

O PROTAGONISTICI U DRUŠTVU SPEKTAKLA - Od arhetipa do stila života dendiija

Morhan, David

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Textile Technology / Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:201:795111>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Textile Technology University of Zagreb - Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET

David Morhan

DIPLOMSKI RAD

O PROTAGONISTICI U DRUŠTVU SPEKTAKLA

-

Od arhetipa do stila života dandija

Zagreb, rujan 2023.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET

O PROTAGONISTICI U DRUŠTVU SPEKTAKLA

-

Od arhetipa do stila života dandija

Autor: David Morhan 0117227487 Mentor: prof.dr.sc. Žarko Paić

Zagreb, rujan 2023.

Veliko hvala prof. dr. sc. Žarku Paiću na mentorstvu, kreativnoj slobodi i prepoznavanju potencijala u istraživanju ove teme.

Hvala predavačici i vanjskoj suradnici Lei Vene na poticanju na istraživanje suvremenih modnih fenomena i podupiranju na ostvarivanje ideja na jedan od najljepših načina.

Hvala svim protagonisticama, protagonistima i sporednim ulogama.

Zavod za dizajn tekstila i odjeće, Tekstilno tehnološki fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Prilaz
baruna Filipovića 28a, Zagreb 10000.

Broj stranica: 57

Broj slika: 35

Članovi povjerenstva:

doc.dr.sc. Tonči Valentić

prof.dr.sc. Žarko Paić

prof.dr.sc. Nina Katarina Simončič

izv.prof.dr.sc. Martinia Ira Glogar

26. rujna 2023.

SAŽETAK

Cilj ovog diplomskog rada je istraživanje do sad nedefiniranog modnog arhetipa protagonistice i lifestylea kojim ona živi. Rad je spoj osvrta na pojedine dijelove popularne kulture i analize uglavnom, iako ne isključivo, ženskog glavnog lika (protagonistice) u umjetnosti i medijima. Korišteni izvori, osim teorijske građe uključuju i igrane i dokumentarne filmove, žanr *reality* TV-a i društvene mreže kako bi se ušlo u trag momentima geneze i razvoja klime za protagonisticu kao modni arhetip.

Kroz diplomski rad susrest ćemo se s protagonistovim/činim pretečama poput dendija i šetača te istražiti njezinu važnost kao ženskog arhetipa koji preuzima aktivnu ulogu.

Osvrnut ćemo se na protagonistice književnosti i filma kao osnove po kojima je arhetip nazvan i odrediti ključne točke koje arhetip čine sličan glavnom liku i koje glumačke tehnike oblikuju stvarnost arhetipa. Igrane televizijske emisije i reality TV također igraju veliku ulogu u stvaranju ovog arhetipa, posebice emisije o nasljednicama velikih bogatstava poput Kim Kardashian i Paris Hilton.

Ključni pojmovi: protagonistica, arhetip, *lifestyle*, spektakl, persona

SADRŽAJ

| | |
|-------------------------------------|----|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 2. RAZRADA | 3 |
| 2.1. Suvremeno tijelo | 3 |
| 2.2. Prije protagonistice..... | 12 |
| 2.3. Model i performativnost..... | 14 |
| 2.4. Glossy habitus | 20 |
| 2.5. Tko je protagonist/ica?..... | 23 |
| 2.6. It djevojka..... | 25 |
| 2.7. Digitalna protagonistica | 36 |
| 2.8. Kvantna protagonistica..... | 38 |
| 2.9. Spektakularna suđenja..... | 43 |
| 3. ZAKLJUČAK..... | 47 |
| 4. LITERATURA | 48 |

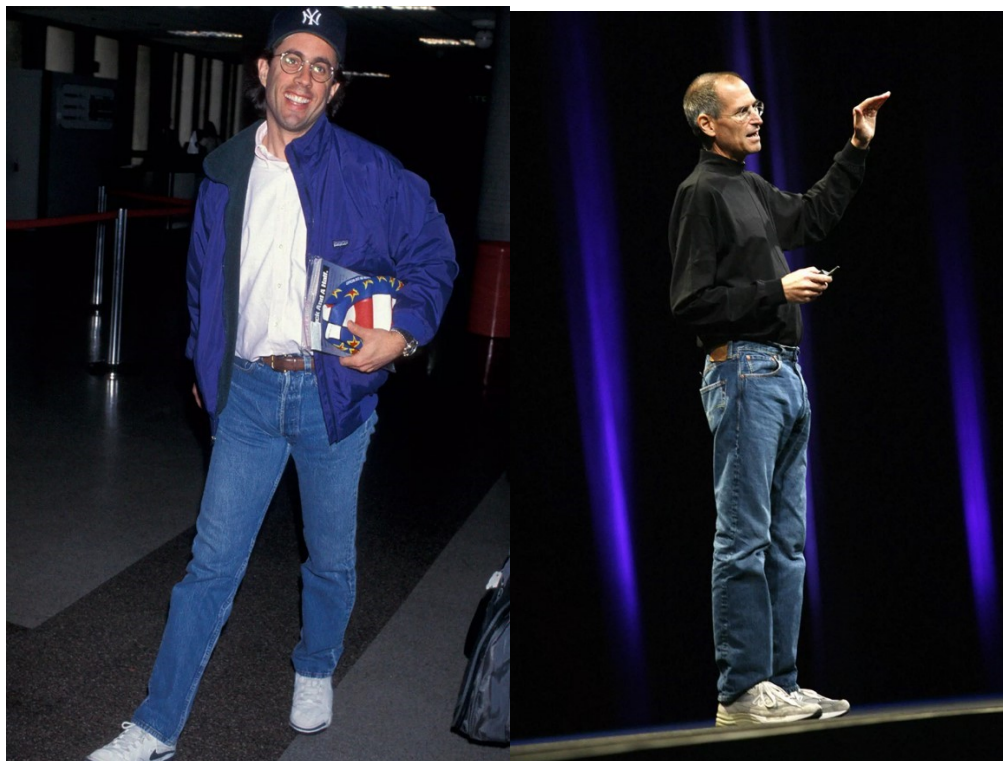
1. UVOD

„U prošlosti su se ljudi rađali u zajednicama i morali su pronaći svoju individualnost, danas se ljudi rađaju individualcima i moraju pronaći svoje pleme.“¹

Svakidašnjica je toliko prožeta performativnim da se izvodi i običnost. Ono obično i ono što se pretvara da je obično dovoljno su različiti da smo potonjemu nadjenuli ime – *normcore*. *Normcore* je stil koji je uvelike definiralo ono što Will Wright, tvorac franšize video igara „The Sims“ naziva američkom televizijskom kulturom², a podsjeća na američke *sitcome* devedesetih i početka 21. stoljeća poput „Seinfelda“ i „Prijetelja“. Stilski fenomen koji se pojavio kao odgovor generacije Z na društvenu klimu koju su stvorili milenijalci. Termin je skovao američki petorac koji sačinjava agenciju za predviđanje trendova pod nazivom K-HOLE, a odnosi se na lifestyle koji je agencija u izvješću opisala situacijskim, nedeterminističkim, prilagodljivim, neopterećenim autentičnošću i post-aspiracijskim s naglaskom na empatiju povrh tolerancije. Etimološki, *normcore* se sastoji od dva dijela: *norm*(alno) i sufiksa *-core* (eng. jezgra) koji upućuje na žanrovsku suštinu. Tako danas možemo naići na *barbiecore*, *cottagecore*, *gorpcore*...

¹ YOUTH MODE, A REPORT ON FREEDOM; <http://khole.net/issues/youth-mode/>, od 18.07.2023.

² In The Sims, Maxis created an iconic living snapshot of '90s America, Phil Iwaniuk, <https://www.gamesradar.com/in-the-sims-maxis-created-an-iconic-living-snapshot-of-90s-america/>



Slike 1. i 2. Jerry Seinfeld, Steve Jobs

Normcore je zatišje nakon oluje hipstera i *indieja*, njihova antiteza, posljednji krik antimode i filozofija otpuštanja i prihvaćanja. Naime, prema kraju estetske prevlasti, dubkom napunjeni grandioznim snovima i nedostižnim očekivanjima od samih sebe milenijalci su zasitili kulturološki bazen karikaturama posebnosti u obliku neogotičara, rejvera i slučajeva kulturne apropijacije te ga učinili ekskluzivnim. Nisu niti slutili da se ionako više nitko ne želi kupati u njihovoj ustajaloj vodi punoj indijanskog perja i šljokica. Takvom je druženju tada prisustvovala tek nekolicina zaostalih brendova poput Victoria's Secret. Valja naglasiti da je ovdje riječ o kasnom milenijalizmu te da je ta generacija popularizirala toleranciju i autentičnost prije no što je sve otišlo na kvasinu. Koncepte bitne za generaciju koja joj je slijedila i koja je se rodila s pravom na njih. Pravom i obavezom koje se nastojala riješiti. Generaciju Z ne zanimaju „Oscari“ i „Met Gala“. Sama Kim Kardashian, morala je prilagoditi svoj imidž ako je mislila ostati relevantna, doduše, prekardašivši estetski i apstrahirajući ga do minimalizma. U njezinom slučaju, doduše, to je jedini logični potez iz dvorca kiča jer bi bilo teško igrati na kartu suosjećanja s tog mjesta pa *normcore* niti nema smisla. Čak je i *reality show* prilikom

prebrendiranja izgubio „Keeping Up With“ u imenu te postao samo „The Kardashians“. Ekskluziva je *out*, običnost je *in*. Maštu pripadnika nove generacije ne šakljika sjaj glamura već sitni trenuci koji će im pokazati da nisu toliko sami koliko im se čini te im dati materijala za simuliranje kada je potrebno izvesti svakidašnjicu.

2. RAZRADA

Protagonistica koja gradi performativnu personu svoju pojavu tretira kao modni objekt, a ne kao subjekt. To je njeno vozilo i alat za eksperiment, postavljanje pitanja i izražavanje. Pokušaj odvajanja sebe od slike za nju je mukotrpan proces koji zahtjeva čvrstu disciplinu i ufanje u vlastiti rad. Ono što performativnost čini skliskim poljem jest činjenica da je teško definirati kada *ja* prestaje i počinje slika, kako za promatrače, tako i za modno tijelo. Irfan Hošić uvodi nas u aspekt performativnosti kao „sastavni i neizostavni dio odjevnih manifestacija od početka čovjekova postojanja do danas — jer pasivno ili aktivno, svjesno ili nesvjesno, okupira javni prostor — te utoliko čini složenijim pokušaj izdvajanja nečega specifičnog što se kao zaseban fenomen javlja u odnosu mode i njezine izvedbenosti i izvedbenosti.“³ Nadalje, Hošić se osvrće na revolucionarnu odluku Charlesa Fredericka Wortha da svoje odjevne kreacije predstavi na živim modelima i time protagonistom afirmacije mode učini dizajnera i modela. Kada je riječ o protagonistici, performativnost je element koji odjeću na njoj pretvara u modu. Uloga je zavodljivost, a alat imidž.

2.1. Suvremeno tijelo

Suvremeni čovjek, kao individualac, sposoban je za proces samorefleksije na radikalnoj razini. Svendsen se osvrće na Bourdieov pojam habitusa gdje se taj koncept „stvara putem društvenih struktura, a habitus stvara radnje koje stvaraju društvene strukture.“⁴ Habitus se nalazi u

³ Ž. Paić, K. Purgar - Teorija i kultura mode, 2018: 125

⁴ L. Svendsen - Fashion, 2006: 50

podsvjesnom i ne može se promijeniti samorefleksijom jer prema njima dvojici postoji prije samorefleksije te je ona jedna od radnji koje habitus stvara. Naime, pri takvom procesu valja se zamisliti u trećem licu, sagledati se objektivno i shodno potrebama novog *lifestylea* promijeniti ključne dijelove identiteta u pokušaju da se postane novi lik, utjelovi novi lifestyle. U postmodernim uvjetima tijelo je, poput habitusa, postalo projekt i produkt samorefleksije. S druge strane, ukazuje Negrin, „postmoderno je jastvo fragmentirano, decentralizirano i vječno mutira. Individualci s lakoćom usvajaju i odbacuju mnoštvo stilova postmoderne koja niti jednom ne dopušta da prevlada.“⁵ Ono što se čini kao maska zbog ekstremne estetske promijene od onog starog ustvari je ego pretočen u modni kod. Postmoderno je tijelo, ukazuje Negrin, u suštini paradoks – s jedne strane je sinonim za individualnost, a s druge neočekivani pastiš koji lišava svake individualnosti. Doduše, ona ga tako uprizorava u kontekstu gdje „jedan 'look' nije 'autentičniji' od drugog“⁶ kao da je riječ o kakvom natjecanju između osobnih stilova, što postmoderna moda – za razliku od bilo koje koja joj je prethodila – nije. Postmodernu odlikuje mnoštvo u kojem pojedinci pokušavaju razumjeti perspektive onih koji ih okružuju, dekodirati kod kojim sugovornik ili prolaznik želi komunicirati, a ne izaći kao pobjednik u igri impresioniranja autentičnošću.

Moda je u posljednjih desetak godina promijenila odnos prema tijelu te svaka modna revija koja ne ispunjava zahtjeve raznolikosti jednostavno ne zaslužuje biti temom razgovora u ozbiljnom modnom diskursu. Tijelo se modi othralo i ona više nema autoritet da ga kroti ili oslobađa, već mu je u tehničkom i marketinškom smislu podređena.

⁵ L. Negrin - Appearance and Identity, 2008: 10

⁶ L. Negrin - Appearance and Identity, 2008: 11



Slike 3., 4. i 5. Alva Claire, Precios Lee, Jill Kortleve za Versace proljeće/ljeto 2021

Tijelo je postalo preveliko – u doslovnom i prenesenom značenju – da ga moda zastire te se dogodio raskid odnosa koji je ionako stoljećima bio jednostran nauštrb tijela. Kako se dežurna žrtva izborila za bezuvjetnu ljepotu, moda se na kratko vrijeme našla u neobranom grožđu i okrenula se ka meditacijama o estetici i svemu što je do sad podrazumijevala nedovoljno lijepim te prebrodila period takozvane estetike ružnog i konačno se istinski našla u novoj premisi. Suvremena moda i tijelo nalaze se na dvije potpuno različite dimenzije kada je riječ o iščitavanju slike. To je postalo moguće uz tehnologije manipulacije fotografija poput „Photoshopa“. Manipulacija fotografije otvara dvojna vrata. Po svojoj prirodi fotografija je bazirana u stvarnosti. Kada manipuliramo fotografijom, ona ne postaje manje stvarna već stvara potpuno novu stvarnost, onu koju je moguće rekreirati u izvornoj stvarnosti. To je, primjerice, tehnika koja se koristi u plastičnoj kirurgiji kao jedan od početnih koraka u periodu konzultacije. Hošić pronalazi početnu točku ove ideje u umjetnosti tumačeći kako će „postupci raščlanjivanja i

defragmentacije tijela u nadrealizmu doživjeti komodifikaciju i postat će neke od glavnih strategija modnog izražavanja u epohi postmodernizma⁷. Navodi umjetnike, poglavito fotografe i tvrdi da su jukstaponiranje, raščlanjivanje i reasembliranje slike tijela u mediju kolaža, fotografije, slikarstva ili skulpture, kao i namjerno korištenje elementa iznenađenja, stvorili su cijeli niz novih filozofskih i estetskih vrijednosti koje su obilježile vrijeme prije Drugog svjetskog rata: cinizam, okrutnost, ironiju i sarkazam. Istim tehnikama koristila se i suvremenica nadrealista Elsa Schiaparelli koja je svoj dizajnerski vokabular zasnovala na rekontekstualiziranju znakova pozicionirajući ih na određene dijelove tijela koji već imaju svoje značenje ili ih generirajući tek kada se neki odjevni predmet nađe na njima. U povijest dizajna estetika Else Schiaparelli upisana je kao jedna od najprepoznatljivijih. Skok u današnje vrijeme, Schiaparelli ponovno, nakon vrlo dugog izbivanja izvan medijskih krugova, mete naslovnice, crvene tepihe i opće je mjesto u popularnoj kulturi, no i kritika i publika složiti će se da je imaginarij, iako prepun fantastičnih i nadrealističkih - ili, bolje, nadrealnih – motiva, manjkav po pitanju značenja iza njih. Proljetno – ljetna kolekcija za 2023. godinu može nabrojiti cijelu abecedu silueta, predstavlja prepariranu lavlju glavu i Doju Cat u crvenom ansamblu koji bi vrlo lako mogao biti kostim u modnom hororcu.

⁷ Ž. Paić, K. Purgar - Teorija i kultura mode, 2018:129



Slike 6. i 7. Doja Cat i Kylie Jenner za Schiaparelli proljeće/ljeto 2023

Dijelovi tijela rekontekstualizirani su, a i trendovski element horoskopa koji je dodan u vizualni riječnik brenda ne izostaje. Slike su tu, no prilično su dvodimenzionalne. Brend estetski stoji iza onoga za što se njegova začetnica zalagala, čak i citira neke arhivske komade, no ovdje nije riječ o citatu nego o kolažu u svom najbanalnijem obliku za stvaranje slike u svom najbanalnijem obliku. Pravi nasljednik nadrealizma je Jonathan Anderson za Loewe.



Slika 8. Loewe jesen/zima 2023

Ovdje dolazimo do drugih vrata koje otvara manipulacija fotografije. Ona su portal u virtualnu stvarnost čijim prostranstvima vlada zakon samobrendiranja. Ovo je drugi protagonističin teritorij – dimenzija spektakla kasnog kapitalizma u kojoj se stvorila savršena klima za jedinstveno utjelovljenje ovog arhetipa. U virtualnom svijetu protagonistica više nije nijema. Često je u ulozi *influencerice* koja progovara u ime nekog brenda ili se penje po algoritamskoj ljestvici vješto se služeći *#ključnimriječima*. Princip koji je ovdje na djelu, nije nov, već je dug niz godina standardna praksa u kojoj osoba, primjerice, filmska ili glazbena zvijezda, posuđuje svoje tijelo u maniru modela. Pri takvoj razmjeni, odjeci brenda i zvijezde se proširuju tako što se proizvod plasira pred dvije kritične skupine. Nayar tumači kako proizvodnju celebrityja valja klasificirati kao spektakl koji se fokusira na individualni ili kolektivnu apstraktnu želju u procesu koji Rojek naziva celebrifikacija. Nadalje tumači kako celebrityji predstavljaju ono čemu ljudi teže te kako je proces gotovo u cijelosti fabriciran od strane medija. Celebrity kultura, baš kao i ostale medijske tvorevine, ne traži razlog da bude opravdana ili potrebna, čak više nije niti šokantna. Davno su prošli dana kada su Paris Hilton i Kate Moss punile naslovnice tabloida zbog upitnog moralnog kompasa u predugim noćima. Danas celebrityji popunjavaju nišu na mnogo tiši način, gotovo isključivo slikama i postoji cijeli niz celebrityja koji su slavni samo radi slave. To je jedna od karakteristika protagonistice. Spektakl je ono što celebritytija čini celebrityjem i svi celebrityji izvode u prostoru spektakla. Nayar potvrđuje kako celebrity kultura ne bi bila moguća bez medija jer se u medijima događa transformacija partikularnih tijela, lica, manirizama, uloga i događaja u spektakl. Spektakl je ono što čini određene ljude poželjnima, objektima fantazije i emulacije.⁸

Protagonistica živi u svijetu demokratizirane slave. Sama sebe čini objektom fantazije i stvara vlastite šablone za emulaciju ili se pridružuje nekoj od *-core* estetika koje graniče s kostimografijom u procesu samobrendiranja. U nekom drugom slučaju protagonistica je *underground* maskota svoje generacije koja dokumentira svoje subverzivne modne kombinacije kadrirane u stilu najnovije zvijezde modne fotografije, ako ne i izravno ispred objektiva dotične zvijezde. Ona ima svoju osobnu estetiku, ne samo stil, i svi ju znaju, a virtualni svijet je upravo mjesto gdje se njezin vlastiti brend može promovirati. Protagonistica zaista niti ne mora biti

⁸ P.K. Nayar - *Seeing Stars*, 2009: 68-69

popularna na društvenim mrežama. Često i nije jer bi popularnost na mrežama kompromitirala autentičnost njezine uloge. Mainstream moda je osim materijalnog zauzela i virtualni svijet u kojem se slika izjednačava s brendom. Osvrnimo se na brendove velikih konglomerata poput LVMH i Kering.



Slika 9. Cottagecore

Popratimo li modne revije velikih imena u nekoliko prošlih sezona primjetit ćemo da se inovacija pretvorila u kreativnu direkciju upogonjenu marketingom i inzistiranjem na brend nauštrb odjeće. Po tko zna koji put vidjet ćemo isti Balenciagin oversized kaput u kombinaciji s istim trapericama i istim špičastim čizmama i futurističkim sunčanim naočalama. Čak i Chanel, koji je u Lagerfeldovo vrijeme odijelo od tvida predstavljao kao karijatidu koja uz torbicu i malu crnu haljinu nosi imidž kuće na ramenima, dobija po nosu zbog repetitivnosti. Odjevni se komadi više ne gledaju zasebno i veliki se naglasak stavlja na osobni stil, tj. plasiranje slike osobnog stila kao proizvoda. Zaista, ne možete pogriješiti ako kupite cijelu Balenciaginu kolekciju ili neki od brendova koji je zaplivaao na valu njihove surove estetike istočnog bloka jer je formula toliko jednostavna da nikad nećete izgledati loše, ako se malo potrudite možda se čak doimate i autentičnim.



Slike 10. i 11. Balenciaga proljeće/ljeto 2021 i Balenciaga jesen/zima 2023/2024

Posljednji presedan koji se dogodio u sferi brendiranja je postavljanje Pharrella Williamsa, inače glazbenika i glazbenog producenta na kreativno čelo Louis Vuittona. Louis Vuitton brend je koji već godinama predvodi industriju po pitanju poslovnih odluka baš kao što Prada predvodi u dizajnu. LVMH-ova odluka da na čelo postavi celebrityja, koji doduše jest poznat po vrlo osobitom modnom stilu, korak je bliže prema homogenizaciji tog konkretnog brenda i modnog brenda kao pojma. U McDonald'su je sve gotovo istog okusa i kada netko ide jesti u McDonald's ne ide tamo po nešto konkretno, već doslovce ide jesti *McDonald's*. Modni su brendovi do nedavno uspjeli izbjeći potpuno zamršenje i homogenizaciju svojih proizvoda čineći ih posebnima, ali i predstavljajući ih na taj način. Sada doslovce idu ka plasiranju brenda, slike, lifestylea. Takva se homogenizacija može vidjeti i u glazbi. Tek nekolicina umjetnika podrazumijevaju se onima tko jesu. Pop i rock glazba još teže tom izričaju, dok se elektronička glazba potpno svodi na žanrovsku amalgamaciju zvukova. Dakle, nije bitno tko radi glazbu, već da ona ima određen set zvukova. Glazba sa sobom više ne nosi poseban lifestyle. Baš kao što

odjeću kodira boja i oblik, a ne nužno namjena. Potrošač traži *vibru*, oblači se kao da slaže editorijal, ne privlači ga konkretan proizvod.

2.2. Prije protagonistice

Kao jedna od preteča i predaka protagonista vrlo je važan dendi koji se svojevremeno ukazuje kao svojevrsni ideal. Ključna zajednička točka dendija i protagonista jest mijenjanje površine, no dok je dendi u pravilu blaziran, za protagonista je poželjno da proživljava emocije. Možda ih karikira ili banalizira u nekoj mjeri kako bi ih prenio svojoj publici, no dubina koja dendiju izostaje zbog prečvrstog kalupa u koji se mora uklopiti, kod protagonista je jedan od glavnih odrednica. Diješe performativnost, a sa šetačem diješe i javni prostor. „Ono što je modi dendi, umjetnosti je šetač“⁹, tumači Benjamin. No, gdje je Benjaminov šetač promatrač odvojen od društva, individualac koji je otuđen u urbanom prostoru, protagonist ovisi o prolaznicima i bez njih on ne postoji. Njegov je grad, baš kao situacionističke geografske karte, fragmentiran; dadaistički raskomadani i ponovno složeni i montirani po potrebi. Tamo gdje grad nalaže svoja pravila protagonist se, opet situacionistički, prilagođava da bi se uklopio ili istaknuo. Poput šetača shvaća da je svako razdoblje tek prolazni spektakl, no ovaj ga prihvaća objeručke jer ne zazire od sudjelovanja. On ionako sudjeluje i gleda u isto vrijeme jer je tijekom brojnih reinvenција savladao sposobnost gledanja sebe u trećem licu, a prostranstva spektakla su mu prirodno stanište jer u njemu sudjeluje na obje fronte – uživo i online. Ako se dendi rodio u Londonu, a šetač u Parizu, protagonist se rodio u New Yorku. U New Yorku Prijatelja, Willa i Grace, Seksa i grada i Seinfelda. U hiperrealističnom New Yorku koji je skeniran i mapiran filmskom kamerom i u kojem svaki kutak i trenutak ima potencijala biti romantiziran ili već jest. Protagonistica šeta gradom da bude viđena, ne da vidi. *Paparazzi* i *street style* fotografija su njezine estetike.

⁹ W. Benjamin - The Arcades Project, 1982: 11



Slika 12. Naslovnica albuma „Crystal Castles“ istoimenog benda, 2008.

2.3. Model i performativnost

Kao jedini alat kojim se model služi, tijelo je u posljednje vrijeme doživjelo svojevrsnu renesansu. Naime, početkom tisućljeća, u modnoj se industriji javio fenomen koji je kritika nazvala „Pradinim efektom“. Nakon supernove supermodela u devedesetim godinama prošlog stoljeća kada su amazonke poput Naomi Campbell, Linde Evangeliste, i Christy Turlington zajedno s nekolicinom modela čija su imena bila dovoljno poznata da u referencama na njih nije bilo potrebe spominjati njihova prezimena harale pistama, manekenka je bila vrckava, zdrava i nadostižna. Industrija se konačno zasitila američkog standarda i okrenula se onome što je ubrzo postalo sinonimom visoke i pariške mode generalno – izduženo, mršavo tijelo izvučeno ravno iz portfolia *couturiera*. Naime, Miuccia Prada istovremeno je vratila dizajnera na mjesto ispod reflektora i zajedno s ručkovima modela u spiralu WC školjke povukla samopouzdanje i jedinstvenost milijuna djevojaka te promijenila standard ljepote pretvorivši svoje piste u bezlične kilometarske redove hladnih, izglednijih, distanciranih modela istog izgleda, visine i boje kože. Ubrzo su isto učinili Calvin Klein, Jil Sander... Odjeća i dizajnerska kreativnost vratile su se u središte pozornosti, a tijelo ih je trebalo pratiti. Ovdje dolazimo do višeznačja riječi model. Njezino prvo značenje odnosi se na sam model odjevnog predmeta u krojačkom, tehničkom smislu, drugo označava materijalizaciju i reprezentaciju ideje koju moda predstavlja; fantaziju, a treće koje se iskristaliziralo nakon fenomena Pradinog efekta odnosi se na primjer koji valja pratiti ili imitirati; lifestyle. Model kao takav postaje, posebno kada je riječ o mlađim generacijama koje još nisu svjesne efemernog karaktera standarda ljepote, alat kojim se stvara šablona za sliku vlastitog tijela. Svojevremeno, to je tijelo bilo apsolutno podvrgnuto pravilima dizajnerskog genija čija kreativnost nema granica kada lutka koju oblače prati istu logiku kao skica u portfelju, no kada je priča obrnuta, zadatak je ipak malo teži.



Slika 13. Prada proljeće/ljeto 2016

Danas većina dizajnera stavlja modele u ulogu statista, no neki od njih nadilaze granice univerzalnosti kultom ličnosti koji su stvorili oko sebe. Supermodel na pisti, makar imao zadatak jednak ostalima, se uvijek prepoznaje i izvan narativa koji mu je zadan, a njegova se epopeja piše u stvarnom vremenu pred očima društva spektakla. Poveznica između montaže i suvremene mode očituje se kroz kulturu spektakla. Moda je od kraja 20. stoljeća do danas na društvenu i umjetničku scenu donijela niz inovacija. Modne revije više ne pripadaju prezentaciji proizvoda kao što je bio običaj u prvim desetljećima 20. stoljeća — one sada postaju performativni događaj. Jednako kao i film, moda koristi šok kako bi izazvala emocije kod gledatelja ili sudionika na predstavi ili modnoj reviji.¹⁰ Lagerfeldov Chanel supermarket ili Viardina barka La Pausa, primjerice, idu korak dalje od teatralnog u simulaciji stvarnosti, a svi modeli koji se pojavljuju na elaboriranim pistama su potpuno zamjenjivi, samo u ovom slučaju ne ukazuju isključivo na odjeću, već i na set nalik onom filmskom, a samim time i na simulaciju ili, kako to dizajneri i urednici često vole reći, fantaziju lifestylea.

¹⁰ Ž. Paić, K. Purgar - Teorija i kultura mode, 2018::266

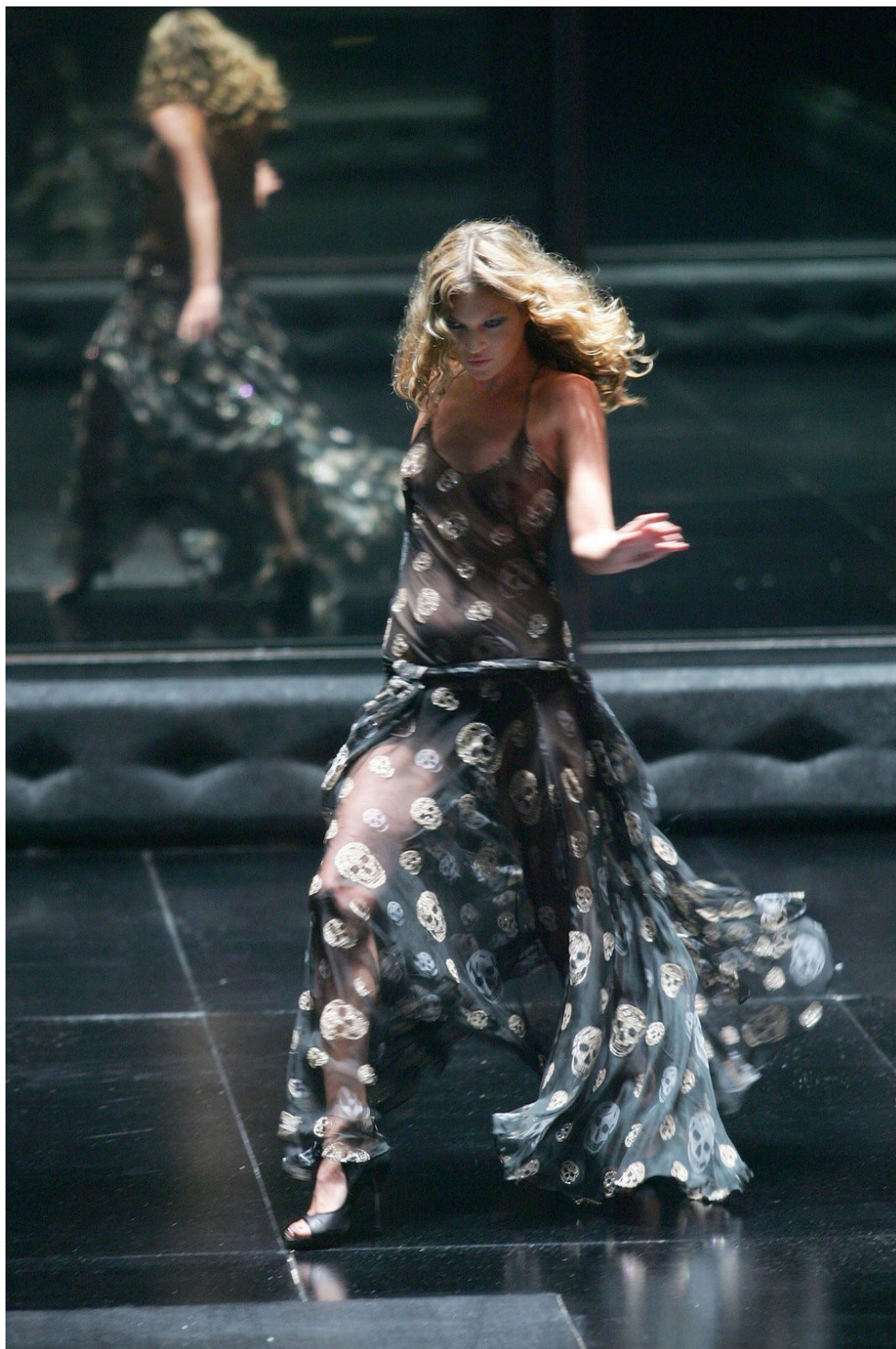


Slika 14. Chanel cruise 2019

Da je revija film, modeli bi bili tek statisti, a uloga protagonista nepostojeća. Chanel se, na kraju krajeva, niti ne želi ograditi od široke publike stvarajući prekonkretnu Chanel djevojku. Ona je, baš poput lica s naslovnice, struktura ili gotovo univerzalni dio slagalice koji se može uklopiti u fragmentirani identitet gotovo bilo kojeg individualca. Calefato nastavlja kako je upravo time što ta djevojka, koliko god bila univerzalna i lišena vlastite individualnosti, više ne ukazuje samo na komad odjeće, već na cijeli novi svijet. U režiji Stevena Meizela njegova se muza, Linda Evangelista pretvara u ikone zlatnog doba filma i njezin se styling na pisti – od kose, preko šminke, do odjeće – često naizgled referira na to razdoblje bez obzira je li kolekcija inspirirana njime, no ta je referenca ustvari izbrisana i njezini se platinasti uvojci više ne referiraju na ništa, nadilaze logiku i definiraju ju u širem kontekstu od same revije. Stoga nije čudno da dizajneri prave kompromise ne bi li, osim svojeg dizajna, prikazali i njezin šetajući performans kada god imaju priliku surađivati s njom. Za svakog dizajnera Evangelista izvodi drugi performans i nije

usidrena niti u jednom identitetu, baš kao što Fischer-Lichte opisuje Marinu Abramović¹¹. Njezinu kameleonoliku i performativnu sposobnost prepoznao je i Galliano - uz njega je stvorila slike toliko nalik filmskima da su nadmašile modnu ikonografiju. Za Dolce & Gabbanu ona se pretvara u senzacionalnu Annu Magnani ili Ginu Lollobrigidu, za Versacea je nedodirljiva glamazonka i tako dalje. S druge strane, Kate Moss je Kate Moss i na Jacobsovoj i na Pradinoj pisti i svaki put igra protagonističku ulogu misteriozne, drugačije djevojke. Iako nije plesačica, svejedno se nalazi u toj ulozi u antološkom „The Black Showu“ posvećenom McQueenovom opusu. U tom trenutku njezina izvedba ne ukazuje samo na odjeću, više ne ukazuje niti samo na simulaciju, već je znak koji označava s jedne strane nešto iz stvarnog svijeta, tj. vrlo bitnu McQueenovu poziciju u svijetu mode, ali i samu sebe kao McQueenovu muzu te kao jednu od protagonistica mode koju želimo vidjeti u svim mogućim modnim fabulama. Iako prema Fischer-Lichte ta izvedba nebi bila umjetnički performans, neminovno u sebi ima nešto iskonski performativno. Modni performans u punom smislu te riječi, naime, zahtijeva protagonista ili njegovog srodnika u umjetnosti performansa.

¹¹ E. Fischer-Lichte - The Transformative Power of Performance, 2005: 25



Slika 15. Kate Moss u „The Black Showu“, Alexander McQueen 2015.

Za zaključiti je da modni performans, za razliku od umjetničkog, ne bježi od reference. McQueen se, primjerice u klimaktičnom trenutku kolekcije proljeće/ljeto 1999., sa završnim performansom Shalom Harlow, intermedijalno referira na njezinu baletnu pozadinu uputivši ju da improvizira baletne pokrete i stavivši ju u ulogu umirućeg labuda iz Čajkovskog „Labuđeg jezera“. Izvedba kao takva, osim toga, ima kvalitete koje Paić u eseju „Događaj i razlika“ karakterizira avangardnima: „Paradoksalna je misija povijesne avangarde: ona istodobno otvara vrata beskrajnome napretku znanosti i tehnike te slavi praiskonski kaos života.“¹² Naime, McQueen ovim performansom potvrđuje čovjeka, točnije Shalom Harlow konkretno, stavivši ju zajedno sa njezinom poviješću i općim mjestom u kulturi (baletom „Labuđeg jezera“) u odnos sa industrijski stvorenom cjelinom, tj. robotima koji interveniraju po njegovoj kreaciji. Kao što je Galliano dizajnirao haljinu baš za Evangelistu, McQueen je osmislio performans baš za Harlow.

Schechner ukazuje na nedefiniranu prirodu termina performativnosti tumačeći kako se pojavljuje posvuda – u svakodnevici, na internetu, u medijima, u umjetnosti, na poslu i u jeziku. U kontekstu mode, osim onoga što bismo bez razmišljanja nazvali performansom ili mu pridodali kvalitetu performativnosti, poput performansa na pisti ili pretvaranja života u performans, posebno je zanimljiv utjecaj modela na performativnost u individualčevoj svakodnevici¹³. Naime, neporecivo je da slike čuvenih modela potiču na refleksiju, samim time na mijenjanje habitusa te shodno tome svojevrsnoj indoktrinaciji o performativnosti u svakodnevnom životu. Slika pretjerane geste kojom putem modela dizajner dokazuje misaonu poantu postaje, primjerice na Instagramu, trendi poza za *selfie* koji se ne referira na njezin original već je enta kopija kopije i širi se brže od materijalnih proizvoda koje isti dizajner nudi zbog svoje dostupnosti. Tako fotografijom uhvaćena performativnost nekog modela posredno utječe na performativnost individualaca iz široke mase koji kultiviraju svoje habituse i lifestyleove uklapajući dijelove te slike u svoj identitet. Dvosjekli mač ovog fenomena je taj što u jednu ruku dobijamo ogromnu slobodu da činimo što želimo bez pritiska velikih organizacija koje su do relativno nedavno dijelile šablonu identiteta koja je odjednom nestala, a s druge strane upravo nas nestanak čvrste ruke režima pretvara u ringišpil persona čiji znakovi besciljno lebde u eteru između označenog i

¹² Ž. Paić, "Događaj i razlika. Performativno-konceptualni obrat suvremene umjetnosti", *Filozofska istraživanja*, vol.33, br. 1, str. 5-20, 2013. <https://hrcak.srce.hr/101667>. Od 18.07.2023.

¹³ R. Schechner, *Performance Studies: An Introduction*, 2002: 123

označitelja. Upravo je taj fenomen stvorio plodno tlo za novu perspektivu i nišu u evoluciji modnih arhetipa.

Protagonističina je misija sebe pretvoriti u spektakl i potaknuti publiku koju svakodnevno sama pronalazi u obliku prolaznika na ulici da proces odijevanja prepoznaju kao metamorfozu suvremenog subjekta u modni objekt koji je u svakom trenutku u performansu. Istražuje utjecaj koji moda ima na pretvaranje tijela u živuću sliku koja namjerno odudara od identiteta svog nosioca. Odbacuje postavku mode kao jezika kojim se komunicira vlastiti ukus i predstavlja ju kao plodno tlo za eksperiment i hipotetsko razmišljanje. Paradoksalno, to ju čini autentičnom. Debord je utvrdio da je kapitalizam u vremenu kada ga je on sagledavao bio u stadiju prelaska is paradigme posjedovanja u paradigmu pojavljivanja i da svako posjedovanje odjednom mora biti motivirano nekom vrstom pojavnosti. tj. ne kupujemo stvari jer nam trebaju, već ih kupujemo da bismo se prikazali u određenom svjetlu. Kapitalizam nas, prema njemu, ohrabruje da postanemo opsjednuti slikom i pojavnošću ponad svega. No, Debord tvrdi da nam spektakl nije nametnut po principu kakve uvjetno rečeno trickle down teorije iz viših slojeva društva, već je cijelo društvo uronjeno u njega.¹⁴ Nisu samo političari i reklame oni koji radije komuniciraju sliku prije neke korisne informacije, već smo svi takvi. Društvene mreže su kurirane galerije autoportreta u kojima se prikazujemo sretnima, ispunjenima i uspješnima i valja priznati da se, češće nego bismo to voljeli, prikazujemo takvima umjesto da zaista potražimo iskustva koja bi nas takvima činila. Novi mediji i moda postoje u takvoj simbiozi gdje simuliraju sve što možemo zamisliti predstavljajući nam tako šablone lifestyleova i brojnih djelića identiteta koje valja uklopiti u svoj vlastiti.

2.4. Glossy habitus

Po prvi put u povijesti, doista se izražavamo putem mode. Ona više nije samo naznaka društvenog statusa, već i kod kojim komuniciramo osobni habitus o kojem piše Bourdieu, a onda još uže vezano uz modu i Svendsen. Identitet je jedan od seminalnih koncepata za opisivanje funkcije mode. Moda prema Svendsenu pridonosi oformljavanju identiteta. Suvremeni identiteti podvrgavaju se problematici i više se ne uzimaju zdravo za gotovo. Ta je problematika vezana uz

¹⁴ G. Debord - Society of the Spectacle, 1967: 198

samoostvarenje.¹⁵ Samoostvarenje je oslobođenje od okova sudbine. Sudbina kao koncept provlačila se tisućljećima kroz ljudsku povijest kao esencijalno nepromijenjiv životni tok koji je zapao svakog pojedinca. Ovdje ne možemo govoriti o individualcu jer se pojam individualizma pojavljuje mnogo kasnije, tek prije par stotinjaka godina kada smo se počeli gledati kao jedinstvenima. Jedinstvenost se nalazi u jezgri protagonistice. Njezina nezamjenjivost ono je što ju ne samo čini – očito – posebnom, već i glavnom ulogom svoje, a ponekad i ostalih priča. Llewelyn Negrin tumači kako je postmodernom društvu izgled s vremenom zauzeo centralnu poziciju kada je riječ o stvaranju individualnog identiteta¹⁶. Od pojedinca se, tvrdi Negrin, očekuje da izvodi rituale održavanja i poboljšavanja izgleda i zdravlja te kako se manjak discipline dotjerivanja izjednačuje s manjkom morala. Uspoređuje postmodernu ustrajnost s brigom o karakteru koji je oblikovao vrijednosti devetnaestog stoljeća.¹⁷

Jezik se može definirati kao konvencionalni sustav znakova, a u dvadesetom stoljeću, kada je Barthes provodio dublje istraživanje značenja znakova u modi njezin je vokabular već bio iznimno bogat. Moda se već odavno odvojila od odijevanja, a uz informacije koje su tijekom povijesti komunicirali konvencionalni motivi šminke, ukrasa, modnih dodataka, boje i oblika koji daju doznaja o spolu, dobi, bračnom statusu, socioekonomskom stanju, nacionalnosti, profesiji ili pripadnosti određenoj religijskoj skupini, postali su i nositelji istančanijih informacija o svjetonazoru, političkom opredijeljenju, seksualnoj orijentaciji, raspoloženju, ukusu i stilu života koji u razdoblju postmoderne nadilazi, u marketinškom smislu, ulogu niše kojoj se obraća neki modni brend i postaje fantazija koja se prodaje putem odjeće, cipela, parfema i modnih dodataka. U analizi modne fotografije Barthes pronalazi ženu u ulogu:

„Unutar ovog znakovitog dekora, žena kao da živi ulogu nositeljice odjevnog predmeta. Časopis sve više zamjenjuje inertnu prezentaciju odjevnim predmetom na djelu označitelja: subjektu se osigurava određeni tranzitivni stav; barem prikazuje spektakularnije znakove određene tranzitivnosti: ovo je "scena." Ovdje moda ima tri stila na raspolaganju. Jedan je objektivni, doslovan; „putovanje“ je žena koja se saginje nad autokartom; „posjetiti Francusku“ znači osloniti se laktovima na stari kameni zid ispred vrtova Albi; „majčinstvo“ je pokupiti djevojčicu grleći je. Drugi stil je romantičan, pretvara scenu u naslikano; „festival bijelog“ je žena u bijelom ispred jezera omeđenog zelenim travnjacima, na kojoj

¹⁵ L. Svendsen - Fashion, 2006: 137

¹⁶ L. Negrin - Appearance and Identity, 2008: 18

¹⁷ Featherstone, 1991a, 187-93 prema Negrin, 2008, 9

plove dva bijela labuda ("Pjesničko priviđenje"); Noć je žena u bijeloj večernjoj haljini koja u rukama drži brončani kip. Ovdje život dobiva jamstvo umjetnosti, plemenite umjetnosti dovoljno retoričke da se može shvatiti da glumi ljepotu ili snove. Treći stil doživljene scene je ruganje; žena je uhvaćena u zabavnom stavu, ili još bolje, komičnom; njezina poza, njezin izraz su pretjerani, karikaturalni; pretjerano širi noge mimeći čuđenje do djetinjarije, igra se sa zastarjelim dodacima (stari auto), dizalica podignuta na pijedestal poput kipa, šest šešira naslaganih na glavi, itd.: ukratko, ona se čini nestvarnom zbog ismijavanja; ovo je "ludo", "nečuveno".¹⁸

Nadalje sugerira da „uzmemo sljedeći izraz: Žene će skratiti suknje do koljena, prihvatiti pastelne karo i nositi dvobojne salonke.“¹⁹ Ton kojim se modni časopis obraća, osim onog koji nalaže sam brend časopisa, modu predstavlja kao da je već unaprijed odlučena, tako se efektivnost te upute prenosi direktno na sliku. Kao da je napisana, slika nam se obraća u futuru prvom ili imperativu i sugerira simulaciju modelovog govora tijela. Korak dalje to čini modni video koji od modela čini avatara ili ga pretvara u doslovnog avatara ostavljajući prostora da se uživimo u njegovu ulogu. Moda je tako sama stvorila protagonisticu.

Nayar naglašava estetizaciju kao glavni aspekt lica koje se javlja u javnosti. Estetizacija je povezana uz tehnologije snimanja i fokusira se na vizualni aspekt osobe. Estetska privlačnost događa se u oku, te vizualno postaje centralno. Estetizacija uključuje pitanje ukusa, ljepote i mode. Zvijezda se mora uklopiti u novi idiom ukusa iako je ona koja postavlja trendove u ukusu. Ovo je paradoks celebrity kulture. U jednu ruku zvijezdana estetika mora biti istinski chic i privlačna da se ne nađu na listi loše odjevenih, a u drugu moraju pomicati granice mode i započinjati trendove koji bi trebali biti uzor emulacije, uvijek u riskantnoj poziciji. Moda je ovdje ključni element u konzumerističkoj kulturi. Modna revija i njezini modeli, osvjetljenje, glazba i publika, sve s visokim kvocijentom glamura, očiti je spektakl gdje se spajaju ukus, potrošač i zarada. Ta tijela – mnoga od kojih postižu status slave – dobijaju savršenu platformu za uzdizanje. Ono što je bitno je da se postigne *cool* ili *sexy* izgled²⁰. Ta je estetika vrlo utjecajna i kada je riječ o protagonistici. Naime, ne mora svaka protagonistica sanjati da će jednog dana biti poznata, možda se čak niti ne bavi zanimanjem koje će joj to omogućiti, no kada izvodi svoj hodajući performans pred urbanom publikom na ulici tada mora poštivati pravila i govoriti vizualnim jezikom koji će njezina publika, bilo da su to šetači ili drugi protagonisti, iščitati.

¹⁸ R. Barthes - The Fashion System, 1967: 43

¹⁹ R. Barthes - The Fashion System, 1967: 120

²⁰ P.K. Nayar - Seeing Stars, 2009: 73-74

2.5. Tko je protagonist/ica?

Foucault o samoostvarenju izjavljuje za Rabinowa: „Ono što me intrigira jest činjenica da je u našem društvu umjetnost postala nešto što je povezano samo uz objekte, a ne i uz individualce i život. Da je umjetnost rezervirana za nekoga tko se za nju specijalizirao ili za nekoga tko je ekspertni umjetnik. Ne može li svačiji život postati umjetničko djelo?“ i dodaje da „Iz ideje da nam jastvo nije dano, mislim da postoji samo jedno praktično rješenje: moramo stvoriti sebe kao umjetnička djela. U njegovim analizama Baudelairea, Flauberta i drugih zanimljivo je vidjeti da se Sartre referira na proces kreacije određenog djela kao određeni odnos prema sebi koji ima formu autentičnosti ili neautentičnosti. Ja mislim da je suprotno: ne trebamo vezati nečiju kreativnu radnju uz ono što on jest već njegovu vezu prema sebi treba mjeriti prema kreativnoj radnji s kojom se on povezuje.“²¹

Askeza na koju se Foucault referira podrazumijeva da individualac neprestano radi na sebi kako bi postao gospodar nad samim sobom. Ovdje se individualac pojavljuje kao konstrukcija, ali konstrukcija koja ima sposobnost konstruirati samu sebe. U istom intervjuu Foucault izražava svoju cijeloživotnu težnju za promjenom sebe. Ovdje se, naravno, referira na lifestyle kao konstantnu promjenu jer je za zaključiti kroz njegova ostala djela da se njegov karakter ne mijenja tako brzo i da se to „ja“ o kojem govori ne odnosi na njegovu srž. Lifestyle je alat za stvaranje sebstva, a on, kako tvrdi Svendsen može sadržavati i etički i estetski aspekt.²²

Ponukana nedostižnim obećanjima u mladosti, protagonistica je odrasla u svijetu koji ju je uvjeravao da je sve moguće, da smo svi posebni i da svakog od nas čeka zvjezdana sudbina, samo ako se dovoljno potrudimo da otključamo u sebi ono što nas čini posebnijima od drugih u nekom određenom aspektu. Takav ideal, dakako, produkt je kapitalističnog uređenja, a obećanja o slavi, novcu i jedinstvenosti su propaganda koja mu daje lažnu duhovnu stranu. Protagonistica ispunjava svoju želju za posebnošću kroz performativni dio spektakla preuzimajući glavnu ulogu i preuzimajući manire, rekreirajući živote drugih glavnih uloga. Hošić prenosi Kellnerov zaključak: „Za njezine ljubitelje Madonna je ultimativna pop ikona i uprizorenje modnog

²¹ M. Foucault – Ethics, subjectivity and truth, ed. Paul Rabinow, 1994: 282

²² L. Svendsen - Fashion, 2006: 177

identiteta, a što pak proizvodi legije wannabe-kopija koje je pokorno imitiraju u njezinim modnim stavovima.²³ Madonnu se prikazuje kao školski primjer postmodernog subjekta koji se podvrgava reinenciji iz krajnosti u krajnost. Madonnin pristup uključuje veoma pažljivo iskorištavanje vlastitih snaga od kojih je najvažnija sposobnost kombiniranja glazbe, plesa, kazališta i vlastitog imidža. Nikada ne kompromitira svoju umjetničku ili profesionalnu neovisnost niti predaje kontrolu nad svojom karijerom. Pokazala je impresivnu sposobnost obnavljanja svog imidža i privlačnosti. Od glam-rocka, preko holivudskog glamura pedesetih godina dvadesetog stoljeća u stilu Marilyn Monroe, ranih devedesetih godina inspiriranih pornografijom, visoke mode sredinom 90-ih te produhovljenim imidžem krajem istog desetljeća, disko izgled povezan uz „Confessions on a Dance Floor“, pa sve do standardnog izvođačkog kabareovskog imidža koji njeguje danas. Brojne stilske promjene, barem ako je suditi po njezinoj glazbi, nisu bile tek površinske smjene maski već naučene lekcije i poruke koje su odzvanjale generacijama, a niti danas nisu zastarjele. Emocionalno, protagonist obično doživljava negativne poznate obrasce življenja. Osjeća da mu više nije mjesto u sivilu, iscrpljen mjestom, emocionalno zarobljen okolinom. Emocionalna želja vezano uz ovu negativnu situaciju izričito navedeno ili implicitno nagoviješteno, postavljaajući središnje pitanje vezano uz emocije: njegova emocionalna potreba. Ova potreba ima univerzalnu vrijednost; može se odnositi na svakoga, u bilo kojoj situaciji. Želja za univerzalnim iskustvima nedvojbeno dovodi do simulacije. Osim u umjetnicama, scenarije za simulaciju da se pronaći i u takozvanim *it* djevojkama.

²³ Ž.Paić, K. Purgar – Teorija i kultura mode, 2018: 132



Slika 16. Madonna, naslovnica albuma *Confessions on a Dance Floor*, 2009.

2.6. It djevojka

U dokumentarnom filmu „Antonio Lopez 1970: Seks, moda i disco“ Jamesa Crumpa iz 2017. saznajemo kako je sintagma po šabloni *nećija djevojka* postmodernistički izum koji se počeo koristiti krajem šezdesetih i početkom sedamdesetih godina prošlog stoljeća kada su, primjerice, Andy Warhol, Antonio Lopez, Karl Lagerfeld i Yves Saint Laurent okupili svaki svoju svitu koje su ih vjerno pratile po najdekadentnijim zabavama na kojima se odvijao život društvene scene. Warholova je „Tvornica“, doduše, bila mnogo raznolikije igralište koje nisu okupirale samo djevojke, pa stoga Warholove djevojke kao takve ne postoje, no trojica potonjih bili su poznati po tome da se svugdje pojavljuju s pregršt prekrasnih djevojaka. Razlog je bio taj što su bili usko

povezani s modom, pa su se okruživali muzama koje utjelovljuju za svakog od njih poseban oblik ljepote sa zajedničkim nazivnicima osobe ženskog spola i vitke figure. Tijekom vremena se ta sintagma iz nadimka iz milja pretvorila u ono što Žarko Paić naziva komunikativni medij koji tijelo pretvara u živu sliku mode kao osobnoga stila, to jest od svojih sudionika stvara puke trendsetere i nosioce neke marke koji ju predstavljaju kao životni stil.²⁴



Slika 17. Halston i Halstonettes

It djevojka drugi je iznimno bitan fenomen u genezi protagonisticke. *It* djevojke od svog početka zauzimaju medijski prostor sažimajući postojeće i stvarajući nove standarde ljepote i modne trendove. Španjolska teoretičarka mode Patrizia Calefato citira francuskog esejista Rolanda Barthesa koji ukazuje na to da je „lice s naslovnice paradoks: s jedne strane ono je utjelovljenje vrijednosti apstraktne institucije, a s druge, ono je lice individualca. Njegova uloga nije estetska i

²⁴ Žarko Paić – Vrtoglavica u modi, 2007: 25

njegov zadatak nije da bude lijepo, već da stvori opće mjesto, strukturu. Za zaključiti je da je lice s naslovnice, kao i ostatak tijela, ničije te je ovdje u ulozi znaka koji ukazuje na komad odjeće koji nosi.“²⁵ Američka manekenka Cindy Crawford je 1991. za Peterov Lindbergov film „Models: The Film“ izjavila da ih (referirajući se na sebe i svoje kolegice) „žene vide na naslovnicama i žele izgledati poput nas, ali ne znaju da ni mi ne izgledamo tako, to je slika za koju je zaslužan cijeli tim.“

Što čini *it* djevojku? Eufemizam *it* je nemoguće definirati. Kvaliteta, karizma ili iskra kojom se ističe i utjelovljuje nešto u svom vremenu. Ona sadrži set estetskih i etičkih vrijednosti koje utjelovljuju kulturu u kojoj se nalazi. Generacijama, *it* djevojka dijeli zajedničke nazivnike svojih preteča: smioni modni stil, hrabrost da koristi svoj glas i personu koja nadilazi njezin rad što ponekad dovodi do pitanja jeli poznata smo da bi bila poznata. Rudyard Kipling piše kako „nije to ljepota, niti ugodan razgovor, to je jednostavno *it*. Neke će žene ostati u sjećanju muškarca iako su samo jednom prošetale ulicom.“²⁶ Termin se pojavio u obliku kakvog ga danas poznajemo krajem 20-ih godina prošlog stoljeća u romanu „It“ i druge priče“ američke spisateljice Elinor Glyn koja ju opisuje kao kombinaciju *ingénue*²⁷ i *femme fatale*.²⁸ Popularnim ga je učinila ekranizacije romana sa Clarom Bow, protagonisticom nijemog filma „It“ o mladoj prodavačici koja se uzdiže po društvenoj ljestvici uz pomoć muškaraca koji u njoj vide nešto posebno.

Clara Bow je bila utjelovljenje američkog doba jazza i tako je postavila standarde za svoje nasljednice poput Paris Hilton koja je svoju personu stvorila kao karikaturu konzumerizma 2000-ih, glamuroznu Marilyn Monroe i Kate Moss, ikonu mode 90-ih koja je u modu vratila nešto što se nije vidjelo od vremena Twiggy. *It* djevojka je svojevrсни putokaz i zrcalo vremenu u kojem se nalazi kultura. Često se pojavljuje niotkuda i postaje slavna preko noći, a često je takva priča samo mit. Cunningham piše kako se „mit ne bavi činjenicama, već obrascima i analogijama koji otkrivaju našu ljudsku situaciju“. Taj je mit vrlo bitan dio njezine mističnosti i enigmatične privlačnosti još od njezinog začetka. Neizreciva kvaliteta koja ju ispaljuje u zvijezdane visine podložna je kulturnim mijenama: Kate Moss je hedonistica koja odražava rast optimizma

²⁵ P. Calefato – *The Clothed Body*, 2006: 74

²⁶ R. Kipling - *Mrs. Bathurst*, 1904:05

²⁷ Fr. Bezazlena nesofisticirana mlada žena, posebice u predstavi ili filmu

²⁸ Fr. Privlačna i zavodljiva žena, posebno ona koja je sklona stvaranju nevolje i katastrofe muškarcu koji se upliće u vezu s njom

britanske nacije u 90-ima, a Paris Hilton materijalistica koja je započela priču o slavi radi slave. Njezina persona ponovno je uvela šašavu plavu djevojku à la Monroe, ovaj put s probijanjem četvrtog zida i humorom na vlastiti račun te predstavila reality televiziju i povlačila se po tabloidima više no ikoji celebrity. To su u principu i bila njezina dva medija. Njezina direktna nasljednica, Kim Kardashian revolucionirala je tijelo i stavila veliki naglasak na izumljivanje sebe, *hustle* kulturu i rad općenito nasuprot nasljeđenom bogatstvu. It djevojka je izmjereni puls društvenih trendova. Svendsen tumači kako je današnji lov na samoostvarenje možda najjasniji izraz za to koju vlast individualizam, dakle pojedinac kao ideologija, ima nad nama.²⁹ Čime *it* djevojka pridonosi kulturi i što ju čini tako zanimljivom? Uzmimo za primjer Edie Sedgwick koja je doslovce utjelovila pop kulturu 60-ih postavši muza Andyja Warhola i lice pop art pokreta.



Slika 18. Clara Bow u *It*, 1927.

²⁹ L. Svendsen - *Fashion*, 2006: 168

U igranoj biografiji naslovljenoj „Factory Girl“ (2006) Hickenlooper je odao počast muzi jednog od najrevolucionarnijih slikara dvadesetog stoljeća, Andyja Warhola. Radnja igrane biografije narativnog stila odvija se u šezdesetim godinama prošlog stoljeća u New Yorku, a prati mladu studenticu, Edie Sedgwick (Sienna Miller), koja se odluči preseliti u New York i postaje glavna inspiracija Warholovih (Guy Pierce) filmova poput *Beauty No. 2*, *Poor Little Rich Girl* i *Horse*. Kroz 90 minuta pruža nam romantizirani uvid u Sedgwickin brzi uspon, pad, psihi, a na koncu i smrt. U filmu se također pojavljuje lik glazbenika (Hayden Christensen) čija je sličnost sa stvarnom osobom Boba Dylana navodno slučajna, također je sumnjiva i špekulacija da je pjesma *Like a Rolling Stone* posvećena samoj Sedgwick.



Slika 19. Glazbenik

Početna scena ujedno je i jedna od ključnih kojoj nas Hickenlooper vraća u drugoj polovici filma. To je scena Sedgwickinog sloma nakon nekoliko godina života u Warholovoj *Tvornici* u kojoj otkriva da zna da neće doživjeti 31. godinu života. Sedgwick trči niz ulicu, šminke razmazane od plakanja i neuredne, ošišane kose. Sljedeća scena početak je kronološke radnje filma i prikazuje Sedgwick kao mladu studenticu umjetnosti na Cambridgeu suprotstavljena iskorištenoj Sedgwick iz budućnosti. Studentica izgleda kao tipična školarka odjevena

britanskim *mod* stilom, dok je u budućnosti također tipično za navedeno doba odjevena u drugi ekstrem "nepristojne" djevojke, stil koji je razvila i proslavila sama. Isticanje njenog utjecaja na modu opravdanje je njenog statusa kao muze jednog desetljeća i filozofije jedne generacije. Muze su jedan od pokazatelja čežnji društva svoga vremena i stoga uživaju svoj status mezimca dok god predstavljaju sve što ljudi traže u sebi, a one im to pružaju izvodeći sebe.



Slika 20. Uvodna scena

Koliko je Warhol bio opčinjen Sedgwick, toliko je ona bila njime, pa je tako, da mu se približi, skratila i posvijetila kosu ne bi li mu bila što sličnija. Moguće je da je upravo zbog takvog načina izražavanja postala nepresušno vrelo inspiracije slikaru. Osim karikirane Warholove frizure postala je vična nošenju cipela niskih potpetica, najlonki, trikoa i prevelikih džempera, te je uvijek nosila teške naušnice nalik lusterima. Uskoro je takav izgled postao nešto po čemu se ona prepoznavala, a mediji pretvorili u trend. Naravno, takav je položaj koji je sa sobom nosio odgovornost i način na koji je njezin imidž često opisivani izazivali su skandale, no djevojke su svejedno obožavale i žudjele biti *Edie*. John A. Dunn u filmu je uspio kostimom glavne glumice dočarati sve od navedenog uhvativši duh subverzivne *it* djevojke.



Slika 21. i 22. Komparacija dva izgleda



Slika 23. Look koji je Sedgwickica popularizirala



Slika 24. Lik Andyja Warhola

Hrabrosti za izražavanje svoje individualnosti također joj je davao i sam Factory. Factory je bio Warholov studio u New Yorku koji je postao i glavno okupljalište *underground* kulturom očaranih istomišljenika poput benda Velvet Underground (kojima je Warhol bio menadžer), glumca Joea Dallesandra, i mnoštva drugih zagovornika pop arta. Zidovi *Tvornice* bili su obljepljeni aluminijskom folijom koja je postala tapeta, a također činila i dekor interijera u raznim oblicima. Tako je zaradila nadimak *Silver Factory* (Srebrna tvornica), Warholova djela koja je načinio u *Tvornici* spadaju u njegovu srebrnu eru, srebrnu kao tisak u srebru i srebrnu kao kino. Rekviziti za Warholova djela mijenjali su se na dnevnoj bazi, baš kao i društvo u studiju. Takvo okruženje u kojem se kreću kreativni ljudi otvorenih umova potaklo je, ne samo Sedgwick, već sve koji su bili dio toga kruga na devijacije iz stila svakidašnjice.

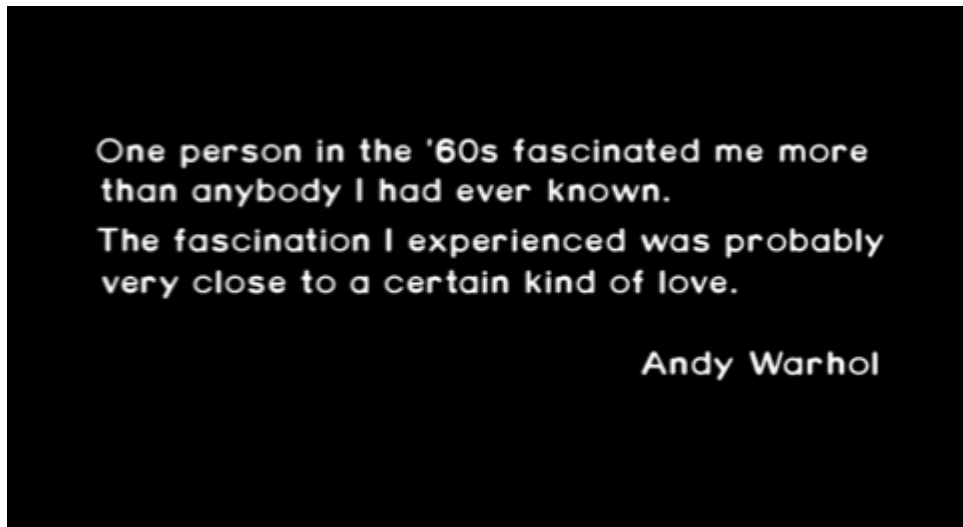


Slika 25. Warholov studio, *Factory*



Slika 26. Sedgwickin slom

Edie Sedgwick preuzima ulogu naratora i pokazuje nam svijet prividnog glamura, lažnih vrijednosti i slavu s druge strane. Sedgwick, ponesena sjajem i blještavilom Tvornice na kratko i živi život glamura kojem se nadala, no ubrzo se u njemu gubi i hvata se u zamku, te ka kraju završava kobno. Usprkos tužnoj sudbini Edie Sedgwick, svojim je postojanjem i pojavom zaslužila status prave muze i inspiracije, koliko god se suludo činila činjenica da je inspiracija jedne generacije bila djevojka slabog karaktera i loših prosudbi. Naravno, kao svaka muza, ona nebi postojala bez umjetnika koji joj se divi, pa je tako u neku ruku Warhol i zaslužan i kriv za sve.



Slika 27. Warholov citat na početku filma

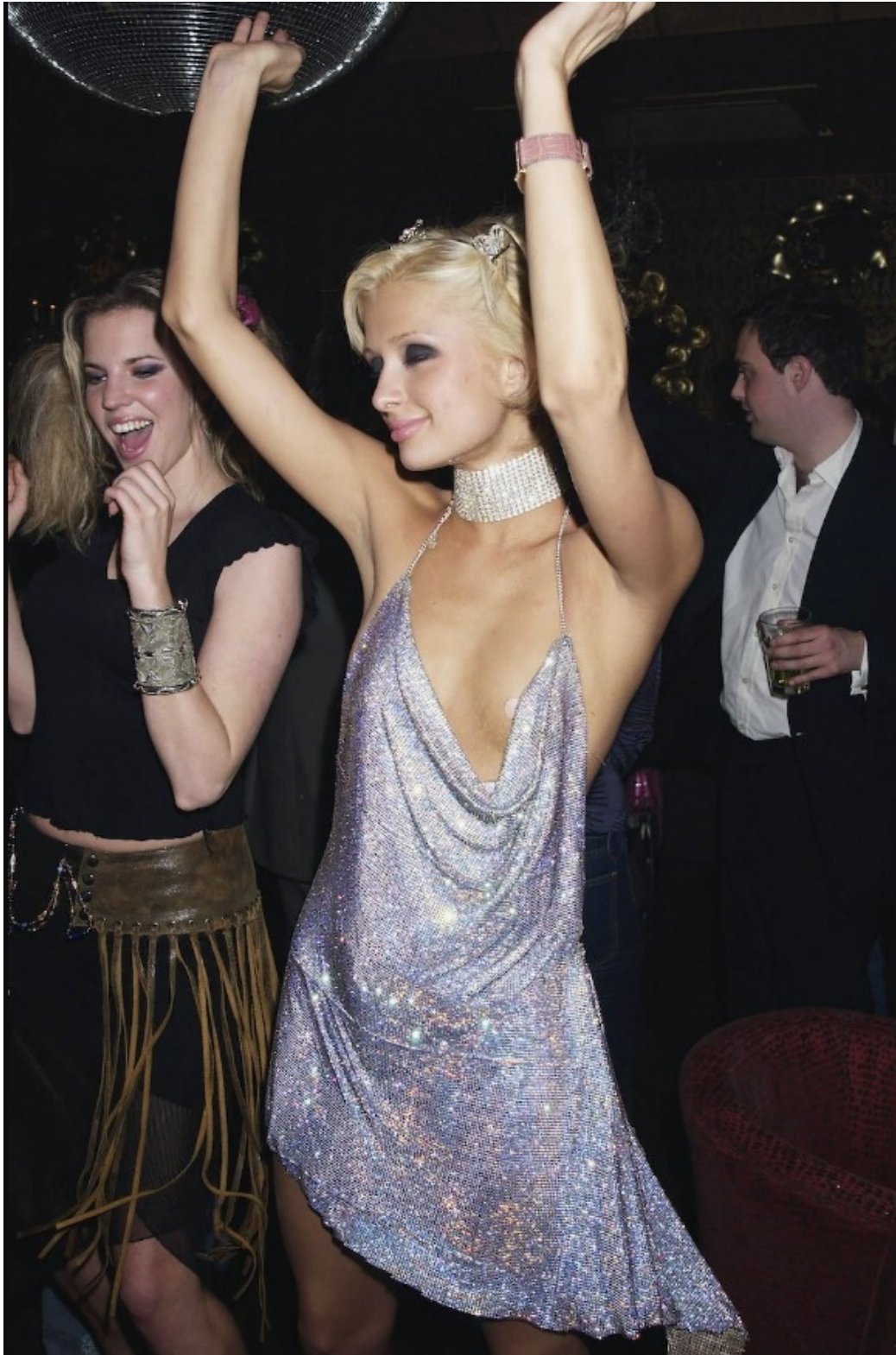
It djevojke su obožavane zbog toga što utjelovljuju kulturu, ali upravo zbog toga su i omražene. Kate Moss je reflektirala iste vrijednosti kao popularna glazba i filmovi devedesetih, no osim toga je služila i kao gromobran za tjeskobu društva postavši glavna nositeljica etikete heroin-chica, maskota za cigarete i dežurna narkomanka kako su 90-te odmicala kraju. Gerda Buxbaum u Ikonama mode XX. stoljeća tvrdi kako se grunge pokazao iznimno nepraktičnim zbog svoje

dobne ograničenosti do 25. godine starosti kupca i neozbiljnosti te je ubrzo nestao sa piste.³⁰ Kate Moss nije nestala s piste, ali je skupo platila kada se nije mogla dovoljno brzo ostaviti grungea. Kim Kardashian koja je u početku skupljala lovorike kao predvodnica promijene standarda ljepote iz mršavog prema oblijem tijelu, postala je glavni krivac u masovnim neuspješnim operacijama brazilskog podizanja stražnjice. Hilton se nekoliko puta i sama osvrnula na svoje šurovanje u stvaranju influencerske kulture koja se, kakva je trenutno, pokazala poražavajuća za sliku tijela. To je također razdoblje kada se slava demokratizira i kada it djevojka odlazi u online svijet da bi umrla. Naime preveliki priljev samoproglašanih it djevojaka i estetskih simulacija, kopija bez uzdržanih kvaliteta u obliku vlogerica i influencerica doveo je, ekonomskim riječnikom do inflacije i smanjenju u potražnji za njom. Dupliciranje je, kako piše Baudrillard, dovoljno da učini oboje umjetnim³¹ što pobija smisao *je ne sais quoi*.³² Influencerska kultura se temelji na poistovjećenosti. Jedna od karakterizirajućih kvaliteta it djevojke je ta što sve žele biti ona, a influencerice nemaju moć ekskluzivnosti već su primorane biti poistovjetljive. Iako je modna industrija isprva odoljevala tehnologiji novih medija, nove generacije dizajnera, ali i pobornika mode, brzinom su nadoknadili put kojim su njihovi prethodnici kaskali. Influenceri i blogovi su postali mjerodavni stilski vratari. Upravo su to samoprovane ikone koje se identificiraju sa vlastitim stilom s kojima protagonistica dijeli mrežni prostor i čijim se modnim postulatima i tabuima pokušava othrvati.

³⁰ Gerda Buxbaum – Icons of Fashion – 20th Century, 2005: 148

³¹ Baudrillard Jean, Simulacra and simulation 1994: 9

³² Fr. Kvaliteta koja se ne da opisati



Slika 28. Paris Hilton, 2002.

2.7. Digitalna protagonistica

TikTokov format kratkih videa ponuka na snimanje i montiranje vlastitih uradaka, a budući da je riječ o društvenoj mreži, glavna tema uradaka često su životi korisnika. Porobija tumači kako suvremena moda teži tome da bude spektakularna i teatralna, naši snovi postaju stvarnost kroz emocije koje ona uzrokuje,³³ a filmsku tehniku montaže pronalazi kao zajedničku točku mode i filma, ako ne i svih umjetnosti počevši od književnosti. Ovdje se montaža odnosi na jednu od temeljnih umjetničkih metoda varijacije na temu i alat kojim umjetničko djelo nadilazi dokumentiranje stvarnosti. Moda nadilazi funkcionalnost i u zadanom trenutku stvara svoju vlastitu, a na posljatku i našu zajedničku stvarnost. Moda je u evoluciji svojih bezbroj lica, nadišla nekoliko svrha te sada dizajnira pregršt likova koji u konačnici postaju dio naše stvarnosti putem fantazije koja se plasira kao lifestyle. Mnoštvo lifestyleova i njihova montaža na jedno tijelo bili su odlike postmodernog inkarnata mode dok suvremeno modno modno tijelo i sliku – ili bolje, sliku u pokretu – definira arhetip protagonistice. Montaža, uviđa Porobija, „može biti provokativna, može biti eksperimentalni laboratorij, iz glumca izvući potpun emocionalni naboj, promijeniti točku gledišta, može voditi fabulu ili joj diktirati ritam, stvoriti iluziju opasnosti kada je nema, uspostaviti podsvjesnu vezu s gledateljem.“³⁴ Gledatelj je zbog same prirode arhetipa protagonista naučen identificirati se s njime i iščitavati njegove uspone i padove u prenesenom značenju.

Trend *#maincharactersyndrome* započeo je 2020. kao kreativni izazov koji je ponukao korisnike da objave kratke videe estetiziranih svakidašnjih životnih situacija. Da bi se postigao željeni rezultat valja se staviti u glavnu ulogu u priči svog života, romantizirati obične trenutke te ih polu-ironično predočiti posebnima. Korisnici su se osvrtni na samu pojavu izazova kao manifestiranje želja za pozornošću koju nisu dobili ranije u životu te ilustrirali trenutke kada su shvatili da ljudi im posvećuju mnogo manje pozornosti nego što su mislili. Uz pomoć montaže korisnici su se pretvarali iz sebe u svoje izvedbene persone dok su se sinkronizirali uz pjesme u pozadini, što je osim svjetlostnih efekata uključivalo i potpunu modnu preobrazbu. U drugoj interpretaciji izazova korisnici su stvarali montažne sekvence trenutaka u svom životu sa pripadajućom glazbenom pozadinom, dok su ga drugi parodirali naglašavajući njegov apsurd i

³³ Ž. Paić, K. Purgar - Teorija i kultura mode, 2018:263

³⁴ Ž. Paić, K. Purgar – Teorija i kultura mode 2018:255

insinuirajući na deluzije veličine prethodnih. Konačno, pojavio se i antipod u obliku izazova u kojem su se korisnici poistovjećivali s arhetipima antagonista ili raznim vrstama sporednih likova stavljajući gledatelja u njihovu perspektivu. Zajednička je tema izazova narativiziranje vlastitog života. Autorski koncept građenja priče oko samog sebe pojavljuje se u filmu i književnosti kao autobiografija, u slikarstvu kao autoportret i u glazbi kao kantautorsko djelo inspirirano vlastitim iskustvom. Serijal „Seks i grad“, primjerice koncipiran je kao narativa protagonistice u obliku kolumne u kojoj piše o svojim iskustvima. U „Amelie“, protagonistica svoj život narira iz trećeg lica u proznom stilu koji promatra mala zadovoljstva koja činje njezin život filmskim i romantičnim. Lik Abeda u serijalu „Community“ koristi bezbrojne reference iz filma kako bi kontekstualizirao trenutke svog života i koristi isti pristup da bi se prijateljio, nadišao prepreke i dešifrirao životne lekcije te u proces uvlači i svoje prijatelje. Protagonistica „Fleabaga“ narira svoj život nevidljivoj publici probijanjem četvrtog zida izražavajući svoj smisao za humor i bježeći od potisnute žalosti. Privlačnost Trumana u „Trumanovom showu“ leži u njegovom neznanju. Većina korisnika svjesno ili nesvjesno simuliraju spontanost Trumanovog lika ne bi li privukli publiku svojom svakidašnjicom. Ovo tek potvrđuje Lipovetskyjevu tezu kako je zavođenje postalo dominantnim društvenim procesom,³⁵ a individualizacijom svatko postaje svoj spektakl u kojem svaki izlazak na ulicu postaje montažna sekvenca kadrova hoda – u širokom planu u prelasku preko zebre, krupnih planova u odrazima izloga te detalja iz prvog lica – svaki od njih je simulacija filmskog protagonista.

Primjeri također dokazuju da je TikTok, kao mnoge druge društvene mreže koje se temelje na dokumentiranju i montiranju trenutaka vlastitog života, proizvod stvoren za ispunjavanje iskonske želje za izražavanjem i komuniciranjem sebe u najjednostavnijem obliku, doslovce prikazujući se onako kako želimo da nas drugi vide. Neki znanstvenici sugeriraju da je riječ o nezdravim standardima koje korisnici društvenih mreža postavljaju sami sebi uslijed usporedbe sa nestvarnim životima drugih korisnika. Samo ime izazova koje u sebi sadrži riječ sindrom aludira na simptome nekog stanja i stavlja naglasak na vlastitu osobnost nedvojbeno podsjeća na narcisoidni poremećaj koji Mayo Clinic definira kao poremećaj osobnosti koji u ljudima budi nerazumno visoki osjećaj važnosti. Osobe koje iskazuju ovaj sindrom trebaju i traže previše pozornosti i pokazuju želju za divljenjem od strane drugih. Često nemaju sposobnost

³⁵ G. Lipovetsky – Empire of Fashion, 1987: 71

razumijevanja osjećaja drugih, no iza maske ekstremne samouvjerenosti nerijetko se krije individualac koji je nesiguran i preosjetljiv čak i na najmanju kritiku.³⁶ Popularno medicinski portal WebMD piše kako je Iluzija Trumanovog showa stanje u kojem ispitani subjekti, po uzoru na Trumana, vjeruju da njihove obitelji, prijatelji i suradnici glume svoje uloge, da je svako okruženje scenografija i da su neprestano u kadru skrivene kamere.³⁷ Psiholog Phil Reed tumači kako se u slučaju sindroma glavnog lika odmičemo od stvarnosti zamišljajući ju drugačijom no što jest – ili, u najmanju ruku, predstavljajući se kao da živimo u drugoj stvarnosti.³⁸ Dijagnoze ovih i sličnih stanja deluzije oslanjaju se na stupanj zajedničke stvarnosti koja se neprestano mijenja. Mnoge su crtice izbačene iz debelih tomova DSM-a,³⁹ a mnoga umna stanja koja su se u prošlosti smatrala tek izrazom temperamenta, danas ih popunjavaju. Prijetnje nastaju ili nestaju kada je ostatak društva dovoljno ili nedovoljno upoznat s nekim „stanjem“.

2.8. Kvantna protagonistica

Termin simulacije ne odnosi se više samo na digitalno i hiperrealno, već postaje način na koji se opisuje sama priroda prirode. Simulacija kao ideja je stara kao i sama misao. Njezini se tragovi mogu pronaći od Platonove špilje⁴⁰, preko Baudrillardove pustinje stvarnosti⁴¹ pa sve do suvremene fizike i teorije simulacije:

Youngov pokus [jΛη~] (po Thomasu Youngu), pokus u kojem se svjetlost iz točkastog izvora (npr. svjetlost koja je prošla kroz usku pukotinu) propušta kroz dvije bliske uske pukotine a na zastoru udaljenom nekoliko metara pojavljuju se pruge interferencije. Pri uobičajenim uvjetima pokusa razmak između pukotina manji je od desetoga dijela milimetra, udaljenost između zastora i pukotina je dva do tri metra, a širina pruga interferencije je nekoliko milimetara. Ako izvor emitira bijelu svjetlost, središnja

³⁶ <https://www.mayoclinic.org/diseases-conditions/narcissistic-personality-disorder/symptoms-causes/syc-20366662>

³⁷ <https://www.webmd.com/mental-health/features/truman-show-delusion-real-imagined>

³⁸ <https://www.psychologytoday.com/us/blog/digital-world-real-world/202106/the-trouble-main-character-syndrome>

³⁹ Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, dijagnostički i statistički priručnik za duševne poremećaje Američke psihijatrijske udruge (APA) koji slovi kao službeni priručnik psihijatara, psihologa savjetovatelja te forenzičnih i pravnih stručnjaka kada je riječ o psihičkim stanjima

⁴⁰ Platon, CDC Reeve – Republika 2004: 208

⁴¹ J. Baudrillard – Simulacra and Simulation, 1994: 1

pruga uvijek je bijela, a ostale pruge čine spektri boja u kojima je središtu najbliža ljubičasta, a od središta najudaljenija crvena. Ako je izvor svjetlosti monokromatski, sve su svijetle pruge u boji izvora. Razmak između pruga interferencije, odnosno položaji maksimalnog (konstruktivna interferencija) i minimalnog (destruktivna interferencija) osvjetljenja zastora ovise o širini između pukotina, udaljenosti zastora od pukotina i valnoj duljini svjetlosti. Tim je pokusom Young pokazao da pukotine pogođene istim valom svjetlosti postaju izvori koherentnih valova svjetlosti i da je svjetlost valne prirode (1801). Također, omogućio je određivanje valne duljine svjetlosti mjerenjem širine pruga interferencije: $\lambda = (d \sin \theta)/m$, gdje je d razmak između pukotina, θ kut između zraka nulte (središnje) i mjerene svijetle pruge, m redni broj svijetle pruge brojeno od središnje pruge sa svake strane ($m = 0$ za $\theta = 0$).⁴²

Opisani eksperiment prkosi našem razumijevanju. Propuštajući čestice svijetla, fotone kroz dvije paralelne pukotine očekujemo da ćemo vidjeti dvije pruge koje korespondiraju dvjema pukotinama. Ipak, ono što vidimo su naizmjenične svijetle i tamne trake. To je ponašanje karakteristično za valove koji prolaze kroz pukotine miješajući se i stvarajući prepoznatljiv uzorak.⁴³ Objašnjeni Youngov rezultat originalnog ekperimenta iz 1801. potvrđen je na mnogim drugim česticama poput elektrona, čak i kada bi se propuštali jedan po jedan. Taj zaključak sugerira da se čestica miješa sama sa sobom dok prolazi kroz pukotine.⁴⁴ To je bio izuzetno neočekivani rezultat koji je zahtijevao pobliže promatranje elektrona da bi se zaključilo kroz koju od dvije pukotine – jer ne može proći kroz obje - čestica zapravo prolazi. Ovdje stvari postaju vrlo čudne. Kada su znanstvenici postavili mjernu napravu koja će promotriti kroz koju pukotinu zasebni foton prolazi, uzorak koji je stvorilo miješanje valova je nestao i fotoni su se počeli ponašati kao čestice (umjesto valova). Umjesto spektra u trakama mjerenja su očitavala dvije svijetle trake koje korespondiraju dvjema pukotinama kao što je intuitivna pretpostavka predviđala u početku, sugerirajući da su fotoni izabrali jedan ili drugi put kretanja. Svijetlo se, dakle, može ponašati kao val i kao čestica, fenomen valno-čestične dvojnosti. Svijetlo se ponaša kao val kada ga se ne promatra, a kao čestica kada ga se promatra. Puka radnja gledanja promijenila je ishod eksperimenta gotovo kao da su fotoni bili svjesni da ih se promatra. Pobornici sve popularnije teorije simulacije u svijetu fizike – kao i Baudrillard i sestre

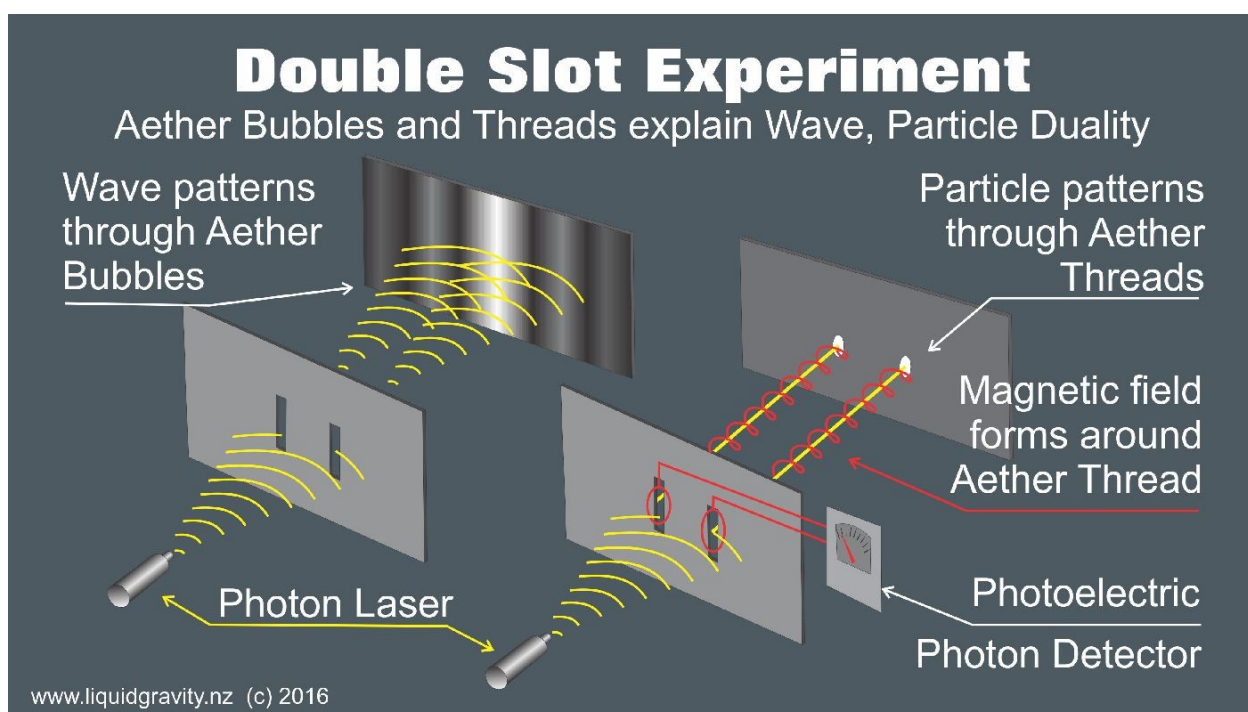
⁴² Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=71148> Pristupljeno 24. 7. 2023.

⁴³ Velika ilustrirana enciklopedija „Svemir“, 2008: 32

⁴⁴ "The Triple-Slit Experiment" in Scientific American 322, 1, 56-61 (January 2020) doi:10.1038/scientificamerican0120-56

Wachowski - složit će se da je ovaj fenomen vrlo sličan načinu funkcioniranja video igara gdje se okolina i objekti učitavaju tek kada igrač dođe u interakciju s njima. Cijeli svijet se ne renderira odjednom dopuštajući igrici da optimizira snagu procesora koju koristi. Kao da se svojstva svijetla *učitavaju* tek kada su поближе promotrena. Najšire prihvaćenu tzv. Kopenhagensku interpretaciju teorije koja objašnjava ovaj fenomen iznio je fizičar Niels Bohr:

„Čestice poput fotona nemaju definitivna svojstva dok nisu promotrene. U slučaju svijetla, fotoni postoje u obliku vala predstavljajući različite pozicije. Kada mjerimo ili promatramo česticu tjeramo ju da *odabere* definitivno stanje te se ponaša kao čestica.“⁴⁵ Do danas još nitko nije otkrio zašto. Je li se išta dogodilo ako to nitko nije vidio? Možda se tajna zaista krije u jedinicama i nulama matrice.



Slika 29. Shematski prikaz eksperimenta s dvije pukotine

Bostrom tumači kako smo kao ljudi nesposobni iskusiti pravu prirodu svemira. Naša osjetila i umovi mogu razaznati tek dijelić svijeta stoga se okrećemo konceptima i alatima da bi ju

⁴⁵ Stanford Encyclopedia of Philosophy, „Copenhagen Interpretation of Quantum Mechanics“, <https://plato.stanford.edu/entries/qm-copenhagen/> Pristupljeno 24.07.2023.

dokučili. Tehnološki je proces proširio naše znanje o svemiru i istovremeno nas učionio svjesnima neugodnih mogućnosti. Već sada simuliramo ogromne svijetove, uskoro ćemo moći i cijele svemire.⁴⁶ Ako je to opcija, kako možemo biti sigurni da se to već nije dogodilo? Što ako nismo tvorci, već kreacije? Lako je moguće da nismo stvarni, a da toga nismo ni svjesni. Ako je naše trenutno shvaćanje fizike točno, nemoguće je simulirati cijeli svemir jer je jednostavno stvoren od previše dijelova. No, ne moramo simulirati sve te dijelove. Tek dijelove koji će zavarati žitelje simulacije. Cijele galaksije su nepotrebne, potreban je samo onaj prostor koji je subjektima dozvoljen za istraživanje. Čak niti male stveri poput mikroba i bakterija nisu potrebne. Mogu se učitati tek kada su promotrene pod mikroskopom. Valja ispuniti minimalne uslove svijesti subjekata. Ako su Bostromove pretpostavke točne onda smo u simulaciji: Pretpostavimo da je moguće simulirati svijest. Za to je potrebno iznimno snažno računalo, uzmemo li u obzir koliko svijesti istovremeno može biti aktivno. Ako je društvo dovoljno napredno da stvori Bradburyjev *Matrioshka Brain*,⁴⁷ onda je u mogućnosti izvesti tu radnju više tisuća, ako ne i milijuna puta istovremeno. Slične radnje na mnogo manjoj skali već sada mogu izvoditi kvantna računala. Pretpostavimo da se napredne civilizacije ne samouništavaju prije no što razviju tehnologiju do dovoljno visokog stupnja. David Grusch, umirovljeni američki obavještajac zrakoplovstva i predstavnik dvije Pentagonove radne grupe koje se bave istraživanjem neidentificiranih letećih objekata potvrdio je u prvoj službenoj izjavi o toj temi u povijesti, da dokazi napredne civilizacije koja nije sa plante Zemlje postoje.⁴⁸ Pretpostavimo da smo u simulaciji zato jer već postoji mnogo simulacija. Ako računala naprednih civilizacija zaista služe za stvaranje simulacija, onda je šansa da je broj simuliranih bića mnogo veći od bića od krvi i mesa. Bostromovu je glavnu pretpostavku za sada nemoguće empirijski izmjeriti. Razlika između dva ishoda je ta što bi istinitost njegove teorije izjednačila religiju i znanost, a svijet bi postao nalik filmu na još jedan način.

Tehnologija je oduvijek oblikovala tok ljudske misli i sliku svijeta. Kao što je parni stroj pokrenuo cijelu struju mehanicističkih, determinističkih struja koje su svijet vidjele kao navijeni sat koji je navijen u početku vremena, umjetna je inteligencija pokrenula cijeli niz rasprava o

⁴⁶ Faculty of Philosophy, Oxford University
Published in *Philosophical Quarterly* (2003) Vol. 53, No. 211, pp. 243-255.
[First version: May 2001]

⁴⁷ Računalo koje se koristi snagom zvijezde da bi se napajalo.
<https://web.archive.org/web/20090223093348/http://aeiveos.com:8080/~bradbury/MatrioshkaBrains/index.html>

⁴⁸ https://www.youtube.com/watch?v=Kw_DouROWbY&ab_channel=CBSNews

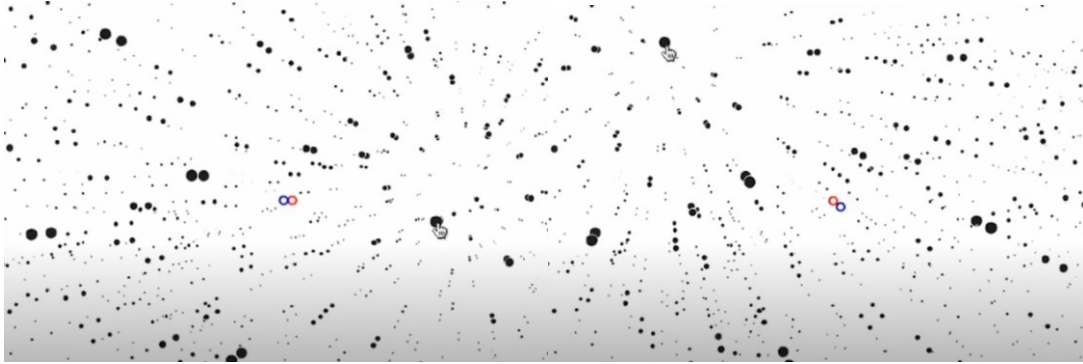
razini stvarnosti svijeta. U svakom slučaju čovjeka i subjektivno iskustvo ponovno je stavila u sredinu stvari. Ako postoji ikakva druga inteligencija, pa makar ona bila stvorena od samog čovjeka, valja pronaći novi razlog zašto je čovjek poseban. Valja sagledati i širu sliku, ne baviti se samo mikroskopskim i partikularnim. Onda smo se udaljili najdalje što smo mogli, sve do početka svemira i konačno potvrdili ono čemu smo se potajno nadali – ipak jesmo u sredini stvari. Ili smo tek potvrdili da je sve stvar perspektive - što jedan teleskop dokaže, drugi promijeni. Kopernik, a s njim i njegova otkrića do kojih je došao pomoću teleskopa svojevremeno su imala duboke implikacije za filozofiju, kulturu i religiju od kojih je glavna bila kako Zemlja kruži oko Sunca koje kruži oko središta Mliječnog puta. Teleskop, u ovom slučaju „James Webb Space Telescope“ Zemlju stavlja u središte svemira. Pojava arhetipa koji uzore pronalazi u protagonistima filma i književnosti je neizbježna.



Slika 30. Vidljivi svemir, NASA, James Webb Telescope, 2023.

Ako jednoj protagonistici to nije dovoljno da se uvjeri da je zaista glavna uloga, tu je i Kozmološki princip. Naime, prema Principu sve se točke u svemiru udaljuju jedna od druge

jednako, tj. iz pozicije svake točke sve ostale udaljuju od nje. U svakom trenutku, svatko od nas je doslovce u sredini svemira.



Slika 31. Shematski prikaz kozmološkog principa i širenja svemira. Sastoji se od dva sloja pri čemu je jedan 5% uvećaniji. Kada se bilo koja točka sinkronizira sa svojim parnjakom iz drugog sloja dobija se dojam da se sve širi iz njezine perspektive. Crvena i plava točka su reference slojeva.

2.9. Spektakularna suđenja

Eksperti u polju celebrityja izjavili su za The Washington Post da „fascinacija celebrity suđenjima u Americi nema spol – osim kad je riječ o skrutoniziranju ženskog odijevanja.“⁴⁹ Što je *courtcore* koje su značajke ove estetike stvorene za veoma nišno područje i kako imenovanje utječe na samo ponašanje na sudu, što se i kako njime komunicira i kako postavlja matricu i pomaže svima ostalima koji se trebaju naći na sudu? Kako se žena koja se našla na sudu treba obući da bi projicirala nevinost? U prosincu 2001. Winona Ryder optužena je za krađu odjeće u vrijednosti \$5.000 u Saks 5th Avenueovoj poslovnici u Beverly Hillsu. U to je vrijeme Ryder bila *creme de la creme* holivudske estrade te je ukrala odjeću koju je definitivno mogla priuštiti i na koncu, riječ je o ženi. Suđenje se pretvorilo u modni događaj koji je pratila i modna kritika opisavši njezin stil mladenačkim i nježnim. Rajfovi, čipka, suknje i džemperu nalik na školsku uniformu, cvjetni uzorci i tercijalne boje. Za usporedbu, njezin uobičajeni stil bio je prepoznatljiv po koži, traperu i subkulturnim elementima grungea i gotha. Na koncu je izgubila slučaj i

⁴⁹ <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2023/03/31/gwyneth-paltrow-ski-trial-verdict/>

odradila kaznu. No, nije bila kriva samo za krađu već i za manipulativno odijevanje koje sud možda ne bi prezreo sam, no uz pomoć tabloida koji su religiozno pratili i nemilosrdno uspoređivali njezinu situaciju i novi modni izričaj, Winona nije imala šanse.



Slike 32. i 33. Winona Ryder u sudnici i u Marc Jacobsu, 2001.

Kad se Naomi Campbell našla upletena u haškom slučaju koji je uključivao bivšeg liberijskog predsjednika Charlesa Taylora bila je osumnjičena kao primalac krvavog dijamanta za vrijeme posjete Nelsonu Mandeli krajem devedesetih. Na sudu se pojavila u bijeloj proljetnoj pletenoj haljini i kardiganu Azzedine Alaia bez pretjerane šminke i simbolom zla oka na mjestu gdje bi se, da je kriva, trebao nalaziti krvavi dijamant – oko njezinog vrata. Privijesak je ispunio svoju magijsku funkciju otjeravši sumnju, a bijeli ansambl naglasio njenu nevinost na međunarodnom sudu za ratne zločine. Slično, kad se reperica Megan Thee Stallion 2022. našla na sudu kako bi svjedočila protiv repera Toryja Laneza koji je optužen za pucanje u nju pojavila se u ljubičastom odijelu Sergia Hudsona (boja koja ima političke konotacije s nasiljem u domu). Simboli općeg mjesta komuniciraju namjeru izravnije i uspješnije. Simbolika koju je izabrala Amber Heard u sudskom spektaklu protiv bivšeg muža, Johnnyja Deppa bila su odijela koja komuniciraju

odgovornost, kredibilitet, inteligenciju i poštovanje. Heard se uglavnom pojavljivala u klasičnim sivim i tamno plavim odijelima sa hlačama ili kompletima sa podužim suknjama. Svaki gumb koji se pojavio na njezinim kombinacijama uvijek je bio zakopčan, kosa podignuta s ponekim „spontano“ puštenim pramenom, a cipele primjerene visine i stila. Tako zakopčanoj do grla, doduše, niti joj jedno odijelo nije pristajalo i svaki odbjegli pramen svjedočio je neredu u njezinim mislima. U kombinaciji s preglumljavanjem njezina je uloga bila neuvjerljiva.



Slika 34. Naomi Campbell u Hagu, 2010.

U slučaju gdje je bila optužena za nasrtanje na umirovljenog optometrista Terryja Sandersona koji je od nje tražio prvo \$1.3M, a zatim \$300.000, Gwyneth Paltrow je uspjela izreklamirati svoj *quiet luxury* brend Goop te se izboriti za svoju nevinost i simbolični \$1. U skijaškom naselju Park City, Utah u kojem se dogodila nesreća uglavnom, poput optužene, povremeno obitavaju žitelji visokog socijalno-ekonomskog statusa te shodno tome s njom dijele ukus. Paltrow je ubila dvije muhe jednim udarcem svojim lookovima odjenuvši se, kako piše Daily Freeman „vrlo slično prolaznicima koji se mogu naći u Main Streetu. Neovisno o ishodu, mnogi intervjuirani naginju na stranu gdje Paltrow što sugerira da kada je riječ o stvaranju imidža poslovice 'znaj

svoju publiku' jednako vrijedi na sudu kao i u Hollywoodu“⁵⁰, zaključuju. Kada je Paltrow u pitanju mediji, kao i publika, vrlo su podijeljenih mišljenja oko njezinog karaktera. Često se osim njezinih filmskih uloga spominje uloga same Gwyneth koju je realizirala polarizirajućim kempijevim izjavama poput one da je „izglubila pola dana skijanja“ kao odgovor na pitanje kakvu joj je štetu nanio Sanderson. Za *The Cut* Louis Staple piše kako „ovo suđenje možda nema glazbu i ubojstvo, ali dijeli Chicagovu centralnu obzervaciju američkog društva: u Americi se možeš izvući bilo s čim ako si dovoljno zabavan. Spektakl uvijek ima moć iskriviti ili odvratiti od istine, a pretvoriti prevaru u spektakl možda je američkije od bilo čega drugog.“⁵¹



Slika 35. Gwyneth Paltrow u sudnici 2023.

⁵⁰ <https://www.dailyfreeman.com/2023/03/24/gwyneth-paltrow-insists-utah-ski-collision-wasnt-her-fault/>

⁵¹ <https://www.thecut.com/2023/03/gwyneth-paltrow-ski-trial-spectacle-analysis.html>

3. ZAKLJUČAK

Protagonistov se lifestyle, po uzoru na glavne likove književnosti i kinematografije, temelji na prikazivanju slike o pojedincu vrijednom ostajanju u središtu pozornosti i prevazilaženju prepreka koje život donosi. Pogrešno bi bilo tumačiti da su, samo zato što je slika krajnji cilj, lekcije koje protagonist uči tijekom svog puta lažne. Protagonist odseli u daleku zemlju na par godina da proživi uzbudljivu avanturu, ne jer je gladan kruha. Hvata se zanimanja koje će provući njegovo ime kroz medije i zaplijeniti pažnju potpunih stranaca jednako kao i ljudi kojima je neposredno okružen jer njegova priča mora biti dokumentirana na neki način. Budi spiritualnost u sebi da bi prošao kroz spiritualni put, ne da bi postao spiritualan. Crtica u povijesti nije rezultat njegovog djelovanja, već cilj kojim osigurava da će stvoriti ostavštinu protagonistima budućnosti popunjavajući šablonu razvoja lika. No, na koncu, protagonist, makar iz svoje potrebe da bude viđen i da utjelovi ideal, ipak postiže samoostvarenje. U procesu postajanja protagonistom, samoostvarenje je jedan od najbitnijih fenomena jer bi bez njega uloga protagonista dopala tek onima koji su za nju rođeni pod sretnom zvijezdom.

4. LITERATURA

1. Jung C.G.: The Archetypes and the Collective Unconscious, Princeton University Press, Princeton, SAD, 1959.
2. Goffman E.: The Presentation of Self in Everyday Life, Social Sciences Research Centre, University of Edinburgh, Edinburgh, UK, 1956.
3. Paić Ž., Purgar K.: Teorija i kultura mode, Sveučilište u Zagrebu, Tektstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018.
4. Paić Ž., Događaj i razlika, Filozofska istraživanja 33, Hrčak, 2013.
5. English B.: A Cultural History of Fashion in the 20th and 21st Centuries, Bloomsbury, New York, SAD, 2013.
6. Šuran F.: Estetika komunikacije i suvremeni svijet, Sveučilište "Juraj Dobrila" u Puli, Pula, 2016.
7. Debord G.: Society of the Spectacle, Black & Red, Detroit, SAD, 1970.
8. Svendsen L.: Fashion, Reaktion Books Ltd, London, UK, 2006.
9. Negrin L.: Appearance and Identity, Palgrave Macmillan, New York, USA, 2008.
10. Barnard M.: Fashion as Communication, Routledge, New York, USA, 2002.
11. McLuhan M.: Understanding Media, The MIT Press, Cambridge, USA, 1994.
12. Calefato. P.: The Clothed Body, Berg, New York, USA, 2006.
13. Mikerina D.: Rethinking the Place of Semiotics in Fashion Studies, X International Fashion Conference, Universidad de Navara, Pampiona, Španjolska, 2016.
14. Barthes. R.: The Fashion System, University of California Press, Los Angeles, USA, 1990.
15. Nayar P.K.: Seeing Stars, Sage Publications, New Delhi, India, 2009.
16. Kawamura Y.: Fashion-ology, Berh, New York, SAD, 2005.
17. Baudrillard J.: Simulacra and Simulation, The University of Michigan Press, Ann Arbor, USA,
18. Barthes R.: Empire of Signs, The Noonday Press, New York, SAD, 1992.
19. Trifonas P.P.: Barthes i carstvo znakova, Jesenski i Turk, Zagreb, Hrvatska, 2002.
20. Kawamura Y.: The Japanese Revolution in Paris Fashion, Berg, New York, SAD, 2004.
21. YOUTH MODE, A REPORT ON FREEDOM; <http://khole.net/issues/youth-mode/>, od 18.07.2023.
22. In The Sims, Maxis created an iconic living snapshot of '90s America By Phil Iwaniuk published February 04, 2020 <https://www.gamesradar.com/in-the-sims-maxis-created-an-iconic-living-snapshot-of-90s-america/>
23. Ž. Paić, "Događaj i razlika. Performativno-konceptualni obrat suvremene umjetnosti", Filozofska istraživanja, vol.33, br. 1, str. 5-20, 2013. <https://hrcak.srce.hr/101667>. Od 18.07.2023.

24. ¹ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=71148> Pristupljeno 24. 7. 2023.
25. "The Triple-Slit Experiment" in Scientific American 322, 1, 56-61 (January 2020) doi:10.1038/scientificamerican0120-56 Pristupljeno 24.07.2023.
26. Stanford Encyclopedia of Philosophy, „Copenhagen Interpretation of Quantum Mechanics“, <https://plato.stanford.edu/entries/qm-copenhagen/> Pristupljeno 24.07.2023.
27. Faculty of Philosophy, Oxford University Published in *Philosophical Quarterly* (2003) Vol. 53, No. 211, pp. 243-255. [First version: May 2001]
28. Računalo koje se koristi snagom zvijezde da bi se napajalo. <https://web.archive.org/web/20090223093348/http://aeiveos.com:8080/~bradbury/MatrioshkaBrains/index.html>
29. Washington Post, Gwyneth Paltrow Ski Trial Verdict <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2023/03/31/gwyneth-paltrow-ski-trial-verdict/> Pristupljeno 14.07.2023.
30. Daily Freeman, Gwyneth Paltrow Insists Utah Ski Collision Wasn't Her Fault <https://www.dailyfreeman.com/2023/03/24/gwyneth-paltrow-insists-utah-ski-collision-wasnt-her-fault/> Pristupljeno 14.07.2023.
31. The Cut, Gwyneth Paltrow Ski Spectacle Analysis, <https://www.thecut.com/2023/03/gwyneth-paltrow-ski-trial-spectacle-analysis.html> Pristupljeno 14.07.2023.

POPIS SLIKA:

1. Jerry Seinfeld, <https://www.highsnobiety.com/p/what-is-normcore/> Pristupljeno 25.08.2023.
2. Steve Jobs, <https://thenewdaily.com.au/entertainment/style/2014/04/22/normcore-comfortable-cool/attachment/steve-jobs/> Pristupljeno 25.08.2023.
3. Jill Kortleve za Versace proljeće/ljeto 2021
4. Alva Claire za Versace proljeće/ljeto 2021
5. Precious Lee za Versace proljeće/ljeto 2021, sve tri <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/50573/1/versace-ss21-milan-fashion-week-plus-size-models-jill-kortleve-precious-lee> Pristupljeno 25.08.2023.
6. Doja Cat za Schiaparelli proljeće/ljeto 2023, <https://www.rollingstone.com/music/music-news/doja-cat-schiaparelli-fashion-show-red-swarovski-crystals-1234666397/> Pristupljeno 25.08.2023.
7. Kylie Jenner za Schiaparelli proljeće/ljeto 2023, <https://www.vogue.com/article/kylie-jenner-schiaparelli-lion-head-dress> Pristupljeno 25.08.2023.
8. Loewe jesen/zima 2023, <https://www.highsnobiety.com/p/loewe-fall-winter-2023-womens/> Pristupljeno 25.08.2023.
9. Cottagecore, <https://www.today.com/tmrw/cottagecore-fashion-trend-transport-simpler-time-t186200> Pristupljeno 25.08.2023.

10. Balenciaga proljeće/ljeto 2021 <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/balenciaga/slideshow/collection#2> Pristupljeno 25.08.2023.
11. Balenciaga jesen zima 2023/2024 <https://www.voguebusiness.com/fashion/balenciaga-plays-it-safe-enough-at-paris-fashion-week> Pristupljeno 25.08.2023.
12. Naslovnica Albuma „Crystal Castles“ istoimenog benda, 2008. <https://www.discogs.com/release/1375511-Crystal-Castles-Crystal-Castles> Pristupljeno 25.08.2023.
13. Prada proljeće/ljeto 2016 <https://www.designboom.com/architecture/oma-amo-rem-koolhaas-prada-womens-spring-summer-2016-indefinite-hangar-09-28-2015/> Pristupljeno 25.08.2023.
14. Chanel cruise 2019 <https://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-week/a20140489/chanel-cruise-2019-show/> Pristupljeno 25.08.2023.
15. Kate Moss u The Black Showu, Alexander McQueen 2015. <https://www.elle.com/uk/fashion/news/a25198/kate-moss-dance-tribute-alexander-mcqueen-savage-beauty-exhibition-london/> Pristupljeno 25.08.2023.
16. Madonna, Confessions on a Dance Floor, 2009 <https://www.last.fm/sv/music/Madonna/Confessions+On+A+Dance+Floor+%28Demos+&+Unreleased%29> Pristupljeno 25.08.2023.
17. Halston i Halstonettes, <https://www.lofficielusa.com/fashion/halston-designer-facts-70s-studio-54> Pristupljeno 25.08.2023.
18. Clara Bow u It, 1927. <https://www.imdb.com/title/tt0018033/> Pristupljeno 25.08.2023.
19. Glazbenik
20. Uvodna scena
21. Komparacija dva izgleda
22. Komparacija dva izgleda
23. Look koji je Sedgwickica popularizirala
24. Lik Andyja Warhola
25. Warholov Studio, *Factory*
26. Sedgwickin slom
27. Warholov citat na početku filma, svih 9, <https://www.imdb.com/title/tt0432402/> Pristupljeno 25.08.2023.
28. Paris Hilton, 2002. <https://www.wmagazine.com/story/paris-hilton-21-birthday-dress-revival> Pristupljeno 25.08.2023.
29. Shematski prikaz eksperimenta s dvije pukotine <https://baibhabmondal.medium.com/why-double-slit-experiment-is-so-cool-124fd64fc607> Pristupljeno 25.08.2023.
30. Vidljivi svemir, NASA, James Webb Space Telescope, 2023. <https://science.nasa.gov/observable-universe> Pristupljeno 25.08.2023.

31. Shematski prikaz kozmološkog principa i širenja svemira. Sastoji se od dva sloja pri čemu je jedan 5% uvećaniji. Kada se bilo koja točka sinkronizira sa svojim parnjakom iz drugog sloja dobija se dojam da se sve širi iz njezine perspektive. Crvena i plava točka su reference slojeva.
32. Winona Ryder u sudnici 2021.
33. Winona Ryder u Marc Jacobsu 2021., obje <https://fashionista.com/2020/07/winona-ryder-courtroom-style-2002> Pristupljeno 25.08.2023.
34. Naomi Campbell u Hagu, 2010. <https://www.theguardian.com/world/2010/aug/05/naomi-campbell-war-crimes-trial-blood-diamonds> Pristupljeno 25.08.2023.
35. 36. i 37. Gwyneth Paltrow u sudnici 2023. <https://people.com/style/gwyneth-paltrow-courtroom-style-utah-ski-trial/> Pristupljeno 25.08.2023.