



„N

evideni Japan – Izložba Šunga grafika“

predstavlja dvadeset i pet šunga grafika iz kasnog Edo perioda (1830. – 1880. godine). Izložba prezentira široki spektar žanrovskih i tematskih karakteristika ovog umetničkog medija. U njima se mogu prepoznati najrasprostranjeniji elementi reprezentativni za šunga-žanr u periodu procvata (1780. – 1820.) – karakteristična kombinacija slike i teksta, uloga odeće u formiranju vizuelne naracije, prisustvo „treće strane“ i slično, ali i odlike nastale u specifičnim okolnostima vremena njihovog nastanka – pomeranje scenske postavke u eksterijer, uvođenje zapadne perspektive, kao i upotreba senki.

Tematski ova izložba obuhvata standardne ilustracije poseta „kvartovima za zabavu“, prizore iz čajdžinica i „brodova za uživanje“, kao uobičajenim ambijentalnim postavkama šunga grafika, ali u isto vreme predstavlja i manje tipične scene sa ama roniocima ili prikazom stranaca.

Kao originalne grafike, poreklom iz antikvarnih ilustrovanih albuma (različitih veličina), one u sebi nose tragove vremena, što doprinosi autentičnoj atmosferi njihovog doživljaja, različitoj i posebnoj naspram uobičajenih reproduksijskih prikaza.

Ukijo-e – „slike plutajućeg sveta“, japanske grafike u drvorezu, razvile su se kao samostalni umetnički žanr iz prakse štampanja tekstualnih ilustrovanih albuma. Prenošnje narativnog koncepta kombinacijom teksta i slike bilo je poznato, rašireno i praktikovano u japanskoj umetnosti još od XII veka, od kada je u različitim oblicima nastavilo da postoji i do danas. Prisustvo kaligrafije kao priznate umetničke discipline, uslovalo je nastanak ove svojevrsne simbioze u vizuelnom prezentovanju naracije, koja se preko slikarskog nasleđa transponovala i u tehniku drvoreza. Mogućnost prenošenja različitih kaligrafskih stilova direktno na drvenu matricu bila je od presudnog značaja za nastavak korišćenja ove tehnike i nakon pojave modernijih oblika štamparstva.

Potencijal samostalnog vizuelnog sadržaja u okviru dominantnog tekstualnog karaktera medija ehona (u svim njegovim oblicima), uočen je veoma rano, i već u XVII veku Ukijo-e grafike postale su poznate kao individualni žanr. Povezanost sa tekstom, međutim, zadržaće se kao jedna od njegovih glavnih karakteristika, kao i albumski način prezentacije.

Iako je inicijalno crpeo tematsku inspiraciju iz već postojećih stilskih škola, Ukijo-e žanr je vrlo brzo uspeo da razvije sopstvene karakteristike u predstavljanju, pre svega, popularnog, zabavnog i nepretencioznog sadržaja. Odatle potiče i njegov naziv, nastao iz budističke interpretacije prolaznosti i nezaustavljivosti vremena, kao medija koji je bio usmeren na dragocenost uživanja u datom trenutku, „plutanja“ iznad svih ograničenja i nesavršenosti ljudske egzistencije.

Procvat Ukijo-e žanra bio je uslovljen društveno-političkim okolnostima Edo perioda, u kome je od 1603. godine, nakon stogodišnjeg građanskog rata i neprestanih borbi za prevlast, konačno zavladao mir. Nova vlada – vojna uprava Tokugava klana, za svoje sedište izabrala je nerazvijeno područje u tokijskom zalivu i tako formirala grad Edo, kao novu prestonicu iz koje je upravljala svim provincijama i gradskim centrima – Osakom, Kjotom i Nagasakijem, između ostalih. Procvat trgovine i akumulacija dobara i novca prvo su omogućili bolji sistem obrazovanja, a samim tim

i stvaranje nove, gradske kulture. Tako se Edo počeo formirati kao najveći grad tog doba, a nakon razvoja sistema izrade polihromnih drvoreza u XVIII veku, stekli su se svi uslovi za nastanak grafika, koje danas generalno obuhvata termin Ukijo-e.

Iako su standardni drvorezi ili manje luksuzni albumi prodavani po ceni činije pirinča, njihova izrada zahtevala je komplikovan proces dizajniranja, graviranja i štampanja, koji nije bio proizvod jednog čoveka. Sistem je podrazumevao da tematiku grafike (ili serijala) odredi štampač, koji je pre svega bio vođen potražnjom tržišta. On bi onda unajmio umetnika, koji bi radio na nacrtu i dizajnu grafike, i prosleđivao ga graveru da izradi prvi otisak. Nakon što bi umetnik, potom, na prvom otisku, konturama grafike u crnoj boji, odredio raspored ostalih boja, njegov posao bi bio završen i time bi ceo dalji proces štampanja, distribucije i prodaje bio vraćen u ruke štampara. Popularni dizajn bi bio štampan u nekoliko desetina ili stotina kopija, u zavisnosti od prestiža umetnika ili ekskluzivnosti tehnike i materijala koji bi bili

korišćeni u izradi, dok su originalne matrice retko čuvane, zbog limitiranosti prostora za skladištenje.

U „prvom talasu“, najpopularnije teme bile su predstave poznatih gradskih ličnosti – glumaca iz kabuki pozorišta i lepotica iz kvartova za zabavu (bidin-ga). Imena koja su obeležila ovo „zlatno doba“ Ukijo-e stila su Harunobu, Šaraku i Korjusai. Boje su bile prirodne, što im je određivalo i vek trajanja. Ove posterske predstave portreta ili cele figure aktuelnih gradskih zvezda, bile bi direktno postavljane na zid, kao ikonografske reprezentacije idealizovane egzistencije, za razliku od standardnog načina izlaganja umetnina (najčešće u vidu svitaka), koje su zahtevale posebno odeljenje u sobi i bile rotirane u skladu s godišnjim dobima.

Zvanični sistem ši-no-ko-šo, u kome su na vrhu hijerarhijske lestvice bili samuraji, praćeni zemljoradnicima, zanatlijama i trgovcima, nije bio realni prikaz prave slike tadašnjeg društva, jer je trgovina omogućavala najveći profit. Ipak, pošto je ovaj sistem takođe formalno određivao adekvatne beneficije i raspodelu simbola moći i

luksuza, klasa najbogatijih nije smela da eksponira svoju finansijsku nadmoć, kao što ni samuraji nisu smeli da dozvole sebi nedostojno ponašanje. I pored mnogobrojnih ukaza i redovnog uvođenja „vanrednih mera“, zvanična birokratija nije uspevala da drži korak s intenzitetom i živošću gradskog života i ova pravila stalno su bila kršena, često na domišljate načine. Tako su Ukijo-e grafike omogućile dekoraciju enterijera i uživanje u vizuelnoj umetnosti onim slojevima građanstva koji pre toga nisu smeli da sebi dozvole ovakav luksuz.

Ulaskom u XIX vek, sa novim trendom sezonskih izleta izvan grada razvio se još jedan podžanr – pejzaž, u kome se naročito ističu radovi Hokusajia i Hirošige, danas verovatno najpoznatijih autora Ukijo-e žanra i proslavljenih izvan Japana naročito zahvaljujući uticaju koji su imali na francuski ekspresionizam. Predstave glumaca iz kabuki pozorišta nastavile su da budu glavna tema u radu Tojokunija I i Kunisade (Tojokuni III) a bidin-ga je proizvela neke od svojih najboljih primera s potpisima Utamara i kasnije Eisena

i Eizana. Ali, Ukijo-e grafike karakteriše široki tematski spektar – od botaničkih albuma, vodiča za najnovije modne stilove odevanja ili frizure, preko kalendara, zabavnih igara do budističkih ili fantastičnih sadržaja.

U težnji da formira sopstveni identitet, kao epicentar gradske kulture Japana Edo je vremenom toliko razvio svoju autentičnost, da je bilo uobičajeno prikazivati serije „popularnih restorana u Edu“, „popularnih lokacija u Edu“, „godišnje običaje u Edu“ i sl. kao što je Edoko, lokalni stanovnik Eda, bila titula s određenom težinom u smislu erudicije i rafiniranosti. Škola Ukijo-e stvaralaštva bila je neraskidivo vezana za nastanak i razvoj ovog grada, iako su grafike u drvorezu u manjoj meri produkovane i na drugim mestima, naročito u Kjotu, kao tradicionalnom centru umetnosti.

Popularizovanje grafika kao ilustracija čuvenih ratnika i legendarnih samuraja u radovima Kunijošija (i kasnije Jošitošija) polovinom XIX veka simbolizovalo je promene u društvu, koje su bile

izazvane pritiscima usmerenim ka otvaranju prema Zapadu i povratkom vlasti u ruke cara. Prelazak iz Edo u Međi period i početak modernizacije Japana 1868. godine označio je istovremeno i kraj Ukijo-e žanra u njegovom klasičnom smislu. Iako je jedan broj umetnika nastavio da proizvodi grafike u drvorezu, u maniru novih stilskih karakteristika, donetih sa Zapada, uz korišćenje veštačkih mešavina boja i primenu različite perspektive, njihov rad postao je vezan za pojam hanga (jednostavno „grafika“) i među njima se mogu istaći Čikanobu, Koson i Kuničika.

U XX veku, sa razvojem novih medija, pre svega fotografije, forma drvoreza smatrana je zastarelom i prevaziđenom, ali je u duhu nostalgije za prošlim vremenima, i naročito u cilju izvoza (pre svega u Ameriku) revitalizovana tokom 20-ih godina prošlog veka, od strane Vatanabe Šozaburoa. Ovaj izdavač obnovio je proizvodnju klasičnih Ukijo-e žanrova, sada pod uticajem realizma i sa sasvim novim sistemom vrednosti promovisao novu generaciju umetnika – Hasujia, Šinsujia i Goju.

Njihov rad poznat je pod zajedničkim terminom šin-hanga. Ideja o „umetniku kao individui“, pristigla sa Zapada, inspirisala je, s druge strane, jednu grupu umetnika da preuzmu celokupan proces proizvodnje na sebe i time prošire kreativne mogućnosti žanra. Ovaj pravac je poznat kao sosaku hanga a bitni predstavnici su Đuničiro Sekino, Saito Kijoši i Maki Haku. Bitno je pomenuti i umetnike iz porodice Jošida (Hiroši, Fudio, Toši..) koji su osnivanjem sopstvenog štamparskog studija uspeli da uspešno premoste razlike ova dva glavna pravca, kao i da osveže žanr prvim predstavama ne-japanske tematike. Dvadeseti vek obeležio je i rad prvih ne-Japanaca u ovom žanru (Paul Jacoulet, Klifton Karhu, Paul Binnie) kao i uključivanje japanskih autora iz hanga domena u internacionalne umetničke krugove (Fudita).

Japanske erotske grafike – odraz specifične seksualnosti?

Šunga (doslovno značenje - „slike proleća“), predstavlja standardizovani naziv za japanske drvoreze erotske sadržine, iako su sa sličnim značenjem korišćeni i termini makura-e, varai-e, šunpon, košokubon... U skladu sa različitim formama japanskog izdavaštva u Edo periodu (orihon, ehon, surimono...) šunga grafike su bile kreirane u vidu zasebnih celina ili kao deo serijala prezentovanog u obliku albuma.

Iako prisutne i poznate od samog nastanka izdavaštva, zasnovanog na otiskivanju drvenih matrica i razvoja Ukijo-e žanra, njihovo publikovanje, distribucija i prodaja zvanično su zabranjeni državnim cenzurom još od polovine XVII veka. Zato i uobičajena praksa potpisivanja umetnika, izdavača i neretko gravera na zasebnim Ukijo-e grafikama, odnosno obezbeđivanje svih podataka (uključujući dan, mesec i godinu izdanja, kao i punu adresu izdavača) u ilustrovanim albumima, kod šunga grafika nije bila poštovana.

U takvim okolnostima, iako ne postoje zvanični podaci o autoru određenog šunga albuma ili grafike, njihovo poreklo se može utvrditi prema stilskim karakteristikama ili na osnovu retkih, ali povremeno, ipak, ponuđenih informacija. U slučaju poznatijih umetnika, njihov rad bi ponekad bio dokumentovan kroz anale ili dokumentaciju asistenata koji su pomagali u studiju, tako da je većinu šunga grafika, ipak, moguće datirati i napraviti paralelu sa stilskim osobenostima karakterističnim za određeni period.

Dobro je poznato da su svi viđeniji umetnici stvarali šunga grafike, iz ekonomskih ali i stilskih razloga. Hokusai, kao najreprezentativniji predstavnik ne samo Ukijo-e žanra, već i celokupne japanske umetnosti, u svom opusu ima veliki broj šunga grafika (10% celokupne produkcije.), kao i Utamaro, čija trećina radova predstavlja šunga grafike.

Nemoguće je utvrditi tačan broj albuma ili zasebnih grafika koje su prozvedene u veku njihovog procvata (između polovine XVIII i

polovine XIX veka) ali obim erotskog vizuelnog materijala u Japanu ovog vremena nema premca u svetu. S obzirom da je jedna od glavnih karakteristika ovog perioda bila politika zatvorenosti prema ostatku sveta – sakoku, koja je predstavljala formu totalitarne kontrole, u ovom slučaju trgovine, šunga grafike je moguće sagledati kao izraz "autentično japanske seksualnosti".

Uslove za formiranje specifičnog odnosa prema seksualnosti moguće je jasno ispratiti kroz vekovima dugu istoriju književnosti koja je isticala ljubavne avanturiste kao glavne protagoniste, među kojima su Arivarano Narihira i Princ Gendi, svakako, najpoznatiji..

Ono što je jasno i očigledno prezentovano kroz šunga grafike jeste činjenica da je stav Japanaca u odnosu na likovnu prezentaciju erotskog materijala, u veku pre otvaranja prema ostatku sveta, bio izuzetno slobodouman i nesputan, da je seksualnost smatrana prirodnom i da nije poznavala gotovo nikakve tabue, povezivana podjednako s fantazijom koliko i s realnošću svakodnevnog

života. Šunga grafike, kao deo gradskog pejzaža, bile su dostupna i slobodno konzumirana refleksija prevladajuće atmosfere, u kojoj su svi oblici individualnih seksualnih preferenci podjednako bili normalni, tolerisani i uvažavani.

Upotreba i funkcija: Dešifrovanje vizuelnog koda

Voajerizam, koji se najčešće interpretira u negativnom kontekstu kao agresivan i intruzivan, a neretko smatra i oličenjem socio-psihološke devijacije, u kontekstu japanske kulture, kao i načina na koji je ona interpretirana u vizuelnim umetnostima, podrazumeva se kao sastavni deo svakodnevnice, uslovljene specifičnim geografskim karakteristikama i iz njih proistekle arhitekture. Klasična gradnja u drvetu i papiru, kao i mnogobrojni načini mobilnog pregrađivanja prostorija (klizna fusuma vrata, paravani), uz visoku koncentraciju populacije uobičajenu za velike urbane centre, podrazumevala je (i dalje

podrazumeva) stalno prisustvo „drugih“ u ličnom prostoru – šire familije, posluge, zajedničkih stanara – i samim time uvid i u najintimnija opštenja, u ono što se odvijalo u postelji (bračnoj, ljubavničkoj ili bordelskoj).

Ovakva situacija proizvela je kulturne specifičnosti koje su do danas ostale među najbitnijim odlikama japanskog društva – sposobnost povlačenja jasne crte između sebe i drugih, čak i u najintimnijim situacijama i odnosima i običaj nošenja mnogobrojnih socijalnih maski koje olakšavaju ovakav postupak. Naizgled prevladajuća „kolektivna“ svest, kao navodna osobnost istočnjačkih društva, tako se dovodi u pitanje, a uvid u kulturnu konstrukciju seksualnosti u tim društvima jasno ukazuje da se „ličnost“ ili „ja“ posreduje drugačijim, možda i kompleksnijim, socijalnim inventarom.

„Voajer“ u kontekstu japanske vizuelne kulture ovog vremena dobija sasvim osobeni karakter. Osim očiglednog oslikavanja posmatrača kao fizički prisutnih u samom okviru prikazanog narativa,

njihova uloga je često ponuđena metaforički, kao supstitucija za aktivno učešće čitaoca (odnosno gledaoca). Kompresija ove uloge otišla je toliko daleko da se u specifičnom maniru šunga grafika podrazumevalo kako je bilo koji predmet – čašica sakea, naizgled nemarno ostavljena pokraj nogu ljubavnik ili lepeza prisutna u kadru - može da ponudi svojevrsno „otvaranje vrata“ kroz koja je svako dobrodošao da u sliku „uđe“ i da se u istoj zamisli.

Zapravo, svi vizuelni elementi prisutni u šunga grafikama – pozadina, prikazana poza, međusobni odnos ili lične osobine partnera sugerisani kroz izraze lica ili prateći tekst, naslovi ili ponuđena imena (protagonista kao i lokacija), dizajn odeće i stepen telesne izloženosti, enterijer ili pejzaž - formiraju specifičan kodifikovani sistem značenja. Kao i u svakom drugom sistemu nepoznatih kodiranih znakova, bolje razumevanje šunga grafika nužno zahteva tumačenje šireg kulturnog miljea iz kojeg su potekle. Iako tako eksplicitne, retko su prikazivale potpunu nagost, što je u direktnoj vezi sa specifičnim „kultom odeće“

koji, na podjednak način, kao i stalna „izloženost“ privatnosti, ostaje karakteristika japanskog društva i u okvirima savremenosti.

Umetnički motiv akta prenet je u Japan sa Zapada i našao je adekvatne odgovore u japanskoj umetnosti XX veka, ali je u slučaju klasičnog slikarstva i Ukijo-e grafika njegova estetska vrednost bila nepoznata. Osnovna razlika ovde se, zapravo, svodi na vizuelnu i erotsku privlačnost kože i telesnih oblina, za razliku i nasuprot „kostimu“, odnosno pojavnosti tela predstavljenog odećom. Dok je Zapad svoju estetsku (i erotsku) baštinu zasnivao na idealu lepote, likovno predstavljenom kroz helensko-rimske statue i bogatu tradiciju klasičnog slikarstva, Istoku je mnogo bliža predstava „maskiranja“ i težnja za komoditetom statusne simbolike, koja je bila prezentovana kroz odeću.

Po izvesnim tumačenjima, odeća je predstavljala ne samo ulogu (i u njoj sadržani erotski naboj) koju je osoba igrala u društvu, već i njen pol i rod – nije retko da se rodne razlike u japanskom slikarstvu mogu naslutiti isključivo putem odeće, jer

jasno ustanovljeni sistem za ilustraciju različitosti u prikazivanju telesnih oblina (osim genitalija) jednostavno nije postojao.

S obzirom da je odeća smatrana podjednako (seksualno) poželjnom koliko i sama osoba koja ju je nosila, ne čudi istorijski poznata činjenica da su postojali specijalni dogovori između izdavača šunga grafika (od kojih je najveći bio Cutaja Tezaburo, s radnjom ispred same Jošivare) i proizvođača kimona, tako da su one često ilustrovale najmodernije dezene, na isti način kao što bi prikazivale popularne kuritzane (u specijalnom dogovoru s vlasnicima bordela) u kataloškom maniru). Utoliko su šunga albumi mogli imati funkciju svojevrsnih „vodiča“ za ponudu noćnog života grada, glavne tendencije u modi i trenutno aktuelne predvodnike ovih trendova.

Iz razloga koji se mogu formulisati kao „nedostatak prikaza primarnih erotskih elemenata“ (realističnog oslikavanja kože i telesnih oblina), šunga grafike neretko akcentiraju nesrazmerno uveličane polne organe, oslanjajući se na

ikonografiju i simboliku odeće i enterijera koji kreiraju prateću „atmosfera“, situaciju i okvir, kao elemente koji doprinose stvaranju balansa u odnosu na direktnu fokusiranost na polni čin.

Ako pretpostavimo da je goli akt isticao želju za dodirrom i bliskošću ljudskog tela, japanske šunga grafike insistiraju, zapravo, na suprotnom - želja je inicirana obećanjem luksuza i ugodnosti bogato ukrašene odeće ili zavodljivošću enterijera, ponudnog pogleda kroz prozor, poželjnom lokacijom ili situacijom... prvoshodno sugestijom i obećanjem komoditeta, a ne emocije. Za svoj novac kupac šunga albuma očekivao je da dobije što realniji i opipljiviji fantazam, a ne kontemplativni i estetizovani prikaz ljudske izolovanosti, koje je, u tada već milionskoj atmosferi prestonice, bio svestan.

Publika, medijske i žanrovske odlike

Nastanak i razvoj specifičnih elemenata ovog kodifikovanog vizuelnog sistema, za koji smo

ustanovili da, zapravo, predstavlja šunga grafiku, diktiran je i spoljnim elementima. To su pre svega bila ograničenja same tehnike i metode njihove proizvodnje – drvorezi ne dozvoljavaju previše detalja u osenčavanju, što je od presudnog značaja za realistično oslikavanje tela, dok istovremeno predstavljaju jako dobar medij za površinsko ukrašavanje i ornamentiku. Iako je ovaj žanr u Japanu uspeo da se razvije do neslučenih visina u majstorstvu izrade, tako da se u drugoj polovini XIX veka ponekad koristilo i do 40 zasebnih matrica (po jedna za otiskivanje svake boje i nijanse) za jednu grafiku, ipak, ograničenja u smislu veličine i mogućnosti prezentacije ne mogu se zanemariti.

Takođe, treba imati na umu da su šunga grafike pre svega bile komercijalni proizvod namenjen da odgovori potrebama, preferencama, senzibilitetu, karakteru, navikama, budžetu i osobenostima njihove publike – prvenstveno muške Edo populacije tokom vrhunca vojne vladavine Tokugava šogunata.

Sistem rotirajuće vojne obaveze (sankin

kotai) nalagao je svim provincijskim vladinim namesnicima (daimjo) da jednom godišnje provedu određeno vreme u prestonici. Tokom ovakvih poseta Edu, lokalni namesnici su sa sobom doveli svoju celokupnu vojnu pratnju. Ovi samuraji su bili među najvećim konzumentima šunga grafika, iako su bogati trgovci i zanatlije bili, zapravo, osnovna ciljna grupa luksuznijih, bogatije urađenih i poveznih izdanja šunga grafika, ponekada smatranih svojevrsnim trofejem ili suvenirima sa uvek poželjnog i "iki" (modernog) izleta do Jošivara kvarta (najpoznatiji „kvart zabave“ u gradu). Iako zvanično nižeg statusa (čonin) na hijerarhijskoj lestvici u odnosu na socijalno privilegovanije klase samuraja i aristokratije, ovi profiteri razvoja gradske kulture su bili pravi tvorci njenog autentičnog stila i njena glavna pokretačka sila, koja se trudila da stvori sopstveni odgovor na vekovima rafiniranu (i nedostupnu) elitnu kulturu gajenu na dvoru, u carskoj prestonici - Kijotu.

Kao publika se, međutim, kroz razne zapise, navode i monasi (i monahinje), devojke

u pripremama za prvu bračnu noć, kao i mladi ljubavni parovi. Primeri homoseksualne ljubavi (između dvoje muškaraca ili dve žene, podjednako) bili su takode prikazivani u šunga grafikama, kao i ekstremni-šaljivi-fantastični oblici vodenja ljubavi između ljudi i životinja ili fantastičnih bića.

Iako broj i opseg šunga grafika svedoči o otvorenom i liberalnom pristupu koji je japanska gradska populacija imala prema seksu i odabiru partnera, često bi dolazilo do negiranja prave funkcije i uloge šungi kod kasnijih istoričara, koji su nastojali da kreiraju adekvatniju verziju prošlosti. Tako je, na primer, često navodeno obrazloženje da one mogu štititi od vatre, da su prvenstveno korišćene u edukativne svrhe, za muškarce koji se odriču od seksa u spiritualne svrhe (zarad duhovnog pročišćenja) ili da štite vojnike od povreda.

Korelacija sa vladajućim tokovima Ukijo-e stila, takode je bila konstantna odlika šunga grafika. Ovo se najviše ogledalo u razvoju same tehnologije, kolorita i perspektive, ali je važilo i za druge osobine. Njihova scenska postavka se izmestila u eksterijer,

upravo, u vreme popularnosti Hirošigea i Hokusaija, najvećih autoriteta u pejzažnom stilu (fukei), a scene agresivnijeg seksa počele su da budu prikazivane u isto vreme kada su na tržištu preovladavali radovi Kunijošija i Jošitošija, autora „samurajskog“, čisto muškog i vojničkog podžanra (muša-e).

Kompleksna simbolika i koncentracija celokupnog literarnog i likovnog nasleda iz ranijih vekova, karakteristična za Ukijo-e žanr, često se reflektovala i u šunga grafikama – pored dobro poznatih, tipično japanskih vizuelnih simbola poput trešnjinog cveta ili bambusa, ovo je obuhvatalo aluzije na popularne istorijske, mitološke i fiktivne ličnosti, poznate geografske lokacije, sezonska dešavanja i praznike... To se odrazilo i na tehničke specifičnosti žanra, poput mitate parodija ili pozicioniranja naslova u pravougaonim okvirima smeštenim u uglovima glavnog kadra, praksu grupljanja u serije sa zajedničkom tematikom.

Ono u čemu su se, međutim, glavni Ukijo-e pravac i šunga razišli tokom XIX veka, bila je veličina samih grafika, s obzirom da su Ukijo-e

sve više proizvedene kao zasebni dizajn (uključen u nedeljno izdanje novina) u punoj veličini (oban) ili čak kao dvostruke ili trostruke oban stranice (ni mai, san mai cuzuki) dok se veličina šunga grafika nakon 1830. godine smanjila na manji - ćuban format, a njihovo izdavanje se, uglavnom, svelo na formu ilustrovanih albuma. Iako je prva decenija XIX veka predstavlja doba procvata šunga grafika, izdavanja u punoj veličini, ovaj trend je nastavio da bude u praksi sve do zalaska (i nestanka) celokupnog žanra krajem XIX veka.

Šunga grafike danas: Umetnost ili pornografija?

S obzirom na bezvremenu aktuelnost i kao večiti izvor fascinacije, nemoguće je zanemariti ili osporiti i čisto umetničku vrednost koju šunga grafike nose – mogućnost da se u ovom stilu uživa i na čisto grafičkom i vizuelnom nivou, bez ikakvog bližeg poznavanja žanra ili posedovanja dodatnih informacija.

Odnos prema šunga grafikama u modernom Japanu do nedavno je bio kontraverzan. Zbog toga su izložbe šunga grafika ili izdavanje akademskih publikacija na tu temu bile do 90-ih godina XX veka strogo zabranjeni, što je kao posledicu imalo određenu dozu rezerve i kod ozbiljnijih institucija i izdavača na Zapadu. Danas se čini da je situacija upravo obrnuta, a uzrok procvatu popularnosti i finalnom priznanju šunga grafika kao ravnopravnog umetničkog žanra možda treba tražiti u svojevršnom bumu (ili krizi?) savremene umetnosti. Progane sa tržišta u momentu početka modernizacije Japana kao neadekvatne i neprikladne u procesu formiranja nacionalnog identiteta, šunga grafike danas se smatraju jednom od bitnijih odrednica njegove vizuelne artikulacije.

U vremenu najveće popularnosti i procvata, Ukijo-e grafike nisu bile smatrane "visokom" umetnošću, koja je, uglavnom, bila rezervisana za dvorsko slikarstvo i primenjene umetnosti, a njihova glavna odlika zasnivala se

na pristupačnosti. Ali upravo zbog toga, s druge strane, iako nisu bile prepoznate kao „dostojni“ eksponati za uglednije kuće, Ukijo-e grafike uspele su da očuvaju autentične vizuelne preference svog vremena i da dokumentuju važan deo Edo društva.

Stepen i intenzitet „otvorenosti“ i „direktnosti“ prikazivanja erotskog materijala postignuti kroz ovaj medij nema adekvatne paralele u likovnom nasleđu bilo koje druge kulture, i utoliko predstavljaju autentičan umetnički žanr.

Nesporno je da današnji „čitalac“ šunga grafike ne može da uživa u ponuđenom likovnom sadržaju na isti način kao prosečan stanovnik Eda, već je prinuđen da interpretira ponuđeni vizuelni materijal iz sasvim druge perspektive, često s izvesnim stepenom „retro“ manirizma i nostalgije, idealizovane predstave o Japanu, koja je i danas prisutna na Zapadu. Ali, intertekstualnost i višeslojnost značenja, kao glavni argumenti koji idu u prilog njihovom umetničkom značaju, kao i trans-nacionalna ili trans-kulturna privlačnost u pogledu kompozicije

i kolorita, iziskuju stalnu potrebu za novim čitanjem i vrednovanjem šunga grafika.

Šunga grafike ilustruju umanjene, zatvorene, kodifikovane svetove. Količina detalja i iscrpnost vizuelnih informacija iskorišćenih u njihovoj realizaciji su tolikog intenziteta da se često graniče s *horror vacui*. One time komponuju prostor koji je otvoren za najrazličitije interpretacije i ličnu angažovanost u odgonetanju značenja van dominantnog prizora. Konačno, ostaje otvorena mogućnost da se u njima i dalje pronade, estetizovani ili realni, operativni portal komuniciranja čisto erotske sadržine.

Jelena Stojković

VEZANI U LJUBAVI

Nepoznati autor, c.1880.

Mise en page, specifičan za šunga žanr, često je podrazumevao intertekstualnost prikazanih elemenata u cilju konstrukcije višeslojnog značenja. Kimona, pozadina, tekst ili naslov, često su sugerisali kontekst u čiji okvir je bilo potrebno postaviti scenu – kompletan i izolovan svet funkcionalan izvan ravni svakodnevene realnosti, u cilju intenziviranja njihove finalne svrhe – erotsskog užitka i zadovoljstva posmatrača.

Ljubavnici su okruženi figurama koje na licima nose maske sa kineskim karakterima u specifičnoj (vizuelizovanoj) igri reči: umanjene replike muškarca u identičnim kimonima nose znak za ‘misliti’ (‘omou’ – s leve strane) i ‘biti obazriv’ (‘šian’ – s desna) dok preostale tri nose znak za ‘musubu’, originalno sa značenjem ‘vezati’ ili ‘spojiti’ ali u ovom slučaju korišćenom kao sugestija za vođenje ljubavi (od glagola ‘musubareru’). S obzirom da naslov u levom donjem uglu desnog dela grafika, izvan margina glasi: ‘mičibiki’ sa značenjem ‘spritualnog vodstva’ scena bi trebalo da predstavlja izvrgavanje ruglu pokušaja spritualne kontemplacije pred iskušenjima telesnog užitka.

Žičani instrument - šamisen postavljen je ispred partnerke, koja nosi pljosnatu verziju klasičnog japanskog slamenog šešira, poznatog kao okesa-gasa.



EKSTAZA

Kacušika Hokusai (1760. - 1849.),

Iz albuma: Kinoe-no komacu, 3 toma, 1824., I. tom, 3. grafika

Hokusai, najpoznatiji autor u domenu Ukijo-e žanra, slavu je stekao zahvaljujući sveopštoj popularnosti 'Velikog talasa' (Kanagava okiro ura, iz serijala 'Trideset i šest ilustracija planine Fudi', Fugaku sandu rokken) i činjenicom da je tvorac pojma Manga (u serijalu 'Hokusai Manga', 1814.). Priznat je kao likovni genije još od svojih savremenika a njegov opus u šunga maniru je jako dobro poznat i dokumentovan.

Ljubavnici su prikazani u momentu ekstaze. Muškarac koristi higozuiki (sušenu biljku zuiki - arum maculatum) radi povećanja zadovoljstva partnerke. Ukrasi u kosi ukazuju na činjenicu da je partnerka kurtizana, a zadignuti donji veš vidljiv oko njenog struka je detalj koji je Hokusai često koristio u svojim šunga radovima.

Tekst predstavlja dijalog između ljubavnika s dosta onomatopejski izraženog užitka, naročito od strane partnerke.

Grafika je ilustrovana u knjizi 'Japanese Erotic Fantasies, Sexual Imagery of the Edo Period', Chris Uhlenbeck i Margarita Winkel, Hotei Publishing, Amsterdam, 2005., str. 160 i Kinoeno Komatsu, Gakken, 1996. (konsultovati i za punu transkripciju teksta), str.79. Iz istog je albuma kao i poznata predstava žene-ronioca kako vodi ljubav sa oktopusom (Tako to ama) (videti publikaciju gore, str.161).

LUKA

Nepoznati autor, c.1835.

Polihroni drvorezi (niški-e) su počeli da se proizvode polovinom XVIII veka. Svaka boja je zahtevala graviranje posebne matrice, na koje se ručno pravljen papir pritiskao odozgo. Sve boje koje su se inicijalno koristile su bile 100% prirodne, sve do uvoza sintetičkih mešavina sa Zapada, od kojih je prva – “pruska plava” (bero-ai) bila poznata još od 1820-ih.

Bračni par vodi ljubav na terasi s pogledom na luku.

Naslov “Ijagaru kaode teišu-o đinkjosaseru jome” (Mlada koja kiselim licem svog muža tera u bolest) predlaže humorističan podtekst, komičnu verziju čitanja onoga što se dešava – navodno nezainteresovana partnerka primorava svog ljubavnika da preuzme inicijativu zbog čega će mu “biti loše” (reč “đikjo” sa značenjem “opadanja imuniteta” u kineskoj medicini). Ovakva praksa paralelnog isčitavanja “teksta” nije bila neuobičajena i nudila je još jedan nivo na koji se šungama moglo uživati. Centralna kompozicija postavljena je u predivan pejzaž u pozadini.

Stil i kompozicija sugerišu da je verovatno u pitanju rad Utagave Kunijošija.



TETOVAŽA

Nepoznati autor, c.1860.

Tetovaže (irezumi) su u grafikama Edo perioda smatrane aluzijom na romantične odmetnike od društva, inspirisane legendarnim kineskim romanom prevedenim na japanski kao Suikoden u XVIII veku. Ovi “robinhudovski” karakteri su bili popularni junaci u pričama i pozorišnim predstavama tog vremena. Takođe, tetovaže su nosili i vatrogasci, čiji se poziv smatrao izuzetno opasnim i koji je zahtevao telesnu snagu i čvrstinu zbog čega su bili poštovani u društvu. Moguće je izvesti paralelu sa praksom japanskih Jakuza da svoje telo prekrivaju tetovažama, kao simbol odvažnosti i “otpadništva” od društva.

Retki prikaz ljubavne scene u kojoj partnerka ima tetovažu na ruci – kineski karakter u arhaičnom maniru, verovatno ime ljubavnika.

Likovna dokumentacija podatka da su i pripadnice lepšeg pola praktikovale tetoviranje u devetnaestovekovnom Japanu može se videti i u “Itaso” grafici, iz serijala ‘32 aspekta ženskih osobina’ (Fuzoku sandu niso) Taiso Jošitošija (1839 – 1892.) iz 1888. godine, iako postoje teorije da se ovakva praksa vezivala uglavnom za pripadnice nižih slojeva i prostitutke.



REČNIK POJMOVA

gaijin . 外人 . stranac, ne-japanac

geta . 下駄 . drvene papuče

Edo . 江戸 . današnji Tokio.

Ustanovljen 1590. kao sedište Tokugava šogunata (za razliku od carske prestonice – Kjoto) i centar vojne moći. Već 1750-ih brojao je milion stanovnika, što ga je činilo najvećim gradom na svetu tog vremena.

Edo period . 江戸時代 . takode: Tokugava period.

Doba vladavine Tokugava šogunata, period dominacije vojne (samurajske) vlasti između 1603 – 1868. godine, koje je utemeljio prvi šogun – Tokugawa Iejasu. Glavne odlike ovog perioda – Tokugawa Iejasu. Glavne odlike ovog perioda ujedinjenja, nakon stogodišnjeg građanskog rata, bile su mir i zatvorenost ka spoljnom svetu.

emakimono . 絵巻物 . zapisi i ilustracije na pergamentima koji su se odvijali tako da simultano predstavljaju sliku i tekst

ehon . 絵本 . „knjige slika“ – ilustrovani albumi.

Mogući izvor nastanka celokupnog Ukijo-e žanra, koji je prvobitno bio usko vezan za književni sadržaj i pratio naraciju kao ilustracija.

zori . 草履 . slamene papuče

iki . 粋 . moderno, aktuelno

irezumi . 入れ墨 . tetovaže

jakatabune . 屋形船 . “brodovi zadovoljstva”

Jokohama-e . 横浜絵 . „slike iz Jokohame“,

specifičan pod-žanr u Ukijo-e stilu, koji je tematski

bio posvećen strancima u Japanu i njihovim običajima.

Jošivara . 吉原 . „polje sreće“, najveći i najpoznatiji 'kvart zabave' u Edo otvoren 1617.

kabuki . 歌舞伎 . „pesma, igra, kultivisanost“, tradicionalno pozorište

kage . 影 . senke

macu . 松 . borovo drvo

macuri . 祭り . festival, praznik

mitate . 見立 . „slike parodija“

oban . 大判 . približno 24 x 37 cm, standardna veličina Ukijoe-e grafika

obi . 帯 . pojas (kimona)

rangaku – skraćeno od Oranda Gaku . オランダ学 . – Holandske studije

sake . 酒 . pirinčano vino

sakoku . 鎖国 . politika izolacije Japana tokom Edo perioda

sakura . 桜 . cvet trešnje

secugecuka . 雪月花 . „sneg, mesec, cvet“, estetsko trojstvo karakteristično za stil Ukijo-e grafika

Tokugava šogunat . 徳川幕府 . vladavina šoguna iz Tokugava klana tokom Edo perioda. Vojni sistem vlasti koji se temeljio na konfučijanizmu, samurajskom kodu ponašanja (bušido) i svedenoj estetici Zen Budizma.

ćiraši-gaki . ちらし書き . oblik kaligrafije nastao kroz ispisivanje poezije (tradicionalno odozgo na dole i s desna na levo) tako da ispis nije linearno

pratio papir već je mogao da bude razbacan u svojevrsnom rebusu, za čije je odgonetanje ili trebalo poznavati stil kaligrafa ili samu pesmu
ćuban . 中判 . manji Ukijoe-format – približno 19 x 26 cm

Ukijo-e . 浮世絵 . „slike plutajućeg sveta“

fusuma . 襖 . klizna vrata, uglavnom, napravljena od lakog drvenog rama i papira, mobilnog karaktera koji je dozvoljavao pregrađivanje prostorija prema potrebi

cuzuki . 続き . nastavak, u ni-mai-tsuzuki . 二枚 続き . ili san-mai-tsuzuki . 三枚 続き . Ograničen je veličine formata Ukijo-e grafika nastalo je kao posledica standardne upotrebe drveta dudinje u izradi drvoreza. Radi povećanja formata, prihvaćena praksa u XIX veku je bila da se dizajn proizvede u „nastavcima“ od dve ili tri strane.

šamisen . 三味線 . trožičani muzički instrument

LITERATURA

Steven T. Brown (ed.), *Cinema Anime*, Pallgrave MacMillan, New York, 2006.

Fran Lloyd (ed), *Consuming Bodies, Sex and Contemporary Japanese Art*, Reaktion Books, London, 2002.

Richard Lane, *Images of the Floating World, The Japanese Print*, Chartwell Books Inc., Switzerland, 1978.

Timon Screech, *Sex and the Floating World, Erotic Images in Japan 1700 – 1820*, Reaktion Books, London, 1999.

Chris Uhenbeck, Margarita Winkel, *Japanese Erotic Fantasies, Sexual Imagery of the Edo Period*, Hotei Publishing, Amsterdam, 2005.

Marco Fagioli, *Shunga: The Erotic Art of Japan*, Universe Publishing, New York, 1998.

Tom i Mery Anne Evans, *Shunga: The Art of Love in Japan*, Paddington Press Ltd, New York, 1975.

Tsujii Nobuo, *Kinoo no Komatsu, Katsushika Hokusai*, Gakken, Tokyo, 1996.

Rebecca Salter, *Japanese Popular Prints*, A & C Black, London i University of Hawaii Press, Honolulu, 2006.

Robert Schaap, *Heroes and Ghosts, Japanese Prints by Kunijoshi 1797 – 1861*, Hotei Publishing, Leiden, 1998.

Penelope Mason, *History of Japanese Art*, Prentice Hall, New York, 1993.

Michele Marra, *Modern Japanese Aesthetics*, University of Hawaii Press, Honolulu, 1999.

Jack Hillier, *The Art of Japanese Book*, Philip Wilson Publications Ltd., London, 1987.

Dragan Milenković, *Šunga, SJD 'Beograd-Tokio'*, Beograd, 2008.

Marina Wallace, Martin Kemp, Joanne Bernstein, *Seduced: Art and Sex from Antiquity to Now*, Merrell Publishers Ltd, London, 2007.

Sumie Jones (ed), *Imaging/Reading Eros: proceedings for the conference Sexuality and Edo Culture, 1750 – 1850*, Indiana University, Bloomington, 1995.

BIOGRAFIJA

Jelena Stojković /Autor teksta, kustos izložbe i vlasnik kolekcije izloženih šunga grafika/

Paralelno sa studijama Arapskog jezika i književnosti studirala Japanski jezik i književnost na Katedri za orijentalistiku Univerziteta u Beogradu. Diplomirala oba smera. Putovala u Japan samostalno 2001. godine i kao stipendista japanskog Ministarstva za kulturu (Monbušo) 2004. godine. Od 2005. do 2008. radila u Galeriji specijalizovanoj za Ukijo-e grafike u Londonu (*Japanese Gallery*).

Trenutno na postdiplomskim studijama iz Istorije (japanske) umetnosti pri Školi za orijentalne i afričke studije u Londonu (*SOAS – School of Oriental*

and African Studies). Radi kao novinar od 2002. godine. Član grupe “Mikser” od 2003. godine.

Anonymous said:

Projekti Anonymous said: obuhvataju polja inovativne kulturne i umetničke prakse u regionu, projekte iz oblasti menadžmenta, marketinga i kreativnog PR-a u kulturi, organizaciju umetničkih projekata i različite forme kulturne saradnje između najznačajnijih centara u regionu Zapadnog Balkana, koja uključuje razmenu stručnjaka, umetnika, organizaciju radionica i predavanja.

Rad organizacije definisan je u okviru tri celine – Umetnost i kontekst, Kultura i fenomeni i Edukativni segment.

U dosadašnjem radu organizacija Anonymous said: realizovala je izložbu LP i CD omotnica Mirka Ilića “Greatest Hits”, projekat “SLUM TV”, radionicu i koncerte “Damir Imamović Trio”, izložbu “Ljubav i drugi zločini” u saradnji sa Stefanom Arsenijevićem. Anonymous said: Sandra Marković, Anica Tucakov, Dušica Dražić

Anonymous said:

www.anonymoussaid.org

Cara Nikolaja 61b, 11 000 Beograd

E: markovic.sandra@anonymoussaid.org

anica.tucakov@anonymoussaid.org

dusica.drazic@anonymoussaid.org

dju dju
kuća čaja
možda trend2

NEVIĐENI JAPAN - SHUNGA grafike

Kuća legata, Kneza Mihaila 46, Beograd

18.12.2008. - 15.01.2009.

Kustos, autor teksta, vlasnica kolekcije

prezentiranih shunga grafika:

Jelena Stojković

Dizajn kataloga i postavka izložbe:

Dušica Dražić

Autor promotivne kampanje:

Stefan Arsenijević

Anonymous said:

Sandra Marković, Predsednik

Anica Tucakov, Programski direktor

Dušica Dražić, Projekt menadžer

Štampa:

Standard2, Beograd

Jelena Stojković se zahvaljuje:

Tanji (i Mikseru), Močku, Miši, Marku, Joško na

pomoći u tumačenju grafike "Vezani u ljubavi",

Marijani, Marleni, Maji, Mirku, mami i Vladi

Anonymous said: Hvala

Ani Popović Bodroži, Stefanu Arsenijeviću, Biljani

Ristivojčević Bižić, Nikoli Đuričku, Jovani Mirković,

Srdanu Goluboviću, Vukašinu Đeliću WoO.

Organizacija i produkcija izložbe:

anonymous said:

Izložbu podržala:



Medijski sponzor:

Magazin Playboy

Sponzori otvaranja:

Restoran Dju Dju

Kuća čaja

