

ETIKA I ESTETIKA

Ban, Romana

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, The Academy of Arts Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Umjetnička akademija u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:134:201722>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

UMJETNIČKA AKADEMIJA U OSIJEKU

ODSJEK ZA LIKOVNU UMJETNOST

STUDIJ LIKOVNE KULTURE

SMJER: KIPARSTVO

ROMANA BAN

ETIKA I ESTETIKA

DIPLOMSKI RAD

Mentor:

doc. dr. art. Tihomir Matijević

Osijek, 2017.

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
1.1. PROCES IZRADE.....	8
<i>1.1.1. Tehnički opis i postupci izrade</i>	14
2. UMJETNICI KOJI MORALIZIRAJU	15
3. SVJESNA I NESVJESNA MANIPULACIJA	19
3.1. PODRAŽAJI.....	20
3.2. SUBLIMINALNE PORUKE.....	21
4. NEČUJNI KOMARCI U NOĆI MLADOG MJESECA	22
5. ZAKLJUČAK	25
6. SAŽETAK	26
7. LITERATURA	27
8. POPIS PRILOGA	28

1. UVOD

Način na koji danas promatramo i shvaćamo umjetnost uvelike se razlikuje od vremena prije nastanka novih (mas)medija te svakodnevnog korištenja istih.

Pitanja etike i estetike u umjetnosti i općenito, oduvijek su neiscrpane teme istraživanja i rasprava, a teorija umjetnosti ne bi bila ozbiljno shvaćena bez ovih filozofskih disciplina. Filozofija morala koja istražuje svrhu moralnog djelovanja ta etika dobra, u kojoj je svrha moralnog djelovanja korist za nekog ili nešto bile su mi glavne vodilje pri nastanku ovog djela. Smatram da umjetnik ima etičku odgovornost da svojim radom čini dobro za društvo u cjelini, jer „iz samog pojma moralnosti (koja je djelovanje) proizlazi da je čista dužnost u svojoj bitnosti djelatna svijest.“ (Kangrga, 1980:72)

Naravno da masovni i novi mediji* imaju mnoštvo pozitivnih strana, to su na primjer informiranje, komunikacija, edukacija, zabava i slično, no isto kako subliminalne poruke djeluju nesvjesno na svijest svojih konzumenata, nesvjesno se javlja i pretjerano korištenje spomenutih medija, te svakodnevno izlaganje neprimjerenim i nezdravo-poticajnim sadržajima putem istih. Kao što psa lako dresiramo kada mu kao pohvalu damo poslasticu i maženje, tako „imperijalizam masovnih medija“ (Foster, 2006:101) dresira nas. Dok nas GMO** nečujni komarci bockaju bez ograničenja dok smo zasljepljeni tamom, mediji nas truju iznutra i izvana na samo sebi poznate „hibridne“ načine.

Kant je napisao kako „um sam sebe mora smatrati začetnikom svojih principa nezavisno od tuđih utjecaja“ (Kant, prev. Sonnenfeld, 2003:74). Pitam se često što bi napisao da danas živi i piše o tome, u vremenu kada većinu djece (od rođenja) odgajaju masmediji. Kako obraniti sebe a kako našu djecu, te kako u moru dobrih i loših, a ponajviše neograničeno brojnih sadržaja birati etički moralno i estetski najljepše?

Ovom instalacijom propitujem ine znanstveno filozofske discipline u umjetnosti kroz temu medija, koji odgajaju suvremeno društvo i njihov pomladak.

*Naziv za kombinaciju medija, npr. internet + pametni telefon, internet + televizija itd.

**Genetski modificirani komarci sadrže poseban gen, koji je za komarce smrtonosan ako ne dobiju antibiotik tetraciklin. Potomstvo GMO komaraca će također naslijediti ovaj smrtonosni gen, zbog kojeg će uginuti prije nego li dostignu zrelost i počnu se razmnožavati. Rizik koji predstavljaju GMO komarci uopće nije poznat. (<http://www.4dportal.com/hr/component/content/article/40/2422-oprez-gmo-komarci>)



1. Instalacija "Nečujni komarci u noći mladog mjeseca" (četiri figure u gipsu, postolje od aluminija, češkalica na električni pogon, posuda i kabel)



2. Pas u ležećem položaju i el. češkalica



3. Portret djevojčice, poluprofil



4. Portret djevojčice, profil



5. Figura djevojčice, profil



6. Pas u stajaćem položaju, profil



7. "Nagrižena" površina



8. Pas u sjedećem položaju, poluprofil



9. "Nagrižena" površina

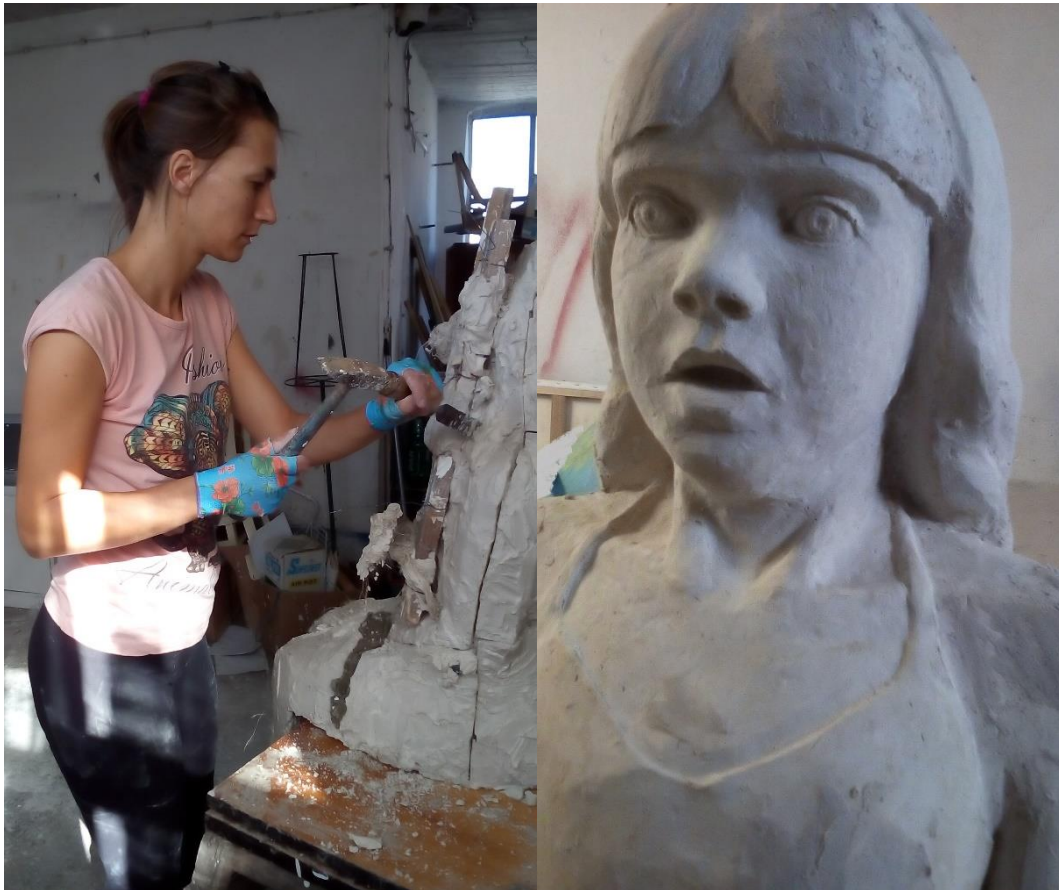
1.1. PROCES IZRADE



10. Oblikovanje u glini



11. Kalupi od gipsa



12. Razbijanje kalupa i odljev pozitiva te retuširanje



13. Idejno rješenje češkalice za psa
(aluminij, iveral, električni motor i naponski pretvarač el. energije)



14. Spajanje kablova na naponskom pretvaraču el. en.
lemljenjem i stavljanje termo bužira



15. Bojanje podloge za českalicu u bijelu boju



16. Bojanje diska za českalicu u bijelu boju



17. Bušenje rupa za vijke koji drže stranice postolja i ploču od iverala



18. Bojanje postolja i "svrdla" (elementa koji ide na postolje) u bijelu boju

1.1.1. Tehnički opis i postupci izrade

Instalacija se sastoji od:

1. Figure djevojčice u sjedećem položaju (65 x 35 x 115 cm), materijal: gips
2. Figure psa u ležećem položaju (75 x 35 x 30 cm), materijal: gips
3. Figure psa u sjedećem položaju (57 x 45 x 70 cm), materijal: gips
4. Figure psa u stajaćem položaju (75 x 40 x 70 cm), materijal: gips
5. Postolja (47 x 46 x 96 cm), materijali: aluminij, čelik, oplemenjena iverica
6. Češkalice na el. pogon (124 x 45 x 50 cm), materijali: aluminij, iverica, drvo, električni motor i naponski pretvarač električne energije
7. Posude, aluminijske, obojane u bijelo, promjera 15 i visine 9 cm
8. Antenskog kabela, bijelog, dužine 65 m
9. Jastuka, bijelog, veličine 40 x 40 cm, materijal: 100% poliester

Sve skulpture izrađene su od gipsa, a oblikovane u glini. Nakon postavljanja križića na geriste slijedilo je nabacivanje gline te njeno oblikovanje u željene oblike. Sljedeći korak bio je izliti kalupe od gipsa kako bi se dobili pozitivni skulptura u gipsu. Nakon toga slijedilo je retuširanje gipsanih odljeva te bojanje impregnacijom i bijelom bojom.

Postolje je napravljeno od dvije aluminijske ploče koje sam pronašla na odlagalištu željeza te obojala u bijelo i bušilicom napravila rupe za čelične vijke koji aluminijske ploče drže zajedno. Na postolje sam vijcima pričvrstila još nekoliko pronađenih aluminijskih oblika, koje sam obojala u bijelo te držače za sjedište od oplemenjene iverice (napravljeno po narudžbi). Na sjedište sam stavila jastuk i figuru djevojčice. Malu aluminijsku posudu uzela sam na odlagalištu.

Češkalicu sam (uz tehničku podršku D. Kezića iz Osijeka) izradila od iveral ploče za postolje, na koju je pričvršćen komad drveta koji drži električni motor (motor za električno podizanje stakala na automobilu), disk i ostale elemente na koje je pričvršćena sama "češkalice". Naponski pretvarač električne energije stoji na postolju od iverala. Trebao mi je za pretvaranje izmjenične u istosmjernu struju (220 V AC u 5 V DC), jer sam koristila el. motor iz automobila.

2. UMJETNICI KOJI MORALIZIRAJU

Pitanje odnosa etike i estetike danas je posebno važno zbog utjecaja masmedija na odgoj cjelokupne populacije.

„Estetika je filozofska disciplina koja izučava osjetilnu spoznaju, odnosno lijepo i umjetnost. Estetičkim se nazivaju teorijske konstrukcije kojima se uspostavljaju analize filozofskog pojma "lijepo", definiraju estetski vrijednosni kriteriji, pravila, filozofske interpretacije umjetničkog rada ili teorije umjetnosti. Tradicionalni estetički problemi su lijepo, umjetnost, ukus, estetski doživljaj i iskustvo, prosudba vrijednosti umjetničkog djela, stvaralaštvo, imitiranje.“ (Šuvaković, 2005:182:183)

Pojam etike nastao je od grčke riječi *ethos* a znači običaj, naviku, značaj ili ćud. „Etika je filozofska disciplina koja se bavi proučavanjem i analizom moralnih vrijednosti i raspravom o njima.“ (189) Vrlina i savjest su bitne kategorije u etici, tj. „povijesni oblici egzistencije“. (Kangrga, 2004:27)

Kako bi naše društvo egzistiralo u 21. stoljeću, smatram da su mu potrebni umjetnici kojima je vrlina savjest i težnja moralno ispravnom, aktivnom djelovanju u smislu promicanja etičkih vrijednosti. Osjećam da je moja odgovornost iskoristiti svoju poziciju, talent i strast kako bi (neupućenima) dala do znanja da masmediji mogu vrlo loše utjecati na djecu i mlade koji su najosjetljivija publika.

Masmedijima se smatraju novine, televizija, radio, internet i novi mediji.

Osnovni etički principi (mas)medija su:

- kredibilitet - vrijednosno informiranje, jasno diferenciranje sadržaja niskog ukusa i jasno razlikovanje dobrog i zla. Novinari se vrlo često ponose novinskim organizacijama za koje rade i kredibilitet tih organizacija ih zanima podjednako kao i njihov osobni.
- integritet - Steven Carter definira integritet kao razlikovanje dobrog od lošeg; postupanje na temelju uočene razlike, makar i na osobnu štetu; i otvoreno pričanje da postupate na temelju razlikovanja dobrog i lošeg, također ovdje treba dodati i preuzimanje odgovornosti za svoje postupke.
- civiliziranost - ono što nam omogućuje da živimo zajedno kao društvo, prvi princip moralnosti, zbog toga što obuhvaća stav o požrtvovanju i poštovanju drugih.

Nositelji etike medija su novinari, urednici, programski direktori, glavni i odgovorni urednici, oglašivači, menadžeri i menadžment, produkcijsko-tehničko osoblje, PR menadžeri, javnost (javni servis), vlasnici, financijeri, političari, kulturni i javni radnici i dr.

Sa stanovišta medijske etike može se govoriti o dvije pozicije, insajderskoj koju čine prethodno pobrojane grupe i autsajderskoj koju čini cjelokupna populacija koja je izložena djelovanju medijskih sadržaja.

Odnos ovih pozicija je simbiotski povezan (često parazitski*), a u etičkim normativima višesmjernan i pojačavajući, što znači da neetične medijske poruke otvaraju prostor za neetičnost drugih medija, publike i konačno društva u cjelini. (Nikolić, 2013)

Oko 90 posto informacija na koje obraćamo pažnju primamo vidom, tj. očima (organom) koje primaju svjetlosni podražaj. (Prema Fechner: <https://www.scribd.com/document/350540747/3-Osjeti-i-Percepcija>)

Iako se čovjek „u predmetnom svijetu potvrđuje sa svim osjetilima“ (Marx i Engels, 1953:232), čulo vida uvijek je na prvom mjestu. Svi znamo da jedna slika govori više od tisuću riječi, stoga je estetika u medijima neizostavna jer predstavlja same slike, animacije itd.

Moralni umjetnici pokušavaju estetiku staviti u službu etike, stvarati odgovorno, osvijestiti ljude o društvenim problemima, no ponekad ta djela imaju suprotan učinak. To se često događa u „umjetnosti masmedija“, kada se učestalo slikovno prikazivanje nekog društvenog problema koje ima svrhu osvještavanja i izazivanja empatije kod gledatelja, pretvori u suprotno. Ljudi tako steknu naviknu na nasilje, ratove, gladne i žedne, a umjetnikova plemenita nakana pada u vodu. (Matijević, 2015)

Svako je umjetničko djelo, pa i ono elektronskih medija, pokazatelj umjetnikove svijesti, njega kao individue.

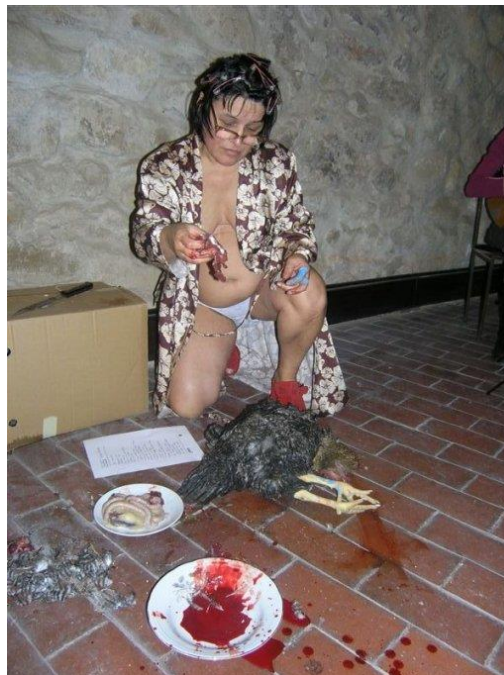
Pojavom medijske kulture, posebice novih medija, pojam lijepoga ne odnosi se više samo na umjetnost, već se proširio na medijsku kulturu te na individualnu formu egzistencije uopće. Tako smo dobili pojam estetizacije svakodnevnice.

*Odnos organizama u simbiozi može biti: parazitski (štetan za jednoga), komenzalski (jedan ima korist, a drugi ni korist ni štetu) i obostran (povoljan za oboje).

„U svakodnevici određenoj estetizacijom svih razina stvarnosti, ljepota beznadno gubi moralnu, ideološku i svaku drugu signifikantnost, a time i moć konceptualnog razlikovanja između života i umjetnosti“. (Mance, 2007:287)

„Umjetnička djela izlaze iz empirijskog svijeta i stvaraju, njemu nasuprot, svijet vlastite biti i to tako da je on bivstvujući.“ (Adorno, 1979:26)

„*Vlasta Delimar je zaklala pijetla*. Klanje pijetla (ili neke druge životinje) u sklopu umjetničkog čina nije isto što i “obično klanje” (u svrhu prehrane), bez obzira na to opravdavamo li “obično klanje” ili ne. Riječ je o trenutku u kojem se umjetnik/ica poistovjećuje s egzekutorom/icom, trenutku u kojem je itekako važno je li objekt radnje, mrtva životinja, već bila mrtva ili je ubijena tijekom umjetničkog djela. Smrt pijetla nije se dogodila prije, nije ju prouzročio *onaj drugi, moćni svijet*, nego njezine vlastite ruke.“ (Jurić, Marjanić i Percl, 2006)
Ovo je primjer pitanja etike u umjetnosti u kojem možemo raspravljati o tome da li cilj opravdava sredstvo?



19. Vlasta Delimar, performans
(<http://forum.b92.net/topic/45221-instalacija-moderne-umetnosti/>)

S druge strane, umjetnost se može baviti etičkim pitanjima poput „Je li ispravno uništiti sreću drugih pokazujući našu negativnu emociju, iako smo legalno sposobni?“, kao što se zapitao J. Poon, dok je radio skulpturu „Life“ koja izražava kako ljudi koji trajno oslobađaju negativne emocije mogu spriječiti sreću drugih ljudi. (prev.: Johnson, 2010)



20. Junxian Poon , “Life“ (www.dornsife.usc.edu)

Pitanjem etike i morala bavi se i umjetnica Kara Walker. Ona radi skulpturu nage žene (crnkinje) od 35 tona šećera u pozi sfinge koja u ovom slučaju aludira na intimnu pozu vođenja ljubavi a predstavlja pitanja rase, seksualnosti (iskorištavanja žena robova), ugnjetavanja, rada i prolaznosti. Mogli bismo reći da je ovdje estetika stavljena u službu etike.



21. Kara Walker, “A Subtlety“ (<https://culturehog.com/art-and-gentrification/>)

3. SVJESNA I NESVJESNA MANIPULACIJA

U današnje vrijeme kad čujemo riječ “medij“, pomislimo na televiziju, internet, radio ili novine, zaboravljajući da mediji (lat. medium: sredina, posrednik, ono kroz što se prenosi djelovanje) također mogu biti posrednici između ljudi i duhova, sama priroda ili (likovni) umjetnici.

Umjetnici (bili oni etički angažirani ili ne), kao i masmediji, putem svojih djela utječu na ljude svjesno i/ili nesvjesno izazivajući podražaje.

V. Delimar je, na primjer, u performansu klanja pijetla svjesno izazvala reakciju i potakla ljude na aktivno promišljanje o značenju tog čina, no slažem se s I. Percl da je „umjesto dekonstrukcije i kritike, ona jednostavno preslikala model koji je trebala kritizirati i sebi dodijelila moć odluke o životu jednog bića koje je pred publikom jednostavno – zaklala.“ (Jurić, Marjanić i Percl, 2006)

Svaki likovni produkt draži osjetila promatrača na izvjestan način. Shvaćanje samog djela ovisi o primaocu - o njegovom iskustvu, kulturi i okruženju u kojem se nalazi, dok opseg podražaja, manje ili više, ovisi o umjetnikovom htjenju.

Odluka da cijelu instalaciju predstavim u bijeloj boji, produkt je svjesnog htjenja da oslobodim publiku boje i tako njihov doživljaj usmjerim prema oblicima, strukturi i značenju cjelokupne kompozicije.



22. Različiti materijali i strukture (gips, sintetička tkanina, oplemenjeni iveral, aluminij)

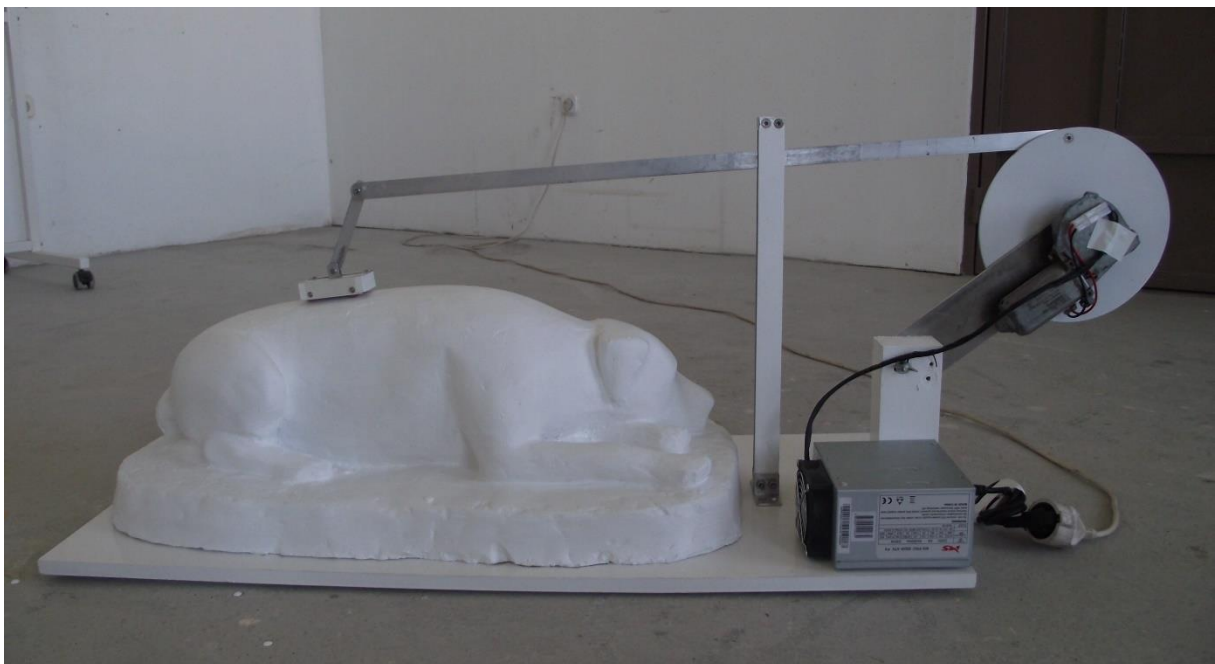
3.1. PODRAŽAJI

Postoje vanjski i unutarnji podražaji. Podražaji su promjene u organizmu izazvane dražima (mogu biti unutarnje i vanjske).

Za doživljavanje podražaja koristimo čula (vid, miris, okus, opip itd.), a pri opažanju koristimo prepoznavanje stvari na osnovu prethodnih percepcija te osviještenosti općih određenja stvari. „Naša svijest ili duh nisu dakle “prazna ploča“ na kojoj svagda iznova vanjski svijet upisuje svoje utiske, već se uz opažanje aktiviraju i druge duševne ili duhovne snage, emocije, mašta i asocijacije, praktički impulsi kao što je žudnja za nekom opaženom stvari, odbojnost itd.“ (Galović, 2011: 88)

Svaki osjetilni sustav sastoji se od osjetila koje sadrži receptore specijalizirane za primanje određenih podražaja, senzornog živca koji prenosi živčane impulse od receptora do mozga te senzornog dijela mozga gdje nastaju osjetilni doživljaji.

Češkalice poziva gledatelja na zamišljanje osjetilne ugone koju bi mu mogla pružiti svojim nježnim, ujednačenim ritmom gibanja. Možda će se isti zapitati čemu bi sve mogao (ne)svjesno biti podložan (bez prigovora), dok mu češkalice draži neurone.



23. El. češkalice s jednolikim pravocrtnim gibanjem

3.2. SUBLIMINALNE PORUKE

Pisati o medijima a ne dotaći se teme subliminalnih poruka bilo bi kao pisati o estetici, a ne spomenuti Kanta i Baumgartena. Dakle, subliminalne poruke su osjetilne poruke (vizualne, auditivne i dr.) koje se registriraju ispod razine svjesnog opažanja. Može ih uočiti samo naša podsvjest.

Zaobići ću povijest i razvoj subliminalnih (skrivenih) poruka, sektore manipulacije (novinarstvo, odnosi s javnošću, marketing, komunikacije...) i okultnu simboliku. Ono što je opće poznato i najbitnije je da su razna znanstvena istraživanja dokazala kako skrivene poruke mogu utjecati na ljudske misli, osjećaje i ponašanja putem raznih podražaja, bez svjesnog znanja osobe na koju se utječe. (Martinović, 2014) „Subliminalno oglašavanje je tehnika koja se koristi metodom izlaganja potrošača slikama proizvoda, nazivima proizvoda i drugim marketinškim podražajima.“ (Miliša i Nikolić, 2013:293) Neke su očite a neke ne možemo uočiti ni kada duže vrijeme promatramo sliku sa skrivenom porukom.

Subliminalne poruke se široko koriste i nalaze se svuda oko nas – u glazbi (frazе okrenute naopačke), u TV reklamama, popularnim crtićima i dr. *Disney* je okrivljen za korištenje subliminalnih poruka u svojim crtanim filmovima, a srećemo ih i u umjetnosti (Leonardo Da Vinci: *Posljednja večera* i *Mona Lisa*).



24. Primjeri subliminalnih poruka sa seksualnim aluzijama

<http://www.epeira.it/articoli/immagini/ketchup-sporcaccione/>,
<http://www.newsactivist.com/en/articles/gendered-world-views-section-10-winter-2016/will-i-blow-your-mind-away>, <https://www.pinterest.com/pin/555139091543758150/?lp=true>

4. NEČUJNI KOMARCI U NOĆI MLADOG MJESECA

Majka sam i udomiteljica. Glavna zadaća mi je briga za djecu i njihov odgoj. Tko, što i kako odgaja djecu pitanje je znanstvene fantastike jer odgovor može biti: sve.

Ipak, masmediji, a posebno novi mediji su pitanje svakodnevice i najveći su suparnik roditeljima u borbi odgoja djece. Subliminalne poruke, nasilni, seksualni i drugi neprimjereni sadržaji (govori mržnje i dr.) samo su uvod u bitku. Ovisnost o gledanju interneta i televizije, igranju igrica (POKEMONI-virtualna stvarnost, ma daj!), reality šovovi... bitka je u punom jeku! Mržnja prema sebi i drugima, bezvoljnost, depresivna, čak suicidalna stanja svijesti... Mediji su pobijedili... zamalo!

Kao majka, udomiteljica i umjetnica moralnog karaktera, svaki dan preispitujem svoju svijest i etički moral te tražim načine kako da kroz struku osvijestim sve one koje poznajem i volim, one koje znam, one koje samo srećem ali i sve druge.

Želja mi je bila da na intiman, suvremen način prikažem svoju zabrinutost za utjecaj masmedija na djecu kroz medij kiparstva, tj. skulpture. Kiparstvo osobno smatram najmoćnijom od svih likovnih disciplina, jer je trodimenzionalna, a samim time opipljiva i stoga najjače utječe na svijest gledatelja (koji ju dožive usmeno).

Promišljajući o dječjoj svijesti, prisjetila sam se vlastitog djetinjstva u kojem sam puno vremena provodila pred ekranom, gledajući strane glazbene hitove na MTV programu i svijesna sam da je to utjecalo na moju osobnost, jer sam željela izgledati, plesati, pjevati, tj. živjeti kao "savršena" pop zvijezda. Serije i filmovi neprimjereni djeci još su me više zbunjivali (u seksualnom i svakom drugom smislu). Figura djevojčice zato prikazuje intiman trenutak u kojem dijete udobno sjedi na "stolcu budućnosti", samo sa svojim mislima, šokirano onime što je vidjelo i pitajući se „Što slijedi?“. Površinu lica oblikovala sam oblim plohama, kako bi simulirala mekoću djevojčicinog lika i njene osobnosti. Izraz lica, napete vratne žile i podignuta prsa ističu njenu zaprepaštenost, a čarape simboliziraju udobnost i "sigurnost" vlastitog doma.



25. Zaprepašten izraz lica



26. Čarape simuliraju udobnost doma

Danas znam da su djeca najpodložnija manipulacijama i obmanama i da sam i sama bila. Zbog silnih reklama, spavala sam sa kutijom slatkiša ispod kreveta, budila se nekoliko puta tijekom noći i kroz san sam ih jela te nastavljala spavati dalje, toliko sam bila ovisna o slatkom. Jednom sam pojela više od pola kile Raffaello kuglica i cijeli sljedeći dan povraćala. Poslije toga, nisam ih mogla okusiti godinama a želudac mi se dizao i kad bi vidjela reklamu. Zato sam nakon toga žderala Mars, Snickers, Twix, Milky way i ostalo!

Jeste li znali da psi mogu njuhom detektirati alergene i razinu šećera u krvi? Oni također oslobađaju od stresa i povoljno djeluju na cjelokupno zdravlje svojih vlasnika, a ujedno su i društveni katalizatori u smislu da ljudi koji ih imaju češće izlaze (i borave u prirodi), komuniciraju, sklapaju nova poznanstva, nisu skloni agresiji, depresiji itd.

Skulpture po modelima vlastitih pasa oblikovala sam jednostavnim, čistim linijama. U ovom djelu oni uvode receptore u naraciju o unutarnjoj, duhovnoj strani ljudskog bića, koja najviše trpi svakodnevnne, razne podražaje. Tako su pas u sjedećem i onaj u stajaćem položaju “nagriženi“ izvana pod utjecajem (medijskih) podražaja, a pas u ležećem položaju nije, jer je na njemu tek inicirano nagrizanje (putem češkalice). Nisam im modelirala oči, “prozore duše“ i lišeni su gesta na licima, jer je duhovna strana u suštini nevidljiva.

Kabel “spaja“ duh i materiju, jer svijest može nastati samo kada duh i materija u potpunosti surađuju. Na taj način željela sam osvijestiti publiku o bitnosti pravodobnog odgoja djece i mladih, na pravilno usmjeravanje u pogledu korištenja masmedija te promišljanja o njima. Svjesno sam koristila “bijelu“, centralno pozicioniranu estetičku kompoziciju u službu etike, kroz temu medija koji, kao što sam rekla, (beskompromisno) odgajaju suvremeno društvo i njihov pomladak.



27. Kabel, detalj

5. ZAKLJUČAK

Umjetnici mogu svjesno i nesvjesno djelovati na svijet podražaja u onima koji promatraju umjetnost.

Instalacijom “Nečujni komarci u noći mladog mjeseca“ svjesno sam željela djelovati na publiku - putem estetske forme, gestikulacije i ostalog, htjela sam potaknuti aktivno promišljanje o pitanju etike medijske kulture.

Iako se danas o teoriji umjetnosti malo raspravlja i promišlja (pisanje koncepta nije teoretiziranje), od početka povijesti do danas, svaki vid umjetničke djelatnosti je na neki način urođen u pojam etike, htjeli to umjetnici i publika ili ne.

Uzmimo za primjer djelo sakralne arhitekture, Crkvu sv. Petra i Pavla u Osijeku. Da se biskup J. J. Strossmayer zalagao samo za pomaganje potrebitima (gladnima, žednima, beskućnicima, siromašnima...), grad Osijek nikada ne bi imao katedralu, značajno djelo arhitekture i sakralnog slikarstva u Hrvatskoj.

Mogla bih navesti mnoge slične primjere diljem svijeta, gdje je zalaganje za umjetnost bilo ispred etičkog djelovanja.

Danas nam internet nudi pogled u svijet, samo par klikova dijeli nas od najnovije izložbe postavljene bilo gdje u svijetu ili stalne postave muzeja Prado, Louvre, Uffizi i dr.

Uz tolike mogućnosti javnog objavljivanja prava je šteta što danas, kada se govori o umjetnosti, estetika gotovo uvijek stoji ispred etike. To je zato što je bit sveg općeg rada, svake djelatnosti u krajnjoj liniji novac. A ono što je lijepo prije će se prodati nego ono što prikazuje “dobro“.

Postići to da na estetski prihvatljiv način moralno osvijestimo publiku nije lak zadatak, jer na kapacitet svakog promatrača utječe ponajprije njegova kultura, okruženje u kojem se nalazi, njegova želja i otvorenost za prihvaćanje umjetnosti i ostalo.

Smatram da bi ipak svako umjetničko djelovanje trebalo težiti k tome.

6. SAŽETAK

U želji da svojim radom osvijestim publiku o raznim utjecajima masmedija na djecu i mlade, etika i estetika nameću mi se same po sebi, jer likovna umjetnost i masmediji gotovo da ne postoje bez ova dva pojma.

Simbioza ovih filozofskih disciplina korisna je kako za promišljanje o umjetnosti, tako i za umjetničko djelovanje, pasivno ili aktivno.

Uz mnoštvo negativnih aspekata, novi mediji nude nam pogled u sve zakutke svijeta, dajući nam mogućnost da javno iznesemo svoja promišljanja i stavove diljem svijeta.

Umjetnik bi trebao biti svjestan vlastite etičke odgovornosti prema recipientima u kojima (uvijek) izaziva neke osjetilne reakcije, a “suvremena“ teorija umjetnosti trebala bi biti puno više od škrte teorije samog koncepta nekog umjetničkog djela.

Kroz ovo djelo promišljala sam estetičke i etičke forme te njihove odnose i značenja. Ujedno sam propitivala mogućnosti i (etičke) vrijednosti sebe same (od djetinjstva do danas), te pokušala izraziti vlastite utiske i stavove u dosadašnjem životnom iskustvu.

KLJUČNE RIJEČI: Etika, estetika, kiparstvo, masmediji

7. LITERATURA:

1. Kant, I., preveo: Sonnenfeld, V. D. (2003), Osnivanje metafizike čudoređa. Zagreb: Feniks.
2. Kangrga, M. (1980), Etički problem u djelu Karla Marxa, kritika moralne svijesti. Beograd: Nolit.
3. Kangrga, M. (2004) Etika, osnovni problemi i pravci. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
4. Adorno, V. T., prevod i predgovor: Kasim Prohić (1979), Estetička teorija. Beograd: Nolit.
5. Matijević, T. (2015), Na ruskom se umjetnost kaže iskustvo, Osijek: još neobjavljeno.
6. Martinović, R. (2014), Subliminalne poruke, okultna simbolika i društveni inženjering. Zagreb: TELEdisk.
7. Galović, M. (2011), Doba estetike. Estetika lijepog. Problemi s ljepotom: od totalitarne prijetnje do fascinacije ljepotom “digitalnog privida“. Zagreb: Ab.
8. Foster, H., s engleskog preveo: Goran Vujašinović (2006), Dizajn i zločin (i druge polemike). Zagreb: V. B. Z.
9. Šuvaković, M. (2005), Pojmovnik suvremene umjetnosti. Zagreb: Horetzky.
10. K.Marx, K. i Engels, F. (1953), Rani radovi. Zagreb: Kultura.
11. Nikolić, M. (2013), Etika medija. Dostupno na: <http://vulovic.rs/bvstudy/mmk/pdf/III%20predavanje.pdf> (05.07.2017)
12. Prema Fechner, G. T. Dostupno na: <https://www.scribd.com/document/350540747/3-Osjeti-i-Percepcija> (25.07.2017.)
13. Mance, I. (2007), Ljepota u umjetnosti i estetizacija svakodnevnice. Dostupno na: www.hrcak.srce.hr (25.07.2017.)
14. Jurić, H., Marjanić, S. i Percl, I. (2006), Životinjska žrtva u ime umjetnosti. Dostupno na: www.zarez.hr (10.08.2017.)
15. Johnson, P. J. (2010), The Art of Ethics. Dostupno na: www.dornsife.usc.edu (10.08.2017.)
16. Miliša Z. i Nikolić, G. (2013), Subliminalne poruke i tehnike u medijima. Pregledni rad. Dostupno na : www.hrcak.srce.hr (10.08.2017.)

17. Oprez! GMO komarci! Dostupno na:
<http://www.4dportal.com/hr/component/content/article/40/2422-oprez-gmo-komarci>
(11.07.2017.)

8. POPIS PRILOGA:

1. – 18. Romana Ban. Foto-dokumentacija izrade diplomskog rada, 2017.
19. Vlasta Delimar. Dostupno na: <http://forum.b92.net/topic/45221-instalacija-moderne-umetnosti/> (10.08.2017.)
20. Junxian Poon , “Life“. Dostupno na: www.dornsife.usc.edu (10.08.2017.)
21. Kara Walker, “A Subtlety“. Dostupno na: <https://culturehog.com/art-and-gentrification/> (12.08.2017.)
22. i 23. Romana Ban. Foto-dokumentacija izrade diplomskog rada, 2017.
24. Primjeri subliminalnih poruka sa seksualnim aluzijama. Dostupno na:
<http://www.epeira.it/articoli/immagini/ketchup-sporcaccione/> (12.07.2017.)
<http://www.newsactivist.com/en/articles/gendered-world-views-section-10-winter-2016-will-i-blow-your-mind-away> (12.07.2017.)
<https://www.pinterest.com/pin/555139091543758150/?lp=true> (12.07.2017.)
25. – 27. Romana Ban. Foto-dokumentacija izrade diplomskog rada, 2017.

