.4.2 Prikazivanje slike muškog tijela u filmu 9
3. RECEPCIJA LJUDSKOG TIJELA KROZ POVIJEST 10
3.1 Prahistorija 10
3.2 Drevne civilizacije 10
3.3 Antika 11
3.3.1 Grčka 11
3.3.2 Rim 12
3.4 Srednji vijek 14
3.5 Renesansa 15
3.6 Umjetnost 16., 17. i 18. stoljeća 16
3.7 Umjetnost 19. i 20. stoljeća 17
4. PORNOGRAFIZACIJA SVAKIDAŠNJICE 19
4.1 Granica između umjetnosti i pornografije 19
4.2 Pornografizacija popularne kulture 19
4.3 Razlika između komercijalne i likovne umjetnosti 20
4.4 Početak atraktivnog prikazivanja tijela u oglašavanju 21

5. ISTRAŽIVANJE 24
5.1 Problem i cilj istraživanja 24
5.2 Metodologija istraživanja (radionica) 24
5.3 Ciljevi, zadatci i ishodi nastavnog sata i radionice 24
5.4 Analiza radionice 25
6. ZAKLJUČAK 29
7. LITERATURA 30
8. SAŽETAK 33
9. PRILOZI 34

1. UVOD

Tema ovog diplomskog rada je način na koji kultura utječe na recepciju, oblikovanje i prikazivanje slike ljudskog tijela u umjetnosti i popularnoj kulturi, a bit će potkrijepljeno teorijama opažanja i recepcije, kulture, učenja prema modelu, poimanja estetike, umjetnosti, reklame te analize određenih slika i potreba za prikazivanjem tijela od prahistorije do danas. Recepcija se definira kao prihvaćanje ili usvajanje dojmova do kojih se dolazi putem različitih osjetila. Uz njihovu pomoć čovjek opaža, a naše misli djeluju na ono što vidimo i obrnuto. Neki subjektivni doživljaji su urođeni, dok se neki kulturološki uče. Kultura se odnosi na vjeru, moral, umjetnost, zakone, znanje i običaje, a sve su kulture imale svojstvenu potrebu za estetikom iz koje proizlazi estetska raznolikost doživljaja ljepote ljudskog tijela. Osim što je ovisila o kulturi, potreba za određenim estetskim standardima u pojedinom razdoblju je bila i ogledalo pogleda na svijet osobe koja ju je stvorila. Ljudi su oduvijek bili fascinirani doživljajem ljudskog tijela, a vrijednosti koje je njegova slika odražavala su bile estetske, funkcionalne, rodne i moralne. Također će se objasniti razlika između slika tijela u reklami, filmu i umjetnosti koje se izjednačavaju u pogledu ideje i mašte, a razlikuju prema utjecaju na gledatelja i svojoj svrsi. S obzirom na moguće načine njegova prikazivanja u navedenim medijima, povući će se granica između umjetnosti i pornografije te njezin utjecaj na današnju popularnu kulturu. Uz zapažanje se mora spomenuti teorija socijalnog učenja prema modelu jer svako prikazano ponašanje ili prenošenje ideja pokazuje potrebu da se oponaša, a izrazito ako je pozitivno potkrijepljeno od većine. U zadnjem poglavlju je opisana i analizirana radionica koja je izvedena s učenicima Gimnazije Matije Antuna Reljkovića Vinkovci. Tema je bila koju poruku nam prenosi ljudsko tijelo u umjetnosti i reklami s obzirom na način na koji je prikazano. Na osnovu toga, učenici su imali zadatak izraziti vlastite stavove, ideje i vrijednosti kombinirajući isprintani primjer umjetničkog djela na kojem se nalazi ljudsko tijelo i popularne zabavne časopise karakteristične za njihovu dob. Cilj radionice je bio potaknuti učenike na istraživanje i kritičko razmišljanje o slikama tijela s kojima će se susresti te osvijestiti činjenicu kako je ljudsko tijelo postalo kreativno sredstvo komunikacije.

2. RECEPCIJA I KULTURA

2.1 Određenje pojmova i definicije

Definicija pojma *recepcija* (lat. *recipere* primiti, dočekati) riječ opisuje kao preuzimanje, prihvaćanje ili usvajanje nečega, na primjer dojmova, a do recepcije dolazi putem osjetila. (http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=52134, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2017) Osjetila nisu nastala kao oruđa saznavanja radi sebe, nego su se razvila kao biološka pomagala za opstanak. Uz pomoć vida i sluha čovjek zapaža i razmišlja jer u praksi opažanje i mišljenje djeluju međusobno. Naše misli utječu na ono što vidimo i obrnuto. Percepcija ili opažanje je proces kojim mozak organizira i tumači podatke dobivene iz osjetila te ih formulira u smislenu cjelinu. (Arnheim, 1985) Rudolf Arnheim je bio njemačko-američki psiholog, filozof, likovni i filmski kritičar koji se bavio likovnim umjetnostima, geštalt psihologijom i vezama između percepcije i umjetnosti. Prema Arnheimu, percepcija se sastoji od poklapanja materijala sa šablonama jednostavnog oblika ili vizualnim kategorijama, stoga većinu materijala poimamo kao krug, kvadrat i trokut. Neki materijali se s poklapaju s jednostavnim oblikom poput okruglog punog mjeseca, a neki su približno okrugli kao čovjekova glava. (Arnheim, 1985)

Recepcija može biti emocionalno obojana jer ono što percipiramo obuhvaća naše subjektivne doživljaje. Neki doživljaju su urođeni, na primjer reakcija na pretjerano kiselo, a neki se kulturološki uče i oblikuju. Zbog toga će nam se nešto činiti zanimljivo i estetski ugodno, a nešto drugo ne. Prva znanstvena definicija kulture dolazi od Edwarda Burnetta Tylora 1871. i kaže kako je *„kultura ili civilizacija... složena cjelina koja uključuje znanje, vjeru, umjetnost, moral, zakone, običaje i sve druge sposobnosti i navike koje je čovjek pribavio kao član društva.“* (Tylor, 1871:1) Suvremena teorija pogleda kaže kako na oblikovanje naše percepcije utječe društvo, tehnološki napredak, trenutna ideologija i kultura koji nas kroz odrastanje uče obrascima mišljenja, osjećanja i djelovanja. Oni određuju što ćemo vidjeti i na koji način će nam to biti predstavljeno. Geografski se nalazimo na sudaru različitih kultura: razvijenog liberalnog zapada i tradicionalnog istoka te tehnološki zaostalih društava južnog kontinenta kojima ne pridajemo veliku pažnju. U razvijenijim društvima se uči ideja o preokupaciji tjelesnim i njegovim negativnim nasljeđem. (Adamović i Maskalan, 2011) S druge strane, neka afrička plemena su sačuvala dijelove svoje tradicije i za njih je nago ljudsko tijelo samo patetično jer ona *„nisu*

apstrahirana industrijskim vizualnim poretkom. Zaostali narodi prilaze golotinji, ako to uopće čine, zauzimajući stajalište koje očekujemo od naših slikara i kipara – a koje se sastoji od svih osjetila istodobno. Za osobu koja se koristi čitavim senzorijem, golotinja je najbogatiji mogući izraz strukturalnog oblika.“. (McLuhan, 1964:109) U modernom društvu se primanje slike ljudskog tijela ili recepcija odvija pasivno putem medija vizualne komunikacije koji prenose određenu sliku tjelesnosti.

2.2 Poimanje estetike

Sve kulture imaju potrebu za estetikom i estetskim oblikovanjem koju izražavaju na svojstven način. Estetske norme su se mijenjale kroz povijesna i stilska razdoblja kao i pokušaji definiranja lijepog. *„Estetika je filozofija lijepog i filozofija umjetnosti. Hegel ju je, poslije filozofije i religije, smatrao najvišim očitovanjem duha. Ona ispituje bit, uvjete i kriterije stvaranja, doživljavanja i prosuđivanja lijepog, odnosno umjetnosti.“* (Kalin, 1995:66) Pojam estetike se proširio i prisutan je u svim aspektima života iako je nažalost većina ljudi sklona estetičnoj osrednjosti.

Estetika obuhvaća formu i sadržaj, a da nekad pri tome nemamo racionalnog znanja o lijepom. Poznato nam je kako postoje dvije vrste spoznaje: jedna je intuitivna, a druga logička. Na primjer, kad Immanuel Kant govori o estetici, ona se odnosi na nešto osjetilno, a ne na filozofiju umjetnosti: *„doživljaj ljepote je zasnovan na bezinteresnom sviđanju oblika“*. (Kalin prema Kant, 1995:179) Benedetto Croce u *Estetici* ljepotu definira kao uspio izraz ili samo izraz, a ružno kao neuspjeli izraz. Za umjetnička djela vrijedi paradoks koji kaže da lijepo prikazuje jedinstvenost, a ružno mnogostrukost ljepote. (Kalin prema Croce, 1995) Raznolikost estetskih normi i umjetničkih djela nas uči pluralizmu, gledanju iz više perspektiva, pomaže kultivaciji mišljenja i izražavanja te otvara pogled na postojanje mnogih realnosti koje mogu koegzistirati. Poimanje estetike povezujemo s poimanjem ljudskog tijela jer *„prezentacija ljudske figure predstavlja odraz načina razmišljanja jedne kulture i povijesnog razdoblja. Tako nam upravo i analiza umjetničkih pristupa u prikazivanju ljudskog tijela može ukazati na prevladavajuće estetske i vrijednosne standarde pojedinog razdoblja.“*. (Martinec, 2013:843)

2.3 Učenje o slici tijela po modelu

Teorije socijalnog učenja pokazuju kako se veliki dio učenja odvija u interakciji pojedinca sa socijalnom okolinom, a nazivaju se teorije učenja po modelu. Postoji nekoliko načina na koje se može učiti: imitiranje, modeliranje, simboličko učenje i učenje promatranjem. Onaj tko uči je obilježen kao učenik, a onaj koji se oponaša se zove model. *„Učenje promatranjem ili opservacijsko učenje se odnosi na situacije kad učenik vidi i uzima u obzir posljedice ponašanja modela. Ako su posljedice bile pozitivne, učenik će se u sličnoj situaciji ponašati poput modela.“* (http://www.zzjzpgz.hr/nzl/46/dobatak.htm) Učenje promatranjem se veže uz američkog psihologa Alberta Banduru koji je uočio da se nove reakcije ili obrasci ponašanja mogu učiti jednostavnim promatranjem drugih ljudi. U jednom Bandurinom eksperimentu djeca su gledala film u kojem je odrasli model nasilan. Prvoj grupi djece je pokazano kako je takvo ponašanje modela nagrađeno, drugoj grupi kako je kažnjeno, a trećoj su pokazane neutralne posljedice. Na kraju su ispitivači djecu doveli u situaciju u kojoj su trebali pokazati agresivno ponašanje. Djeca u čijoj grupi je takvo ponašanje modela bilo kažnjeno, ponašala su se najmanje agresivno. (Bandura, 1965)

Zaključak je da svako medijski prikazano nasilje, plemenito ponašanje ili bilo kakav drugi sadržaj modela, pokazuje namjeru da se oponaša, a najviše ono koje je pozitivno potkrijepljeno i odobreno od većine. (Miletić, 2005) S obzirom da se u ključne elemente socijalizacije i ugradnje društvenih vrijednosti danas uvrštavaju i masovni mediji, oni oblikuju modele poželjnog ponašanja, življenja i izgleda, a proširili su ideju erotizacije tijela iz jedne perspektive koja se svakodnevnim gledanjem naučila kao normalna. Osim od ljudi iz vlastitog okoliša, doživljaj slike tijela se uči kroz tuđa tijela na filmu, proizvodima pop industrije te na društvenim mrežama gdje ženska tijela uglavnom imaju ulogu poticanja konzumacije kroz zavođenje. Od njih *„žene ne uče samo kako trebaju izgledati već i kako se trebaju ispravno ženstveno ponašati“*. (Adamović i Maskalan, 2011:60) Analiza doživljaja slike tijela *„zahtjeva razumijevanje i razlučivanje različitih razina tjelesne reprezentacije koje, obuhvaćajući kontinuum od vizualnog, funkcionalnog do simboličkog, čine jedinstvenu cjelinu navedenog fenomena“*. (Martinec, 2013:844) Gledateljev doživljaj slike tijela je važan zbog doživljaja sebe. Ako želimo, a ne možemo dosegnuti poželjan idealitet oblikovan u svijesti, dolazi do problema prihvaćanja vlastite osobnosti. Uz pozitivne načine odražavanja tijela da se približimo idealu, pojavljuju se i negativne posljedice u obliku poremećaja u prehrani: anoreksije i bulimije. (Martinec, 2013)

2.4 Recepcija slike tijela u filmu

2.4.1 Prikazivanje slike ženskog tijela u filmu

Feministička teoretičarka filma Laura Mulvey skovala je izraz muškog pogleda ili *zurenja* (eng. *male gaze*) u eseju *Vizualni užitak i narativni film* iz 1975. Mulvey tvrdi da se u klasičnom Hollywoodskom filmu kroz korištenje različitih filmskih tehnika, kao što su kadrovi, filmski gledatelj navikava na gledanje filma i ženskog tijela u njemu iz perspektive muškog protagonista. (Mulvey, 1975) Mulvey je primjetila kako se ženski likovi tretiraju kao fetišistički, vojaeristički-skopofilijski objekti i spektakli koji usporavaju radnju i dobivaju važnost kad upotpunjuju mušku figuru. S druge strane, Hitchcockovi filmovi su namjeravali na takav način oblikovati žensku tjelesnost. U njegovom filmu *Dvorišni prozor,* junakova djevojka Lisa je predstavljena kao zapreka pustolovnom stilu života protagonista. U trenutku kada se njezino tijelo prilagođava njegovim zahtjevima, ona postaje poželjni subjekt. Ona pristaje na junakov zaplet, riskira svoj život ulaskom u ubojicin stan i tako dokazuje spremnost na njegov avanturistički životni stil. (Lučić, 2015)

U knjizi *The Skin of the Film*, Laura U. Marks sugerira kako je način na koji gledamo film odnosno da čovjekovo viđenje može biti haptičko, *„kao da neko dodiruje film vlastiti očima“* (Lučić prema Marks, 2015:521) za razliku od optičke vizualnosti. Prema nekim autorima, film je inherentno taktilan jer kod gledatelja priziva spontanu reakciju ujedinjenja osjeta (grč. *synaesthesis*) koja je izazvana stimulacijom jednog od njih. (Beugnet, 2007) Tijelo filma je u stalnom kontaktu s tijelom gledatelja jer on na temelju svojih iskustava doživljava kognitivne i emocionalne procese tako što film u njega izaziva nevoljne tjelesne reakcije putem naglašavanja dodirnih karakteristika prikazanih stvari. Filmska slika audiovizualnim sredstvima ističe svoj taktilni karakter. Na primjer, dodirne karakteristike stvari se doživljavaju kroz krupne filmske planove i detalje s dugačkim ili kratkim sekvencama koji naglašavaju volumen oblika, težinu, pokret, zauzimanje prostora, glatku ili mat teksturu, suhu ili vlažnu površinu, meku ili krutu strukturu. Takvo filmsko iskustvo je rezultat spajanja filmskog tijela i gledateljeva tijela uz pomoć vlastitog životnog okoliša i iskustva. (Lučić, 2015)

Feministička filmska kritičarka Linda Williams govori kako postoji vrsta filmova koji proizvode najizravnije trenutke aktiviranjem tjelesnog u filmu. Žanr tih filmova naziva tjelesni i u njih svrstava horor filmove, melodramu i pornografiju. Osim što izravno aktiviraju gledateljeve

reakcije, oni na različite načine tretiraju koncepciju tijela unutar filma. Pornografija tijelo svodi na organe i tjelesnu zanesenost, melodrama na tijelo u patnji, a horor filmovi na unakazivanje. Svaki žanr izaziva kod gledatelja tjelesne izluževine i za postizanje toga najčešće se oslanja na ženskog lika i njezino tijelo. (Lučić, 2015) *„Kapitalizam je u ženskim tijelima prepoznao veliki potencijal"* (Adamović i Maskalan, 2011:60) koji se kamuflira idejama širenja ekspresivnog individualizma, kulture autentičnosti i traganja za srećom.

2.4.2 Prikazivanje slike muškog tijela u filmu

Kinematografija kao umjetnost stvaranja filmova simulira iskustva kako bi prenosila ideje, priče, opažanja ili osjećaje. Filmovi su kulturni artefakti koji odražavaju određenu kulturu i utječu na nju, u suvremenom svijetu služe kao popularna vrsta zabave i kao medij za edukaciju ili indoktrinaciju građana. (https://en.wikipedia.org/wiki/Cinematography) Pojam muškosti u kinematografiji se razvijao od latinskog ljubavnika Rudolpha Valentina, preko Arnolda Schwarzeneggera kao Herkulesa u New Yorku do Edwarda Nortona kao feminiziranog radnika koji dovodi u pitanje svoju muškost. Drama *Klub boraca* je izašla 1999., a napravljena je prema istoimenom romanu Chucka Palahniuka iz 1996. Protagonist, kojeg igra Edward Norton, je bezimeni narator koji traži kako izgleda muškarac u današnjoj globalnoj ekonomiji. Osjeća se kao žrtva kasnog kapitalizma koji mu je oduzeo muškost jer se pretvorio iz stroja za proizvodnju u pasivni stroj za potrošnju. Hipnotiziran je luksuznim namještajem umjesto potragom za moći kao tradicionalni muškarac. U takvoj kulturi muškost naratora je svedena na minimum, a stanje se može popraviti dok god troši na tom tržištu: što više kupuje, to je više muško. Narator upoznaje proizvođača sapuna Tylera Durdena koji je proizvod njegovog disocijativnog poremećaja identiteta i predstavlja potpuno slobodnu osobu kakvom želi biti pripovjedač. Zajedno s Tylerom osniva klub boraca u kojem je nasilje borilačkih klubova metafora za osjećaj probijanja zidova koje su si sami postavili. Svi članovi koji su im se priključili nose ožiljke u javnosti kao simbol nadmuškosti. Što više nasilja tijelo može pretrpjeti i zbog toga se izobličiti, to ima veći status i znak prestiža u klubu.

Muški likovi u filmu se osjećaju kao da su društveno „uškopljeni" i reducirani na status promatrača. Za to vrijeme kultura oglašavanja diktira površne simbole sreće u obliku materijalnih stvari kojim su zaokupljeni, dok bi zapravo trebali težiti duhovnom ispunjenju. (Hobson, 1999, Slotek, 1999)

3. RECEPCIJA LJUDSKOG TIJELA KROZ POVIJEST

Estetske i funkcionalne kategorije u poimanju ljudskog tijela danas imaju puno sličnosti i razlika s prošlim razdobljima. Najviše primjećujemo njihovu brzu izmjenu od početka 20. stoljeća do danas, a paralelno i kulturu autentičnosti. Umjetnost je oduvijek svugdje postojala, gdje god je bilo čovjeka ili njegovih zajednica. (Ivančević, 2006) Doživljaj ljudskog tijela je ljude oduvijek fascinirao, stoga je figura bila najčešći motiv u svim umjetničkim pravcima. Promatrajući skulpture i slike čovjeka od prahistorije do danas, primjetiti ćemo da ljudi nerjetko stvaraju realistične prikaze ljudskog tijela i da dominiraju nerelistični. Iz toga možemo nešto naučiti o tijelima i o samim ljudima.

3.1 Prahistorija

Prve figurativne prikaze čovjeka nalazimo između 28.000 i 25.000 godina prije nove ere. Paleolitska *Venera iz Willendorfa* (Slika 1.) predstavlja ženski idol čije su grudi, stomak, kukovi i bedra prenaglašeni, spolni organ veona izražen, a ruke i lice gotovo nevidljivi. Cilj je bio istaknuti značenje žene kao Roditeljice i važnost njezinog tijela za opstanak, a povijesničari smatraju da je to doba matrijarhata. Idućih 20.000 godina, od južne Europe do Rusije, stvarane su i pronađene venere s istim prenaglašenim i zanemarenim karakteristikama. Figura venere je izgledala onako kako je ustrojen pogled na svijet osobe koja ju je stvorila: bili su primorani istaknuti te karakteristike u odnosu na ostale zbog toga što su paleolitski ljudi živjeli u surovim uvjetima ledenog doba kada su debljina i plodnost bile poželjne. (Spivey, Ramachandran, 2005)

3.2 Drevne civilizacije

Kraj ledenog doba i početak holocena kreće naglim zatopljenjem oko 9.500 godina prije nove ere, a stabilizacija klime omogućava razvoj civilizacija. 5.000 godina prije nove ere Egipat je formirao jednu od prvih civilizacija na svijetu koju je odlikovao organizirani sustav vlasti sa strogom društvenom hijerarhijom. Jedan te isti stil prikazivanja čovjeka i ljudskog tijela se zadržao 3.000 godina jer se egipatsko društvo nije htjelo mijenjati. Bili su vođeni vrijednostima na kojima se temeljila cijela civilizacija: zajedničkom opsesijom poretkom i doslijednosti. Statue bogova i faraona su bile statične, idealizirane i monumentalnih razmjera, a odražavale su aspekte njihove kulture koja je bila vladar. Prihvatljivost različitih praksi je relativna i ovisi o tome našto

je nekoga naviklo društvo u kojem živi. Egipatski umjetnik je prikazao tijelo iz najjasnijih kutova umjesto da je naglasio određene dijelove poput paleolitskog čovjeka. (Spivey, 2005) Golemi i nerazmjerni hramovi su izgrađeni po mjeri bogova, a ne čovjeka jer se na taj način željela prikazati *„nadmoć viših sila koje su u dosluhu s vladajućim slojem, te pokazati bespomoćnost običnog čovjeka i podčinjenih“*. (Ivančević, 2006:56) Egipćani su antropomorfizirali svemir i sile prirode, pa tako je tijelo božice Nut činilo nebo na kojem se nalaze zvijezde. Bogovi i kraljevi u egipatskoj monumentalnoj skulpturi imaju idealizirana tijela izrađena od kamena koji je odražavao vjeru u trajnost egipatske države. Izuzetak su statue faraona Ekhnatona i njegove žene Nefertiti, a imale su individualizirano lice koje je ocrtavalo njihovu narav. Ekhnaton je potaknio umjetnike da stvore novi ideal ljepote što je primjer da promjena razmišljanja vladajućeg dovodi do promjene oblikovanja i prikazivanja ljudskog tijela. Osim polikromirane biste Nefertiti, postoji i statua visoka 40 centimetara (Slika 2.) na kojoj su dijelovi njezinog tijela realistično, mekano i organski izmodelirani te međusobno povezani u sustav koji djeluje kao životnija cjelina. Razdoblje Ekhnatonovog humanizma nije dugo trajalo pa se nakon njegove smrti dvorska umjetnost vratila starim, još hladnijim i krućim načelima.

3.3 Antika

3.3.1 Grčka

U razvoju grčke kulture vidimo kako društvo u kojem živimo i stvaramo vrijednosti uvjetuje način na koji shvaćamo ljudsko tijelo. Za razliku od Egipćana, čiji je fokus bio usmjeren na red i moć, Grci su bili usredotočeni na savršeno ljudsko tijelo koje je za njih bilo atletsko. Vjerovali su da bogovi imaju ljudsku formu i lijepa tijela te da ako i oni vježbom oblikuju svoje tijelo, da će ih drugi doživljavati sličnim bogovima. (Spivey, 2005) U poželjni estetski ideal se *„implementiraju prirodni elementi simetrije i proporcije. Antički koncept ljepote ljudskog tijela je razvijan ne samo kroz umjetnost, već i u okviru filozofije i matematike“*. (Martinec, 2013:846) Neophodne tehničke vještine za izradu statua su stekli od majstora iz Egipta i na taj način ostvarili želju da u hramovima vide realistične prikaze bogova u njihovom domu. Vjerovali su da su u tim skulpturama bogovi sami. Istraživali su detalje i međuodnose dijelova tijela kako bi skulptura savršeno imitirala život. Prva potpuno realistična skulptura je bio *Kritijev dječak* (Slika 3.), imao je skladne omjere i proporcije dijelova tijela, no bio je previše realističan što stvara dosadu. Nije podsjećao Grke na boga, nego na čovjeka, a da bi to postigli, pojavila se arhetipski

urođena potreba za prenaglašavanjem. Ta potreba može biti poništena kulturom kao što se vidi kod Egipćana. (Spivey, Ramachandran, 2005) Naglašavanje određenih dijelova tijela u mozgu gledatelja izaziva estetski doživljaj. Inovativno korištenje materijala je također doprinjelo životnosti jer je figura ovaj puta prvo bila izmodelirana u glini kojom se lakše manipuliralo, nakon čega je tehnikom gubljenja voska odlivena u broncu. Grci su uspjeli oblikovati idealiziranu strukturu tijela koja je bila u skladu onome kako su zamišljali svoje bogove.

Kako su se kroz povijest mijenjale kulturne vrijednosti, tako se i mijenjalo ono na što će umjetnici staviti naglasak jer su ljude oduvijek privlačili ekstremni oblici. (Spivey, 2005) U 2. stoljeću prije nove ere, Rimljani osvajaju Grčku. Nestabilnost i nesigurnost helenističkog razdoblja Grčke se odrazila u prikazu čovjeka i tijela: birali su nasilne scene, uzvišeno uprizoravali snažne emocije boli i patnje (grč. *pathos*) te naturalistički opisivali umiranje i smrt. Razvoj oblikovanja tijela se najbolje prati u kiparstvu: izražena je razlika u godinama likova i anatomiji debeljuškastog djeteta naspram anatomije odraslog čovjeka. Na skulpturi *Pijane stare žene* (Slika 5.) kipar ne oklijeva u prikazivanju fizičkih tragova starosti. U kasnijem helenizmu, individualizacija je dovedena do krajnosti i ružnoće. Skopas je bio poznat po prikazivanju likova s poluotvorenim ustima i očima koje se prevrću, a u helenizmu ono dolazi do izražaja zajedno s interesom za pojedinosti u situacijama koje su najmanje izdržljive. To vidimo u boli Marsijasa privezanog uz drvo i živog oderanog, smrti Gala koji ubija sebe i ženu, zadavljenog Laokoona i njegovih sinova i boli pijane stare žene koja je najvjerojatnije zaboravljena i napuštena od svih te u naručju poput djeteta ljulja bocu vina. Osim muških i ženskih likova, pojavljuje se i prikaz hemafrodita. (Bruneau, Barral I Altet, Duby, Daval, de Suduiraut, 1999)

3.3.2 Rim

Rimska umjetnost se dugo smatrala svjetovnom i blijedom kopijom grčke umjetnosti koja u sebi sadrži filozofsku i intelektualnu dubinu. Rimske portretne statue su pratile sva događanja u njihovom društvu i vjerno ih bilježile. Ako usporedimo portretnu statuu *August iz Prima Porte* s početka 1. stoljeća (Slika 6.) i portret Konstantina I. Velikog (Slika 7.) iz 4. stoljeća koji je bio dio kolosalne statue, primjetiti ćemo kako je prvi realističan, proporcionalan i majstorski klesan, a drugi predimenzioniran i nerealističan. (Ivančević, 2006) Definicija portreta podrazumjeva dobru sličnost, a može obilježavati prikaz poznate osobe ili nekoga tko je zbog svoje važnosti i genijalnih djela zaslužio besmrtnost. Portretirane osobe imaju dvostruku korist od portreta: jedna

je da on može trajati nakon smrti svog subjekta koji tako preživi vlastitu smrt. Osim toga, može biti izrađen u više primjeraka i postaviti se na više mjesta istovremeno što portretiranom subjektu osim vremenske dimanzije daje i prostornu odnosno prednost da je on na više mjesta istovremeno. Portret daje umjetnu besmrtnost i sveprisutnost, a osim toga dopušta svom subjektu da poprimi izgled koji bi on htio imati, umjesto da precizno bilježi njegov stvarni izgled. To se radi zbog estetskog dojma. (Bruneau, Barral I Altet, Duby, Daval, de Suduiraut, 1999)

Kako bi se bolje objasnio doživljaj i funkcija prikazivanja ljudskog tijela u rimskoj kulturi, usporedit će se načini na koji su se prikazivali August i Konstantin I. Veliki. August je bio prvi rimski car, vladao je autokratski republikom i nikome nije bio dužan odgovarati za svoje odluke. Unatoč tome, predstavljao se kao *primus inter pares* ili prvi među jednakima. To je bila samo vanjština jer je htio prikriti diktaturu kojom je došao na vlast. Statua Augusta iz Prima Porte iz 1. stoljeća sažima sve vrline koje treba imati jedan izniman čovjek koji je vrijedan časti da upravlja carstvom. Na njoj je car prikazan kao božanstvo u skladu s istočnjačkim vjerovanjem u božanskog vladara, a njegove skulpture su postavljene diljem carstva i imale su propagandni karakter. August se uvijek prikazivao kao mladić, čak i u starosti jer se koristila jedna te ista glava za sve skulpture, a mijenjala bi se samo odjeća koja je simbolizirala njegovu titulu. Njegovo lice je zadržalo portretne karakteristike i na njemu je dopuštena određena količina idealizacije. Tijelo je prikazano idealizirano, mlado i atletske građe poput Polikletovog *Dorifora* (Slika 4.). Rimski narod je stvarno volio Augusta, a on je bio politički spretan vladar koji je između ostalog i manipulacijama dobivao njegovu podršku. Stvorio je sliku sebe kao vladara koji je skroman i žrtvuje se za državu, a bio je opsjednut brojkama pa je, kako bi svima obznanio svoja postignuća, izgradio zid s popisom djela božanskog Augusta. (Bruneau, Barral I Altet, Duby, Daval, de Suduiraut, 1999)

Ubrzo nakon toga, počinju invazije na granice carstva, a Konstantin I. daje privilegije kršćanstvu i proglašava ga službenom religijom u carstvu. Zbog promjene duha vremena dolazi do promjene u oblikovanju tijela koje je u Konstantinovo doba bilo obilježeno snažnim utjecajem kršćanstva. 2,6 metara velika skulptura Konstantinove glave je bila dio kolosalne statue koja reprezentira tu čitavu eru: kršćanski car je bio uzdignut na nadnaravnu razinu, za života su ga u istočnom kršćanstvu počeli štovati kao sveca, a svojom veličinom dominirao pukim smrtnicima. Crkvene institucije imaju veliku ulogu u životu i kulturi, počinju tražiti način da promaknu svoju sliku u društvu i pokršćani umjetnost uključujući javnu i privatnu skulpturu. To se vidi u

ikonografiji od grčke božice Nike sa Samothrake, preko rimske Viktorije koja također ima krila, do anđela u kršćanstvu. Ili u usporedbi Orfeja i kršćanskog vladara Krista čija je trajna figura preživjela srednji vijek. (Bruneau, Barral I Altet, Duby, Daval, de Suduiraut, 1999) Rimljani su vladara prikazivali kao boga, a Grci boga kao idealnog čovjeka. Umjetnike su u oblikovanju ljudskog tijela uvijek ograničavala socijalna i religijska očekivanja.

3.4 Srednji vijek

U srednjem vijeku prikaz ljudskog tijela je stiliziran jer je u skladu s degradacijom tjelesnog zadovoljstva i osjetilnosti. Prikaz fizičkih i spolnih karakteristika je nerealističan jer se želi naglasiti *„moralna i duhovna poruka“*. (Martinec, 2013:846) Mozaici iz crkve san Vitale u Ravenni (Slika 8.) prikazuju cara Justinijana i na njima vidimo rađanje novog ideala ljepote: izdužene, vitke figure sitnih lica s naglašenim očima čime je naglašena duhovnost, a tjelesnost negirana i prikrivena. Ispod odjeće nema naznaka anatomije. Srednjovjekovnu umjetnost ljudi su gledali drugačije nego mi danas. Njezina uloga je bila dvostruka i nije primarno služila kao izvor estetskog užitka. Prva uloga je bila žrtvena jer je većina stvari služila kao dar prinesen pred Svemogućeg kako bi ga razveselili i kako bi njegovi blagoslovi bili velikodušniji. Te kreacije su trebale vjerniku reflektirati odraz božanskog, biti vidljivi posrednik prema nevidljivom odnosno idućem svijetu kojeg čovjek još ne može shvatiti. Druga uloga srednjovjekovne umjetnosti je bila uloga medija kojim se čovjeka podučavalo pravilima dobrog ponašanja.

Srednjovjekovni prikazi svetaca su imali jednaku ulogu kao današnji propagandni posteri. Nalazili su se na vanjskim ili unutarnjim vidljivim mjestima gdje su nastojali uvjeravati gledatelje i povećati svoju moć uvjeravanja kroz polikromiju. Ljudsko tijelo kao ornament i simbol se nalazi na raznim iluminacijama. *Knjiga iz Kellsa* prikazuje plošne i stilizirane figure svetaca čija je tjelesnost negirana draperijom te se izvijaju u ornamente i uklapaju u zadani okvir.

U razdoblju kasne gotine slikari su prikazivali martrije i izmrcvarena tijela mučenika opisujući svaku pojedinost koja bi mogla pobuditi sućut gledatelja prema žrtvi, osjećaj pravednosti i gnjev prema njihovim mučiteljima. (Ivančević, 2000) Na obojanoj drvenoj *Röttingen pieti* iz 14. stoljeća (Slika 9.) crvena krv obilno curi iz Kristovih otvorenih rana oko kojih se nalazi snop izrezbarenih kapljica. Njegovo tijelo je mršavo, slabo i izmučeno, a glava se opušta prema nazad u trenutku smrti. Bijes i okrutnost mučitelja se prikazivala iscerenim licima i ustima otvorenim kao da viču. Sve je naglašeno polikromijom i kontrastima boja, svjetla i sjene

kako bi izazvali nelagodan, žalostan i tragičan dojam. Nasuprot toga, u službi radosnih tema iz Kristovog djetinjstva likovi se oblikuju u duhu gotičkog idealizma. Time se nastoji postići što ugodniji, vedriji, ljepši i smireniji izraz lica kod likova. (Ivančević, 2000) Marija je postala popularna figura u religiji, objekt kulta koji je bio jako važan ženama, a pogotovo onima koje su imale problema sa začećem ili su bile ožalošćene. Njezin identitet kao svete majke se stopio s identitetom Demetre, božice plodnosti i usjeva. U umjetnosti s početka 20. stoljeća, inačica Madonne će biti slike žena koje se duboko povijaju nad djetetom kao da imaju težak emocionalni teret. (Badurina, 2006)

U razdoblju gotike oblikuju se i vodorige na kojima su naturalistički prikazani fantastični likovi životinja i ljudi. Najpoznatiji primjeri grotesknih ljudskih vodoriga se nalaze na gotičkoj katedrali svetog Vida u Pragu. Tijelo im je stilizirano, izduženo ili zbijeno u proporcijama, analaze se na krovu katedrale i izgledaju kao da se morbidno nadvijaju i zastrašuju vjernike. Usta su im neprirodno otvorena i iz njih viri odlijev za vodu koji je simbolično u obliku jezika.

3.5 Renesansa

„U renesansi je ponovo oživljen antički ideal koji uključuje preslikavanje prirodne simetrije, proporcije i harmonije.“ (Martinec, 2013:847) Talijanski najutjecajniji filozof i humanist, Marsilio Ficino definira ljubav kao želju za ljepotom i kaže da ako želimo da ljudi nešto vole, moramo to učiniti lijepim. Taj princip je vrijedio za oblikovanje tijela uz pomoć kojeg se se kroz ljepotu i zavodljivost prenosile glavne filozofske ideje te promicali plemenite i intelektualne vrijednosti. Korišteno je ono što mi danas zovemo glamur, poznate ličnosti, požuda i erotizam. Na primjer, Donatello utjelovljuje mudrost i snagu kad pravi skulpture proroka iz Biblije. Iz renesanse se može naučiti kako su tada ljudi znali usmjeriti moć ljudskog tijela kroz umjetnost da učine poželjnima dobre stvari. (De Botton, 2015) Donatello na kraju izrađuje malaksalo, izmučeno i staro tijelo na ekspresivnom staračkom liku Magdalene (Slika 10.) koje govori o tragediji starosti i nezaobilazne smrti. Odvažne skulpture proroka i svetog Jurja metaforički govore kroz fizičku snagu o snazi uma i samouvjerenosti novog doba. Ljudsko tijelo je oblikovano istinito i lijepo, postaje meko i životno. (Ivančević, 2000) Tema *Posljednjeg suda* je Michelangelu bila dobra prilika da naslika mnoštvo muških i ženskih likova u različitim pokretima, a kasnije su pape zaposlile slikare da prekriju obnažena tijela. Pri restauraciji u 20. stoljeću, nisu se usudili ukloniti svu draperiju sa stidnih mjesta. Muške figure su utjelovljavale

likove iz antičke mitologije, Apolona ili Herakla jer su bili pogodni za slikanje tijela u pokretu, borbi ili trku. Ženski poluakt s obnaženim grudima je bio kombiniran s portretom što je tada bilo nepojmljivo kao i za današnje vrijeme. (Ivančević, 2000) Oko 1625. pronađena je oštećena rimska kopija ili helenistički original *Barberini fauna* (Slika 11.). Na prvi pogled izgleda kao prizor mladića koji pada u san, ako bolje pogledamo lice vidjet ćemo namrštene obrve i poluotvorena usta u znaku teškog disanja, kao da je omamljen. Restauracija je povećala seksualni aspekt fauna jer ima bezbrižno raširene noge, zabačenu glavu i ruku. Fokus gledatelja je na pretjeranom uživanju u tjelesnim zadovoljstvima koja karakteriziraju fauna ili satira: intoksikaciji, seksualnoj žudnji i neumjerenosti. U antičkoj grčkoj umjetnosti golotinja nije predstavljala ništa novo, a statua je stekla reputaciju kao primjer erotične umjetnosti. (http://www.antike-am-koenigsplatz.mwn.de/en/ancient-masterpieces/museum-highlights/archive-of-museum-highlights/barberini-faun.html)

3.6 Umjetnost 16., 17. i 18. stoljeća

„Između 16. i 18. stoljeća estetski i erotski privlačni standard se odnosio na podatno, meko, voluminozno, oblo, i za današnje kriterije, vjerojatno pretilo tijelo.“ (Martinec prema Fallon, 2013:847) Naglašavaju se stražnjica, bokovi i grudi, s obzirom na njihovu simboličku i funkcionalnu ulogu, ističu utilitarna svojstva ženskog tijela koje je povezano s ženskom ulogom u tadašnjem društvu: pasivnost, plodnost, seksualnost i ženstvenost. (Martinec, 2013)

Osim toga, portretiraju se pokojnici u molitvi pokraj svog raspadajućeg tijela ili kostura. Akt i portret se osamostaljuju kao dovoljan sadržaj jedne slike. Ljudska lubanja se simbolički prikazivana kao *memento mori*. Žensko i muško tijelo na slikama Petera Paula Rubensa je bujno i rumeno, a simbolizira raskoš, neumjerenost i obilje materijalnog bogatstva. To možemo promatrati u društveno-povijesnom kontekstu jer se tijekom 16. stoljeća španjolska obogatila priljevom plemenitih metala koje su konkvistadori oduzeli domorodačkim narodima iz novog svijeta. (Ivančević, 2000)

Figure Gian Lorenzo Berninija podsjećaju na emocionalnu izražajnost *Barberini fauna*: *Blažena Ludovika Albertoni* (Slika 12.) i *Ekstaza sv. Tereze* snažnim gestama tijela i lica izražavaju vjersko ushićenje i bol. Za razliku od fauna, njihova tijela su skrivena gusto izlomljenom draperijom i nalaze se unutar crkvene građevine. Dvosmislene vjerske i mitološke likove je pravio i prethodnik baroka, Caravaggio. Pripisivalo mu se svako djelo s debelim i

razularenim likovima u obliku Krista ili apostola, a smatralo ga se bogohulnim i neprimjerenim. Na slici *Amor Vincit Omnia* (Slika 13.) ljubav je prikazana u obliku djeteta, individualiziranog i kakvog se može vidjeti na kupalištu za vrijeme ljetnih dana. (Lambert, 2007) Slika, kad je nastala, smatrana je neprimjerenom zbog erotizacije djeteta što je veliki proizvod i današnje kulture ako usporedimo s umjetničkom fotografijom Garyja Grossa na kojoj se nalazi potpuno naga desetogodišnja Brooke Shields (Slika 17.). Kasni barok je obilježen kao razdoblje dekadencije i raskalašenog dvorskog života. Jedna od slikarskih tema koju je uprizorio Francois Boucher bila je *Odaliska* (Slika 14.) za koju mu je model bila njegova žena. Izraz *Odaliska* je obilježavao žensku robinju ili konkubinu, a u rokokou opisuje erotsku fantaziju. Žensko tijelo je prikazano kao subjekt fascinacije i fantazije, a ista tema se provlači kroz sliku *Ljuljačka* Jean-Honore Fragonarda.

Usporedno s rokokoom se razvija klasicizam, ideologija građanske klase koja se penje revolucijom. Cilj umjetnosti je bio propagirati građansku čednost, racionalnost i ozbiljnost te ideje francuske revolucije. Najpoznatija slika *Maratova smrt* prikazuje vođu revolucije ubijenog u svojoj kadi. Slika slavi spomen na palog junaka koji je prikazan idealiziran i lijep u svojoj smrti, a stilom podsjeća na katoličke mučenike. Jacques Louis David je u službi revolucije 1801. portretirao Napoleona kao idealnog junaka dostojnog da vodi Francusku republiku u ratnom pohodu čime je uzvisio i podržao njegovu politiku. S druge strane Francisco Goya 1814. u spomen na španjolski otpor Napoleonu dovršava sliku *Treći svibnja 1808.*. Slika predstavlja arhetipske prizore užasa rata, a figure nisu ni blizu Napoleonovom idealiziranom prizoru prelaska Alpa, nego simbol tragedije.

3.7 Umjetnost 19. i 20. stoljeća

Romantizam budi događaje iz prošlosti, ali ne rimske nego nacionalne. Figure čovjeka na slikama su instrument kojim se bude snažne urođene emocije. Umjetnici žele izraziti osjećaje svih likova koji sudjeluju, radije nego prikazati pojedinosti. Njihova individualna osobnost i doživljaji svijeta dolaze do izražaja. *Sloboda predvodi narod* (Slika 15.), naslikana 1830., personificirana je u obliku žene slične grčkoj skulpturi koja gazi barikade i leševe pred sobom, a njezine grudi su obnažene jer simboliziraju golu istinu. Njezino tijelo nije elegantno, nego ima mišiće poput gladijatora i oko nje se nalaze predstavnici svake grupe ljudi: građanin s cilindrom, radnik sa zasukanim rukavima i dječak. Slikarstvo Delacroixa je prikazivalo velika zbivanja u

stvarnom životu za vrijeme monarhije, a ne republike. O snazi emocionalnog naboja govori spoznaja da je slika skrivana za vrijeme vladavine monarhista koji su je željeli uništiti kako nebi pobudila građansku neposlušnost. (Neret, 2007) Slika je prihvaćena kao ikonski prizor trijumfa Francuske republike što nije bila Delacroixova namjera jer je zapravo bio užasnut nasiljem svjetine: dio slike su smrt i okrutnost. Umjetnik nije zamislio ljude kako junački marširaju, nego se bojao opasnosti koja vodi naoružanu rulju bez kontrole. Slika je dvosmislena jer gledatelj ima dojam da slikar ide u dva različita smjera istovremeno. (http://www.canal-educatif.fr/en/videos/art/1/delacroix/liberty-leading-the-people.html#)

Doručak na travi (Slika 16.) slikara Edouarda Maneta se smatra prvom slikom moderne umjetnosti. Na slici u prvom planu se nalazi naga figura žene koja sjedi među dvojicom potpuno odjevenih muškaraca. Slika je izazvala kontoverzu i razna tumačenja: dio publike ju je vidio kao uvredljivu zbog ženine bezbrižnosti unatoč nagosti, dugačkog, neopterećenog pogleda u gledatelja te kao ostvarenje umjetikove fantazije. Drugi su je vidjeli kao djelo nepomirenih suprotnosti prirodnog ženskog i civiliziranog muškog svijeta gdje je suvremeni moral prikazan u obliku odjevenih muškaraca. Tijekom 19. stoljeća muzej Louvre je bio pun slika nagih *Venera* i *Odaliska*, a Manetova obična naga žena je odskakala od tad popularnog akademizma u slikarstvu i mitoloških tema. (Neret, 2007) Manet je tada prekršio tabu jer je na slici *Olimpija*, čije su dimenzije bile 130,5 x 190 centimetara, naslikao svoju ljubavnicu kao ženu koja prima mušteriju. Njezino tijelo je nerazvijeno, nenametljivo, jedna plošno tretirana površina blijedog inkarnata zbog čega ne djeluje uzbudljivo i smatrana je ružnom.

4. PORNOGRAFIZACIJA SVAKIDAŠNJICE

4.1 Granica između umjetnosti i pornografije

Hans Maes u svojim filozofskim esejima Art *and Pornography: Philosophical Essays* povlači liniju između pojma pornografije i umjetnosti i iznosi četiri teorije koje zatim argumentira. Prva teorija objašnjava kako se umjetnik drži podalje od prikazivanja visoko grafičkih detalja kad uvlači promatrača u perspektivu gledatelja iz prvog lica. Umjetnost zadržava sugestivni karakter koji snažno povlači maštu promatrača i pozva ga da istraži razmišljanja i stavove prikazane osobe. S druge strane visoka grafička reprezentacija angažira promatrača u sramotno buljenje što ga spriječava za stvaranje takvog razmišljanja i povezanosti. (Maes, 2012) Zbog toga se može napraviti poveznica između pornografije, moderne reklamne industrije i popularne kulture gdje je prisutna erotizacija ljudskog tijela: kritička dimenzija koju ima umjetničko djelo je za njih nepoželjna osobina. Suvremena industrija je svjesna tog mehanizma i vojaerizma koji postoji nerazdvojivo od današnje kulture društvenih mreža.

4.2 Pornografizacija popularne kulture

Današnja kultura je obilježena seksualnim egzibicionizmom jer je pod utjecajem porno-industrije koja raste, širi se te je dostupna svakome tko ima Internet. S obzirom da je danas posrijedi kriza cenzure, to dovodi do *porno-šika*, onog što je Brian McNair opisao kao širenja prikaza pornografije u nepornografskim umjetnostima i kulturama: oglašavanju, umjetnosti, komediji, itd. Primjeri su Madonna i njezini erotizirani videospotovi kao *Erotica* (Slika 18.), reklame za alkoholna i osvježavajuća pića i umjetnička fotografija Garyja Grossa koja prikazuje desetogodišnju Brooke Shields nagu u kupelji (Slika 17.). Brian McNair je jedan od medijskih sociologa i kritičara masovnih medija, s naglaskom na način na koji oni oblikuju ljudske vrijednosti, vjerovanja, percepciju i ponašanje. U svojoj knjizi Striptiz kultura: *Seks, mediji i demokratizacija žudnje govori* o rastu seksualizacije kulture i medija kao katalizatoru koji čini društvo otvorenim za više vrsta stvarnosti. S jedne strane to je dobra stvar jer potiče diskusiju o problemima koje donosi postmodernističko društvo. (McNair, 2004)

Tjelesni ideali koji se objavljuju u medijima utječu na trendove tjelesnih promjena kao što su dijeta, estetske modifikacije, vježbanje, kozmetika i postali su popularni u zadnjih dvadeset

godina. Tijelo se može preoblikovati na bezbroj različitih načina, ali zbog utjecaja globalizacije, najprihvaćeniji su zapadni trendovi intervencija na tijelo čiji je rezultat ujednačavanje tjelesnog izgleda. Seksualnost je glavna tema popularne kulture, publiciteta i pornografije pa se razlozi investicije u izgled nalaze u individualnim očekivanjima da će donijeti društvenu ili materijalnu korist. (Adamović i Maskalan, 2011)

4.3 Razlika između komercijalne i likovne umjetnosti

Umjetnost je izraz emocija i mašte, počinje s konceptom ili idejom koja se razvija u umjetnikovim rukama. U tom smislu ne postoji razlika između komercijalne umjetnosti, odnosno umjetnost koja se koristi u svrhu reklamiranja i prodaje, i likovne umjetnosti jer oboje nastaju na isti način. Razlika leži u tome zašto je umjetnik stvara. Jedna od najpoznatijih povjesničarki umjetnosti, Jadranka Damjanov, bavila se tumačenjima djela likovne umjetnosti. Fotografija i video su materijali nam daju veliku količinu direktne realnosti što može dovesti do prezasićenja i s druge strane može dovoljno odvratiti pažnju od kvalitete i ometati njihov odgoj. (Damjanov, 1991) Nasuprot toga, umjetničko djelo je metafora svijeta, ono je dvosmisleno i nikad nije doslovno te nema interes od svojeg gledatelja. (Damjanov prema Von Einems, 1991) Takav materijal potiče na istraživanje i promišljanje, a ne nudi se kao gotov vizualni proizvod koji se treba samo konzumirati.

Proučavanje povijesti umjetnosti, je korisno kako bi izvukli dobre ideje koje su ostale u prošlosti te kako bi ih mogli primijeniti danas. Na primjer, bankarska obitelj Medici je ulagala novac u djela koja će pomicati ljepotu, istinitost i mudrost u svijetu. Naše društvo danas ne zaostajeu financijskom pogledu, nego u nedostatku vizije. Zahtjevali su da slikari prikazuju prizore koje govore o važnosti suosjećanja, obzirnosti, prijateljstva, jednostavnosti, razumijevanja i prihvaćanja određenih ograničenja i tako na slikama učiniti te ideje opipljivima. Tizian je na svojim slikama prikazivao filozofsku poruku o kratkotrajnosti života zbog čega trebamo iskoristiti svoje vrijeme prikladno i usmjeriti se na svoj potencijal dok još imamo vremena. Možemo zaključiti da je umjetnost bila jedna vrsta oglašavanja u svrhu istine, estetike i znanja, a ne interesa. Danas se ideje i vizualni sadržaji šire nezamislivom brzinom, no u njima nedostaje prijeko potrebnih filozofskih i društvenih vrlina. Umjesto da se ljepota i seksualnost koriste za promicanje plemenitih ideja, danas se napuštaju u svrhu uzaludne taštine. (De Botton, 2015)

4.4 Početak atraktivnog prikazivanja tijela u oglašavanju

Početak reklamiranja je bio relativno iskren posao jer je prikazivao proizvod, ono što on može, gdje se može nabaviti i koliko košta. Početkom 1960-tih u SAD-u, reklame su prestale biti o proizvodu u uskom smislu, a naš fokus se prebacio s proizvoda na osjećaj spokoja ili pogled na odnos zgodnog para. Oglašavanje se preusmjerilo prema ljudskim strastima koje su najveći utisak na gledatelja ostavljale u vizualnom obliku. Slikovni jezik je vrsta univerzalnog jezika koji na brži i jednostavniji način prenosi poruku koja bi u tekstualnom obliku izgledala kompliciranije i zahtjevala dodatnu koncentraciju i pozornost.

Prvi oglas u povijesti, koji se u svrhu oglašavanja pozvao na kvalitetu atraktivnu na seksualni način, je bilo od *Woodbury* sapuna za lice 1911. godine u SAD-u. (Sharma, Singh, 2006) John Woodbury je bio dermatolog koji je izumio taj sapun 1870-ih, a na omotu sapuna se nalazilo njegovo ime i neatraktivan crtež njegova lica. 1901. kompanija *Andrew Jergens* je kupila Woodburyjev sapun za lice i zadržala dizajn omota u oglašavanju. Prodaja sapuna nije išla u korak s drugim sličnim proizvodima, stoga se kompanija obratila agenciji za oglašavanje *J. Walter Thompson*. Uredništvo za oglašavanje ženskog editorijala je uočilo marketinški problem reklame jer se usredotočila na kvalitetu sapuna i proizvođača. Prvobitno su fokus stavili na slogan koji naglašava mogućnosti sapuna: reduciranje pora na nosu, nakon čega su zaključili da će to kupcu zvučati nepozivajuće, neatraktivno ili možda čak odbojno. (http://historymatters.gmu.edu/mse/ads/model.html)

Novitet se pojavio kada su težište s proizvođača i proizvoda prebacili na interese potrošača: novoj kampanji su dali naziv *A skin you love to touch* ili *Koža koju volite dodirivati*. Jedna od mnogih ilustracija (Slika 19.) koje su stajale uz slogan prikazivala je elegantnu, nježnu mladu ženu iz 1910-ih godina pri čemu joj je jedno rame razotkriveno. Ona bez posebne emocionalne povezanosti uživa pažnju ljupkog mladog gospodina koji je dodiruje i divi se njezinom licu. Tekst ispod slike opisivao je kako kupac također može imati šarm sapuna ako započne opisani tretman iste večeri. (http://historymatters.gmu.edu/mse/ads/model.html) Sam proizvod se na oglasu nalazio u donjem desnom uglu, a prvi pogled na sliku nas prvo vodi prema središnjoj ilustraciji kontakta mladog para, zatim teksta u okviru koji se nalazi u donjoj trećini stranice i na kraju primjećujemo sapun čiji se oblik gotovo stopio s detaljima slike. Njegov položaj ipak nije neznatan jer u pozadini na tom uglu slike, muškarac suptilno i nježno prelazi

preko kože ženine ruke. Osim njihovog međuodnosa koji se primjećuje prvi, možemo uočiti kako je muškarac na prikazu gotovo izgubio identitet jer je većina njegovog lica i tijela prekrivena. Najviše su upotrebljene njegove ruke i spolnost, odnosno taktilni i emocionalni doživljaj idealne žene. Na slici je muškarac metafora za indirektno divljenje i primjećivanje takve žene od strane svih muškaraca koji bi trebali primjetiti da je ona koristila baš Woodburyjev sapun. Na slici vidimo kako ona opušteno sjedi kao da je sama, a njezino duhovno i emocionalno stanje ne pokazuje da je svjesna kako se nad njom nadvija mladić. Nakon kampanje, prodaja sapuna je skočila.

Možemo zaključiti da je ilustracija dokumentirani prikaz odnosa između spolova ranog 20. stoljeća u Americi jer analizirajući sliku vidimo da se na njoj nalaze mlada žena i mladić najvjerojatno u svoje slobodno vrijeme. Početkom 20. stoljeća mlade neudane žene imaju slobodu i mogućnost živjeti dalje od obiteljskog doma jer se mogu same uzdržavati. To im daje priliku za upoznavanje i nalaženje romanse. Postoji mogućnost da se reklamna kampanja usmjerila najviše na taj tip neudanih žena ili na bilo koju ženu koja želi živjeti u koži koju netko želi dodirnuti. Korištenje tog sapuna bi ih učinio izuzetno privlačnim osobama vrijednih muškog divljenja. (http://historymatters.gmu.edu/mse/ads/model.html)

Osoba odgovorna za uvođenje tema seksualnog kontakta u oglašavanje u časopisima bila je Helen Lansdowne Resor, izvršna direktorica oglašavanja u *J. Walter Thompson Co.* i ujedno aktivna članica sufražetskog pokreta. Oglas je za 10 centi obećavao tjednu zalihu sapuna koji će uveličati ljepotu nečije kože te print opisane slike u boji.

Njezina kampanja za *Pond* hladnu kremu iz 1942. preko pola stranice prikazuje nasmješenu, zadovoljnu i veselu ženu pokraj koje se nalazi tekst ispisan velikim slovima: *Ona je zaručena! Ona je divna! Ona koristi Pond's!*. U trenutku kada ugledamo oglas, pažnju privlači vesela i lijepa moderna mlada žena te njezina pojava zajedno uz tekst otvara prostor kupcu za slobodnu interpretaciju koja se najčešće temelji na poistovjećivanju. Kutijica kreme ima sporednu ulogu što nam govori njezin smještaj u formatu, gdje ne dolazi do izražaja. Možemo primjetiti da je oglas posebno obećavao da će kupnja i upotreba određene robe biti put prema zadovoljavanju neke od ilustriranih želja.

Žena, koja je isticala svoju neovisnost i pomagala drugima da je postignu, istovremeno je stvorila reklamu koja je prikazivala uski opis života žene koji je ograničava na dom i marketinško

tržište. One koje su pravile reklame su željele unaprijediti mogućnosti za žene poput sebe u novom konzumerističkom društvu pri čemu su osigurale samo svoju financijsku neovisnost tako što su prikazivale žene kao objekte muškog divljenja i seksualne želje. (http://historymatters.gmu.edu/mse/ads/model.html, Scanlon, 1995.)

5. ISTRAŽIVANJE

5.1 Problem i cilj istraživanja

U teorijskom dijelu analizirani su i protumačeni različiti pristupi oblikovanju ljudskog tijela te njegova recepcija i prikazivanje u pojedinom povjesno-umjetničkom razdoblju. Daljnje istraživanje će se odnositi na prepoznavanje utjecaja kulture na percepciju i estetsko oblikovanje tijela. Cilj istraživanja je razumjeti kulturni i individualini pluralizam i stvoriti vlastiti kritički stav prema ljudskom tijelu, a koji nije pod utjecajem društveno nametnutih ideala.

5.2 Metodologija istraživanja (radionica)

Radionica *Ljudsko tijelo u umjetnosti i reklami* je izvedena u Gimnaziji Matije Antuna Reljkovića Vinkovci, a sudionici radionice su bili učenici prvog razreda. Radionica je trajala jedan školski sat, odnosno 45 minuta. U nastavnom satu sam se koristila frontalnim oblikom rada i radom u paru. Nastavna pomagala. kojima sam se služila su računalo, projektor, powerpoint prezentacija, različiti časopisi, ljepilo, škare, a nastavna sredstva su bile isprintane reprodukcije umjetničkih djela.

Frontalnim oblikom rada sam se služila u uvodnom dijelu radionice jer sam metodom razgovora i objašnjavanja učenike uvela u temu i objasnila koji će biti njihov zadatak u radionici. Za to vrijeme aktivnosti učenika su bile razgovor i slušanje kako bi dobili informacije o temi i zadatku. Nakon toga, radionica je ostvarena putem rada u paru jer se na taj način kod učenika razvijaju značajne socijalne kompetencije: suradnja, tolerancija, dijeljenje i pomaganje. Razvijene socijalne kompetencije kroz interakciju s vršnjacima doprinose zdravom razvoju učenika i gradnji kvalitetnih odnosa s drugima i sa sobom.

5.3 Ciljevi, zadatci i ishodi nastavnog sata i radionice

Cilj radionice je da učenici prepoznaju i usporede svrhu prikaza ljudskog tijela u umjetnosti i popularnoj kulturi te uz pomoć isprintanih reprodukcija umjetničkih djela s ljudskom figurom, kolaža i teksta izraze svoje vrijednosti i stavove tako što će kreirati vlastitu poruku koristeći slike ljudskog tijela.

Obrazovni zadatak je da učenici usvoje znanje o karakteristikama i značenjima estetskog oblikovanja ljudskog tijela u različitim kulturama kroz povijest umjetnosti.

Funkcionalni zadaci su da učenici usmenim analizama na satu razvijaju istraživačko i kritičko promatranje pojedinog vizualnog ostvarenja i razvijati vlastiti stav prema slikama tijela.

Odgojni zadatci su da učenici odgajaju pažnju, razvijaju pozitivan stav prema likovnoj umjetnosti i kritički pristupaju svakom vizualnom sadržaju.

Obrazovni ishodi:

Učenici će razlikovati estetiku prikazivanja ljudskog tijela kroz povijest umjetnosti.

Učenici će uočiti vizualnu razliku između slike ljudskog tijela u umjetnosti i popularnoj kulturi.

Učenici će uočiti razliku između funkcije ljudskog tijela u umjetnosti i popularnoj kulturi.

Učenici će izraditi likovno rješenje na zadanu temu uz pomoć tehnike kolaža.

Učenici će interpretirati vlastiti likovni rad.

5.4 Analiza radionice

Radionica je počela tako što sam učenicima uz pomoć powerpoint prezentacije predstavila temu na temelju koje će u paru izvesti zadatak u tehnici kolaža. U uvodnom dijelu učenicima su na prezentaciji pokazani vizualni sadržaji u kojima je u različitim kontekstima uključeno ljudsko tijelo: reprodukciju slike suvremene britanske slikarice Jenny Saville pod nazivom *Propped* (Slika 22.) i video švedske kompanije *IKEA* za dizajn namještaja. Jenny Saville je 1992. naslikala vlastito tijelo kao pretilo kako sjedi na stolici, a razmjer njezinog teškog tijela ukazuje na psihološki prostor koji tijelo zauzuma u kolektivnim psihama: ljudi su opsjednuti dijetama, prehranom, fizičkom aktivnosti, zdravljem, taštinom i samopoštovanjem. S druge strane, na videu (Slika 21.) vidimo zbunjenu mladu damu kako prolazi kroz nudistički kamp koji je suptilno vizualno sugeriran, a gdje su od gledatelja različitim rekvizitima i efektima skriveni određeni dijelovi tijela. Oglašavačka agencija želi prikazati kako odluke donešene za *IKEA* stolom mogu promijeniti život i da tada zbunjena djevojka nije bila prisutna. Nakon što su pogledali video, postavljeno im je pitanje koja je razlika između funkcije reklame i umjetničkog djela. Učenici su primjetili kako reklama želi nešto prodati, a umjetničko djelo ne jer je ono izraz umjetnikovih

osjećaja, razmišljanja pri čemu u sebi sadrži neku poruku i nema interes od svoga gledatelja. Učenike se dalje navodi na razmišljanje pitanjem na što ih potiče gledanje reklame, a na što umjetničkog djela na temelju čega se saznaju njihovi stavovi prema umjetnosti i reklamama. Na kraju zaključuju kako ih umjetničko djelo potiče na razmišljanje jer ne otkriva direktno svoju poruku nego je moraju istražiti analiziranjem, povezivanjem s vlastitom okolinom i poistovjećivanjem s osobom koja se nalazi na slici. Nakon toga, učenicima su pokazane različite reprodukcije ljudskog tijela kroz povijest: paleolitska *Venera iz Willendorfa*, prikaz faraona Mikerina između božice Hathor i božice pokrajine Diospolis Parva, *Afrodita s Knidosa*, srednjovjekovna iluminacija Adama i Eve iz 840. godine, skulptura Davida kipara Michelangela Buonarottija, štafelajna slika s prikazom Bat-Šebe slikara Rembrandta Van Rijna i fotografija Twiggy iz 1966. koja je bila prvi najmlađi model sa svojih 17 godina. Učenici su navedeni na razmišljanje pitanjima; kakva su prema vašem mišljenju ljudska tijela na reprodukcijama? Zašto su ljudi u određenom razdoblju oblikovali ljudsko tijelo na prikazani način? Koja je bila funkcija svakog prikaza ljudskog tijela? Učenici upotrebljavaju već prethodno znanje i kroz dijalog se saznaje kako je *Venera iz Willendorfa* simbol plodnosti, obilja i medij opstanka zbog svojih prenaglašenih oblina i spolnih organa. Jedan učenik dodaje kako su obline bile poželjan simbol i estetski ideal jer je to značilo da žena može „preživjeti prvu zimu“. Učenici zaključuju kako je paleolitski čovjek živio u surovim uvjetima i da je zbog svog pogleda na svijet morao istaknuti te karakteristike u odnosu na ostale. Učenicima se, nadalje, predstavlja ranije navedena egipatska skulptura na kojoj primjećuju da su ljudi ukočeni i drugačije građeni od Venere iz Willendorfa. Uz ponovno postavljanje pitanja učenike se navodi da razmišljaju o društvenom ustroju egipatske civilizacije i prisjećaju se kako je vladar bio na vrhu, a svi ostali ispod njega te da je to bio jako strog poredak. Postavljeno im je pitanje: može li takav strogi društveni poredak u kojem su živjeli utjecati na način na koji su kipari morali oblikovati ljudsko tijelo? Učenici dobivaju razne asocijacije kako ih skulpture podsjećaju na postrojene vojnike i dolaze do spoznaje da društvo i kultura u kojoj se stvaraju vrijednosti uvjetuje način na koji će se prikazivati i shvaćati tijelo. U nastavku prezentacije učenicima je predstavljena skulptura Afrodite s Knidosa iz oko 350. g. pr. Kr., iluminacija Adama i Eve iz 840. godine i skulptura Davida od Michelangela Buonarottija. Postavljena su im pitanja kao što su; koja je razlika između tri prikaza tijela na slikama, a koje su sličnosti? Kako izgledaju ljudska tijela na slikama? Zašto su ljudi u pojedinom razdoblju oblikovali tijelo na prikazani način? Može li religija ili pogled na svijet utjecati na oblikovanje

tijela? Učenici primjećuju kako je grčko i renesansno tijelo lijepo i skladno, a srednjovjekovni prikaz tijela na iluminaciji nerealan. Odgovorima na pitanja učenici dolaze do spoznaje kako su Grci vjerovali da bogovi imaju ljudski oblik i lijepa, idealizirana tijela, da se oni nalaze u skulpturama samim te da ako oni budu vježbom oblikovali tijelo da će ih ljudi doživljavati sličnim bogovima. Nadodajem kako je antički ideal ljepote postupno razvijan kroz umjetnost, filozofiju i matematiku, da su u oblikovanje tijela uveli zlatni rez kao božansku proporciju i kako renesansa oživljava antički ideal da bi prenosila filozofske ideje i plemenite i intelektualne vrijednosti. Naspram njih, učenici primjećuju kako su tijela Adama i Eve s iluminacije zdepasta što je u skladu s degradacijom tjelesnog zadovoljstva i osjetilnosti te se uz pomoć slike i tijela želi naglasiti duhovna i moralna poruka. Učenicima se predstavljaju zadnja dva primjera: *Bat-Šeba* od Rembrandta Van Rijna i modna fotografija Twiggy Johna S. Clarkea iz 1966. Analizom učenici primjećuju kako su između 16. i 18. stoljeća, estetski privlačna tijela bila obla, mekana i puna za današnje standarde te da se kao kod Venere iz Willendorfa ističu grudi, stražnjica, bokovi zbog njihove simbolike i funkcije. Učenici povezuju prikaz tijela s pasivnom ulogom žene u tadašnjem društvu: majčinstvo, plodnost i ženstvenost. Naspram Bat-Šebe, fotografija Twiggy prikazuje ideal mršavosti koji traje do danas, kako su slike takvih tijela široko rasprostranjene i kako je funkcija takvog prikaza u svrhu reklame modne industrije. Učenicima se pokazuje reprodukcija slike Luciana Freuda *Kate Moss* (Slika 23.), reklama *Bikini babe* modne kompanije *New Yorker* (Slika 20.) i postavljaju pitanja: koja je razlika između ljudskog tijela u reklami, a koja u umjetnosti? Što je istaknuto na prikazu tijela u reklami, a što na umjetničkom djelu? Učenici su uočili kako nam reklama želi prodati proizvod tako što obećava da će kupac zadovoljiti neku od prikazanih želja vezanih uz tijelo ili raspoloženje: zabava, ispunjenje i privlačnost. Nasuprot tome iznose vlastiti stav o *Kate Moss* kako njezino tijelo nije lijepo naslikano iako je ona u stvarnosti traženi model. Učenicima se na temelju toga postavlja pitanje: koja je simbolika prikaza ljudskog tijela u umjetnosti naspram reklame? Kroz dijalog je potaknuto razmišljanje i iznošenje vlastitih stavova učenika prema umjetnosti na kraju čega su zaključili kako je slikar odlučio negirati nametnuti ideal ljepote. Neki učenici primjećuju kako reklame žele nametnuti estetski ideal koji je njima nemoguće pratiti iz razloga što su tijela djevojaka idealizirana korištenjem Photoshop-a, zaključuju kako *„treba biti svoj“* što komentiraju latinskom izrekom *Naturalia non sunt turpia* odnosno *Što je prirodno, nije sramotno*. Nakon što su učenici zajednički analizirali i protumačili poruke koje im prenose umjetnička djela i reklame, postavljaju im se pitanja: što možete

zaključiti o utjecaju kulture na estetsko oblikovanje tijela? Što možete zaključiti o prirodi samih ljudi kada je u pitanju oblikovanje slike ljudskog tijela? Kroz dijalog se dolazi do zaključka kako je utjecaj kulture ponekad negativan i da zbog toga treba stvoriti osobni estetski ideal u skladu s vlastitim vrijednostima i stavovima.

Nakon toga, učenicima je podijeljen materijal: različiti popularni časopisi, škare, ljepilo i isprintane reprodukcije umjetničkih djela na kojima se nalaze različito prikazana ljudska tijela. Frontalnim oblikom ih se uvodi u zadatak i govori kako uz pomoć moći slike ljudskog tijela trebaju načiniti neku vlastitu poruku o društvu, kulturi ili tijelu koju žele prenijeti svijetu. Učenici trebaju raditi u paru kako bi se potaknula suradnja i razvoj socijalnih kompetencija. Zadatak je izveden tako što je svaki par dobio materijal te se dogovorio za poruku koju žele ilustrirati. Učenici su eksperimentirali s građenjem i razlaganjem isječaka iz časopisa koje su lijepili na isprintanu reprodukciju umjetničkog djela. Reprodukcije predstavljaju umjetničke skulpture i slike muških i ženskih likova u različitim položajima, emocionalnim stanjima i različitih su estetskih kriterija. Tijekom istraživanja vizualnog sadržaja u časopisima, analiziranja i intervencije na umjetničko djelo, učenici uočavaju razliku između slike tijela u popularnoj kulturi i oglašavanju naspram umjetničkih djela te njihove različite funkcije. Kritički pristupaju vizualnom sadržaju i vlastitom likovnom radu kroz probiranje materijala koji je koristan za njihov rad i razvijaju vlastite kriterije i stav prema ljudskom tijelu. Likovna rješenja je moguće vidjeti u prilozima (Prilog 3., Prilog 4.), a zadatkom je potaknuto iznošenje vlastitih stavova o kulturološki naučenim slikama tijela, diskusija koja je vodila prema razbijanju stereotipa muških i ženskih uloga u društvu, društvenog pritiska koji vodi prema uklapanju i svjest o vlastitom „nesavršenom“ tijelu te nametnutim nedostižnim idealima. Nakon što su ostvarili svoj zadatak, učenici su izložili vlastiti rad kako bi upoznali razred s idejama koje im se nameću, a s kojima nisu zadovoljni.

6. ZAKLJUČAK

Suvremena pop-kultura je postala katalizator koji čini društvo otvoreno za više vrsta stvarnosti koje mogu postojati istovremeno, uči pluralizmu, potiče diskusiju o problemima suvremenog društva i zahtjeva kritički pristup prema sadržaju. Naga ljudska figuraje oduvijek privlačila i zadržavala interes gledatelja, a utjecajem kulture naučeno je njegovo negativno naslijeđe radi prenošenja moralnih i duhovnih poruka. Pravilnim odgojem recepcije prema sadržaju s temom ljudskog tijela, razgovorom, a ne izbjegavanjem problema koje ono otvara, obrazovanjem za sve njegove vizualne, funkcionalne i simboličke vidove kroz povijest, a ne selektivnosti, može se doprinijeti pozitivnom razvoju individualne i kolektivne percepcije.

7. LITERATURA

Knjige, radovi, članci, internetske stranice:

Arnheim, R. (1985). *Vizuelno mišljenje – Jedinstvo slike i pojma*, Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu

Adamović, M., Maskalan, A. (2011) Tijelo, identitet i tjelesne modifikacije. *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, 189 (1), 49 – 70

Badurina, A. (2006) *Leksikon ikonografije, simbolike i liturgike zapadnog kršćanstva*, Zagreb: Kršćanska sadašnjost

Bandura, A. (1965) Influence on Models' Reinforcement Contingencies on the Acquisition of Imitative Responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(6), 589 – 595

Bandura, A. (1962) *Social Learning Through Imitation*. Lincoln: University of Nebraska Press

Beugnet, M. (2007) *Cinema and Sensation: French Film and the Art of Transgression*. Edinburgh: Edinburgh University Press

Bruneau, P., Barral I Altet, X., Daval, J., Duby, G., de Suduiraut, G., Torelli, M. (1999) *Sculpture 1 - From Antiquity to the Middle Ages*, Vol 1. Köln: Taschen

Damjanov, J. (1991) *Vizualni jezik i likovna umjetnost*. Zagreb: Školska knjiga

De Botton, A. (2015) History of Ideas, preuzeto s mrežne stranicehttps://archive.org/details/youtube-fI1OeMmwYjU (6.5.2018.)

Fallon, A. E. (1990) *Culture in the Mirror: Socio-Cultural Determinants of Body Image. Body Images: Development, Deviance and Change*. New York:The Guilford Press

Hobson, L. B. (1999) „Get ready to rumble“, Calgary Sun, Quebecor. Preuzeto s mrežne stranice Wikipedije, https://en.wikipedia.org/wiki/Fight_Club (6.5.2018.)

Ivančević, R. (2006) *Stilovi, razdoblja, život I - Od paleolita do predromanike.* Zagreb: Profil International

Ivančević, R. (2000) *Stilovi, razdoblja, život II. Od Romanike do secesije.* Zagreb: Profil International

Jim Slotek, (1999) „Cruisin' for a bruisin“, Toronto Sun, Sun Media Corporation. Preuzeto s mrežne stranice Wikipedije, https://en.wikipedia.org/wiki/Fight_Club (6.5.2018.)

Kalin, B. (1995) *Povijest filozofije*. Zagreb: Školska knjiga

Lambert, G. (2007) *Caravaggio*, Köln: Taschen

Lučić, K. (2015). Artikulacije tijela i tjelesnosti u filmu. *Filozofska istraživanja*, 139 (3), 521 – 531

Marks, L. U. (2000) *The Skin of the Film: Intercultural Cinema, Embodiment, and the Senses*. Durham NC: Duke University Press

Martinec, R. (2013) Doživljaj slike tijela u kulturno-povijesnom i umjetničkom kontekstu. *JAHR: Europski časopis za bioetiku*, 4 (8) 843 – 856

Maes, H., Levinson, J. (2012) *Art and Pornography: Philosophical Essays- Who Says Pornography Can't Be Art?* Oxford: Oxford University Press

McLuhan, M. (1964) *Razumijevanje medija*. Zagreb: Golden marketing

McNair, B. (2004) *Striptiz kultura: Seks, mediji i demokratizacija žudnje*. Zagreb: Jesenski i Turk

Miletić, D. Učenje na vlastitoj koži boli, preuzeto s mrežne stranice http://www.zzjzpgz.hr/nzl/46/dobatak.htm (6.5.2018.)

Mulvey, L. (1975) Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen*, 16 (3), 4-5. Dostupno na: https://academic.oup.com/screen/article-abstract/16/3/6/1603296 (6.5.2018.)

Neret, G. (2007) *Manet*, Köln: Taschen

Neret, G. (2007) *Delacroix*, Köln: Taschen

Sharma, S., Singh, R. (2006) *Advertising: Planning and implementation*. Prentice – Hall of India Pvt.Ltd

Scanlon, J. (1995) *Inarticulate Longings: The Ladies' Home Journal, Gender, and the Promises of Consumer Culture*. New York: Routledge

Spivey, N., Ramachandran, V. S. (2005) How Art Made the World: More Human than Human, preuzeto s mrežne stranice BBC https://www.bbc.co.uk/programmes/p00tcz6w/episodes/guide (6.5.2018.)

Tylor, E. B. (1871) *Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. London: Bradbury, Evans, and co., Printers, Whitefriars https://books.google.hr/books?id=AucLAAAAIAAJ&printsec=frontcover&hl=hr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (6.5.2018.)

http://historymatters.gmu.edu/mse/ads/model.html (23.2.2018.)

http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=52134 (6.5.2018.)

https://en.wikipedia.org/wiki/Cinematography, (6.5.2018.)

http://www.iep.utm.edu/ficino/#H5 (7.5.2018.)

http://www.antike-am-koenigsplatz.mwn.de/en/ancient-masterpieces/museum-highlights/archive-of-museum-highlights/barberini-faun.html (7.5.2018.)

http://www.canal-educatif.fr/en/videos/art/1/delacroix/liberty-leading-the-people.html# (6.5.2018.)

https://www.youtube.com/user/warnerbrosrecords (7.5.2018.)

https://www.newyorker.de/hr/fashion/ (6.5.2018.)

https://www.saatchigallery.com/aipe/jenny_saville.htm (6.5.2018.)

http://www.culturepub.fr/videos/ikea-reprenez-place-a-table-naturistes/ (7.5.2018.)

8. SAŽETAK

Kultura je važan element u odgoju i obrazovanju pojedinca tijekom cijelog života. Njezin utjecaj je nezaobilazan jer, osim što je faktor prepoznatljivosti zajednice, također prenosi naučene ideje, stavove, vrijednosti i navike jedne grupe ljudi. Tijekom povijesti svaka kultura je imala vlastiti pristup recepciji i oblikovanju tijela, a danas se slika tijela najviše uči iz proizvoda pop-kulture kao što su filmovi i reklame. Tijelo se može oblikovati na bezbroj kreativnih načina, no zbog utjecaja globalizacije, najprihvaćeniji su zapadni trendovi čiji je rezultat ujednačavanje tjelesnog izgleda. Gledatelji iz tih trendova ne uče samo kako treba poželjno izgledati, nego kako se ispravno ponašati. Doživljaj i recepcija slike tijela gledatelja je važan zbog doživljaja sebe i primjećujemo kako je utjecaj današnje kulture nerjetko negativan jer postavlja nestvarne estetske kriterije i standarde. Ljudsko tijelo je postalo kreativno sredstvo komunikacije i zato treba stvoriti vlastiti estetski ideal u skladu s individualnim vrijednostima i poimanju lijepog.

Ključne riječi: kultura, recepcija, ljudsko tijelo, umjetnost, pop-kultura

9. PRILOZI



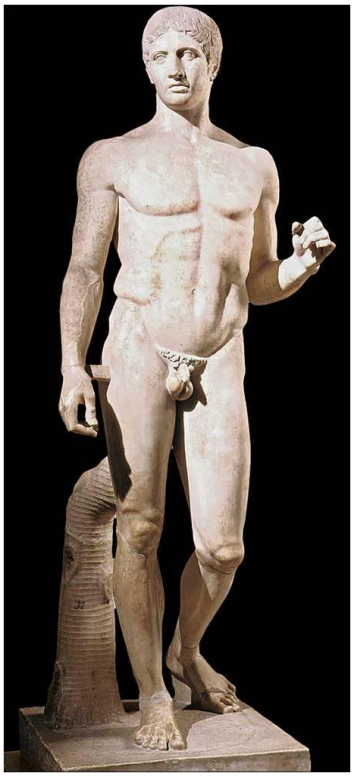
Slika 1. *Venera iz Willendorfa*, oko 25.000. pr. n. e. – 21.000. pr. n. e.



Slika 2. Statua Nefertiti, Egipat, 18. dinastija, 1345. pr. n. e.



Slika 3. *Kritijev dječak*, Atena, sredina 480. pr. n. e.



Slika 4. Poliklet, *Doriforos*, 450. pr. n. e. – 440. pr. n. e.



Slika 5. Miron iz Tebe, *Pijana starica*, kasno 2. st. pr. n. e.



Slika 6. *August iz Primaporte*, 1. st.



Slika 7. Ostatak kolosalne statue cara Konstantina I. Velikog, 4. st.



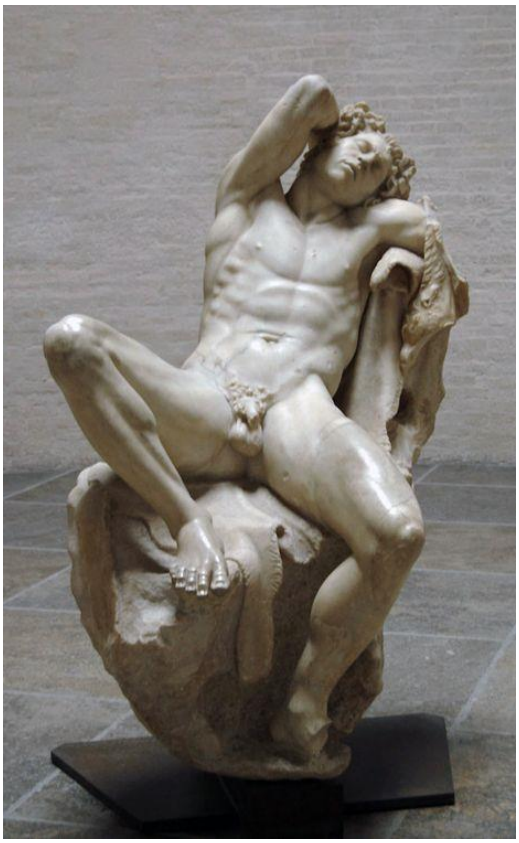
Slika 8. Mozaik s prikazom cara Justinijana, 6. st.



Slika 9. *Röttgen pieta*, kasni srednji vijek, 14. st.



Slika 10. Donatello, *Magdalena pokajnica*, 15. st.



Slika 11. *Barberini faun*, helenistička umjetnost, rano 2. st. p. n. e., pronađen 1620-ih



Slika 12. G. L. Bernini, *Ekstaza blažene Ludovice Albertoni*, 17. st.



Slika 13. M. M. da Caravaggio, *Amor Vincit Omnia*, 17. st.



Slika 14. F. Boucher, *Odaliska*, 18.st.



Slika 15. E. Delacroix, *Sloboda predvodi narod*, 1830.



Slika 16. E. Manet, *Doručak na travi*, 1863.



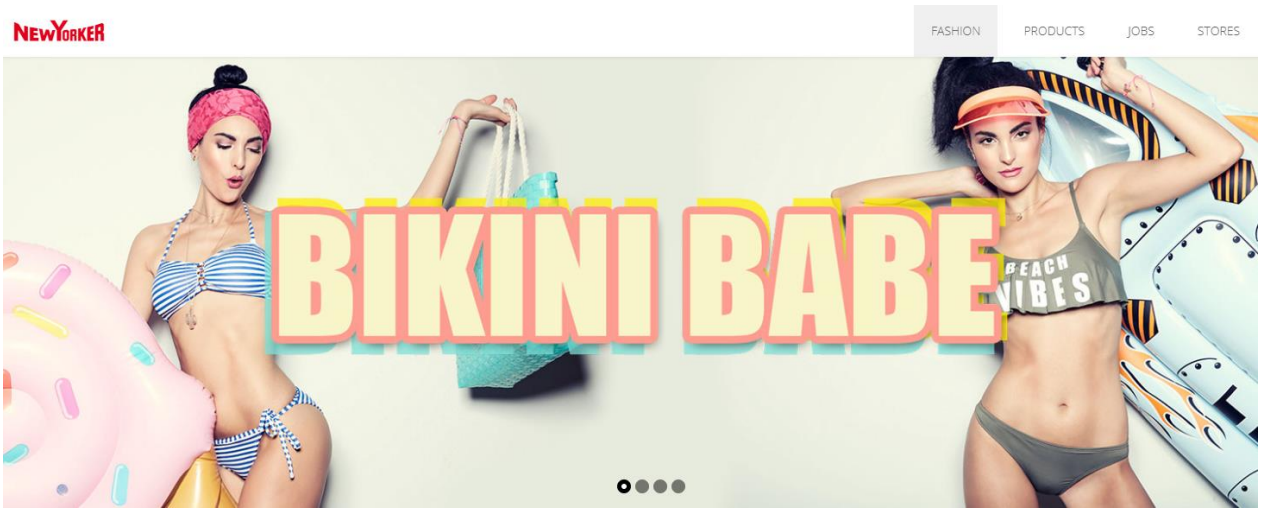
Slika 17. G. Gross, Bez naziva, iz serije fotografija *The Women in the Child*, 1975.



Slika 18. Madonna, isječak iz glazbenog video spota *Erotica*, 1992.



Slika 19. H. L. Resor, reklama *Woodbury* sapun za lice, 1911.



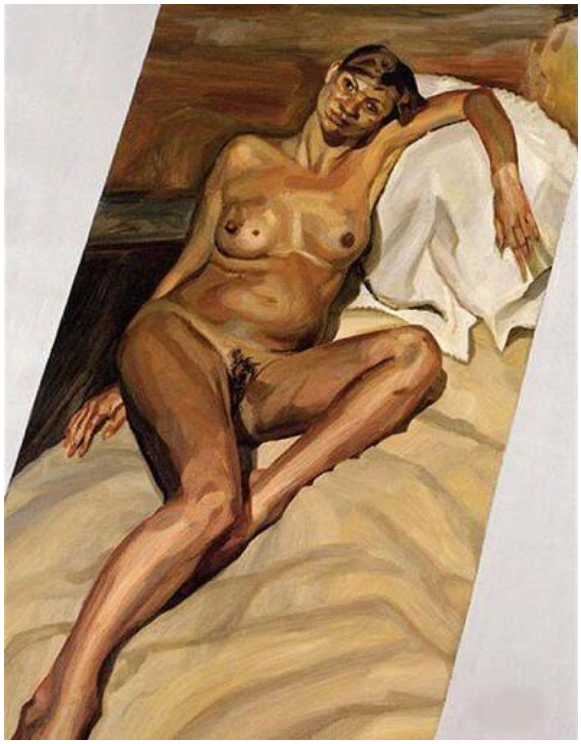
Slika 20. *New Yorker*, kampanja *Bikini Babe*, 2018.



Slika 21. *IKEA* Francuska,reklamna kampanja *Vrati se za stol*, 2015.



Slika 22. Jenny Saville, *Propped*, 1992.



Slika 23. Lucian Freud, *Kate Moss*, 2002.



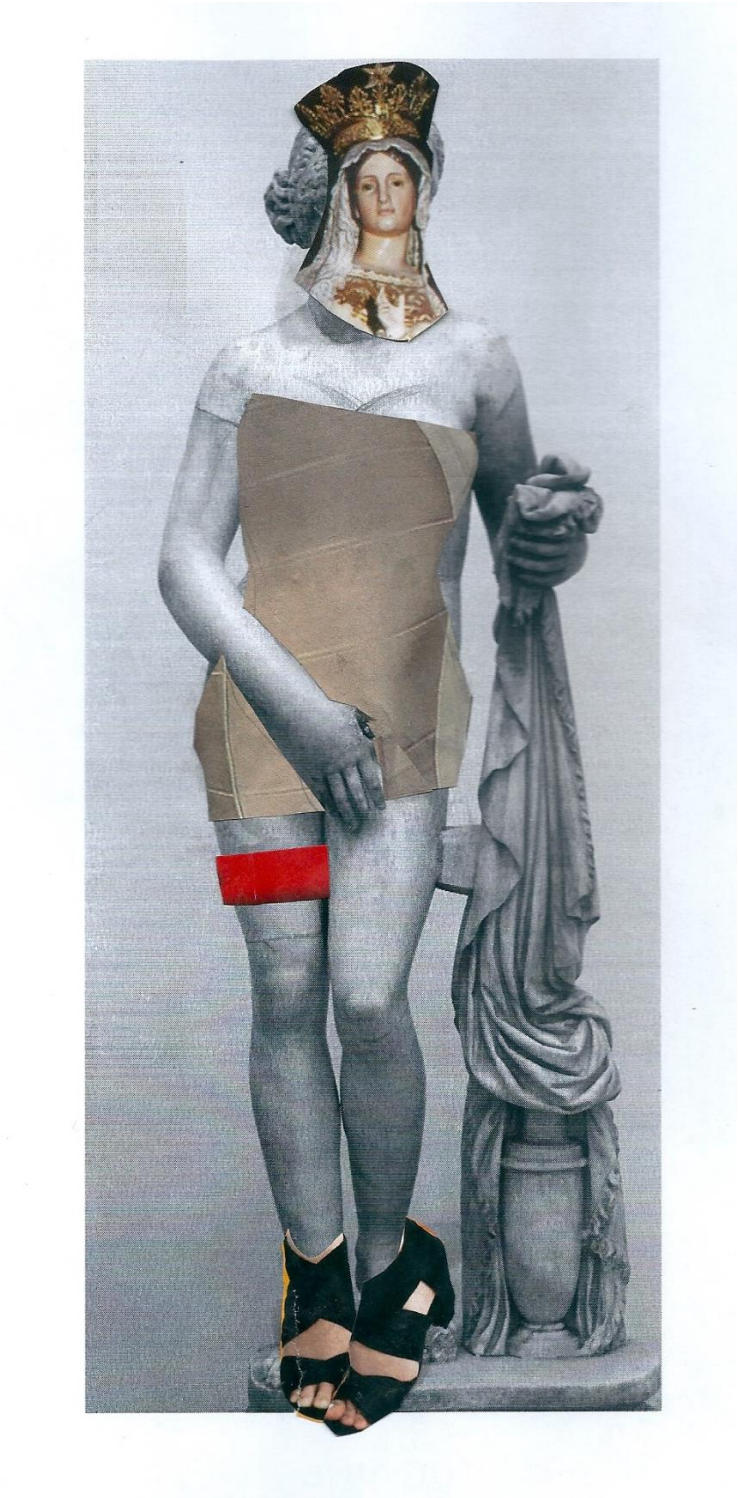
Prilog 1. Radionica *Ljudsko tijelo u umjetnosti i reklami*



Prilog 2. Radionica *Ljudsko tijelo u umjetnosti i reklami*



Prilog 3. Učenički rad, K. Guberac, S. Žalac, F. M. Šitum, V. Sambolić, „Mlade dame mogu privlačiti pažnju muškog spola odjevene, a ne eksponiranjem svoga tijela.“



Prilog 4. Učenički rad, B. Iživkić, V. Dragičević, „Od žena se očekuje da budu i konzervativne i slobodne.“