

Oblikovanje karata za poticanje dijaloga

Nemet, Gabrijela

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:159229>

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

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



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU
ODSJEK ZA VIZUALNU I MEDIJSKU UMJETNOST
DIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ ILUSTRACIJA

GABRIJELA NEMET

**OBLIKOVANJE KARATA ZA
POTICANJE DIJALOGA**

DIPLOMSKI RAD

MENTOR:

izv. prof. dr. art. Ana Sladetić Šabić

SUMENTOR:

doc. dr. sc. Lana Skender

Osijek, 2024.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja Gabrijela Nemet potvrđujem da je moj diplomski rad
diplomski/završni
pod naslovom Oblikovanje karata za poticanje dijaloga
te mentorstvom izv. prof. dr. art. Ane Sladetić Šabić

rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanove.

U Osijeku, 19.06.2024.

Potpis



Sažetak

Diplomski rad pod nazivom *Oblikovanje karata za poticanje dijaloga* odraz je raznolikosti definicije „idealno tijelo“ te problema s kojima se suočavamo pri analizi istog. Inspiraciju za vizualno oblikovanje karata pronašla sam u različitim aspektima figuracije i oblicima tijela. Pokušala sam oblikovati karte i ilustracije putem inkluzivnosti, raznolikosti iskustava, te prikazu situacije bez osude.

Praktični dio diplomskog rada je umjetnički rad, a sastoji se od ambalaže i 45 ilustriranih karata za poticaj dijaloga, te priloženih uputa, liste cvijeća i njihovih značenja. Ilustracija je ključan segment ovog rada, ali nepotpun bez teksta koji ga prati. Pitanja na naličju karata služe za poticaj osobnog rasta i razvoja, te pojedinac ima mogućnost klasificirati i povezati moguće odgovore na pojedina pitanja. Cilj korištenja ovakvih karata je izdvojiti, ispričati te razlikovati i komentirati vlastite osjećaje vezane za određenu kartu. Pismeni dio skupa s praktičnim dijelom diplomskog rada, produkt je stvaralačkog procesa, promišljanja, istraživanja teme, kreativnog oblikovanja uz korištenje adekvatnih materijala i tehnika za oblikovanje karata.

Ključne riječi: ilustracija, karte za poticanje dijaloga, dijalog, društvene mreže, vizualno oblikovanje karata

Abstract

The master thesis titled *Conversation card design* is a reflection of diversity of the definition of an „ideal body“ and the variety of issues we all face while analyzing it. I've found inspiration for the visual design of the cards through different aspects of figuration and body shapes. I tried to design illustrations through inclusivity, diversity of experiences and depicting situations without judgement.

The practical part of the thesis is an artistic work, consisting of packaging and 45 illustrated cards to encourage dialogue, as well as instructions, and a list of flowers and their meanings. Illustration is a key segment of this work, but incomplete without the accompanying text. The questions on the back of the cards serve to stimulate personal growth and development, and the individual has the ability to classify and connect possible answers to individual questions. The goal of using such cards is to separate, discuss, distinguish and comment on one's own feelings related to a certain card. The written part together with the practical part of the thesis is the product of the creative process, reflection, researching the topic, and the creative design with the use of adequate materials and techniques.

Keywords: illustration, conversation cards, dialogue, social media, card design

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | 5 |
| 1.1. CILJ I SVRHA..... | 6 |
| 1.2. METODE KORIŠTENE U DIPLOMSKOM RADU..... | 7 |
| 2. POVIJEST KARATA | 8 |
| 2.1. POVIJEST (IGRAĆIH) KARATA | 8 |
| 2.2. VRSTE (IGRAĆIH) KARATA | 20 |
| 2.2.1. Tarot Karte | 20 |
| 2.2.2. Belot | 22 |
| 2.2.3. <i>Triestine</i> | 24 |
| 2.2.4. Poker | 25 |
| 3. TERAPIJSKE KARTE | 26 |
| 3.1. VAŽNOST TERAPIJSKIH KARATA U POLJU PSIHOTERAPIJE | 26 |
| 3.2. VRSTE TERAPIJSKIH KARATA | 31 |
| 3.2.1. Asocijativne karte | 31 |
| 3.2.2. Karte afirmacija | 32 |
| 3.2.3. Karte izazova | 33 |
| 3.2.4. Karte za poticaj razgovora | 34 |
| 3.3. IZDVOJENA IZDANJA KARATA U HRVATSKOJ | 35 |
| 4. „IDEALNO TIJELO“ | 41 |
| 4.1. O TEMI IDEALNOG TIJELA | 41 |
| 4.1.1. Estetika tijela u povijesti umjetnosti | 41 |

| | |
|---|----|
| 4.1.2. Estetika tijela u medijima | 51 |
| 4.2. PROCES NASTANKA KARATA <i>IDEALNO TIJELO</i> | 62 |
| 4.3. OBLIKOVANJE | 63 |
| 4.3.1. Proces oblikovanja ilustracije | 63 |
| 4.3.2. Simbol cvijeta..... | 66 |
| 4.3.3. Proces oblikovanja sadržaja | 68 |
| 4.3.4. Pregled karata | 69 |
| 4.3.5. Tipografija i ambalaža | 81 |
| 5. ZAKLJUČAK | 83 |
| 6. LITERATURA | 84 |
| 7. POPIS SLIKOVNIH MATERIJALA | 89 |

1. UVOD

U pisanom dijelu rada sažet ću kratku povijest karata, nabrojati vrste karata, a zatim ću se bazirati na istraživanju važnosti terapijskih karata u polju psihoterapije, te integrativne art terapije. Navest ću terapijske karte i karte za samopomoć, koje su trenutno izašle u nakladi u Hrvatskoj (i svijetu). U praktičnom dijelu diplomskog rada izdvojit ću važnost teme „idealno tijelo“, predložiti i kreirati karte za poticanje dijaloga na temu „idealno tijelo“, te prikazati proces nastanka oblikovanja karata. Karte su namijenjene kako bi se koristile u svrhu pomaganja individualcima s poteškoćama o percipiranju izgleda (svoga) tijela, tj. (njihovoga) psihičkog i fizičkog odnosa s tijelom, te socijalnim „uvjetovanim standardima“.

Karte za poticanje dijaloga mogu poticati komunikaciju i introspekciju, ali mogu biti i alat za postizanje veće svijesti o sebi i drugima, novih potencijala, potreba te propitivanja svojih emocija i mišljenja u sigurnom okruženju. Karte ovoga tipa namijenjene su individualnom, partnerskom ili grupnom radu. Cilj korištenja takvih karata je prepoznati definiciju određenog stanja prikazanog na karti, ali i izdvojiti, ispričati te razlikovati i komentirati vlastite osjećaje vezane za određenu kartu. Tim načinom, pojedinac ima mogućnost klasificirati i povezati moguće odgovore na pojedina pitanja koja su izdvojena na karti, a koja služe za poticaj osobnog rasta i razvoja. Karte je preporučljivo koristiti i za poticanje komunikacije, ekspresije, socijalnih vještina te unaprjeđenje mentalnog i emocionalnog zdravlja. Unatoč tome, one nisu zamjena za sam psihoterapijski proces, već su alat kojim se možemo koristiti kao podrška pri samom procesu oporavka. Birajući karte kojima ćemo opisati neki osjećaj, događaj ili iskustvo dolazimo u kontakt s našom podsvijesti, te nam to omogućuje dublje analiziranje i razumijevanje vlastitih mišljenja i emocija.

Koncept za karte *Idealno tijelo* proizlazi iz projektnog zadatka u prvom semestru druge godine diplomskog studija, na kolegiju *Ilustracija i digitalni mediji*¹. Samostalno smo kreirali i realizirali zadani zadatak unutar tri parametra – biranjem tri nasumična broja. Spletom slučajnosti, moj odabir brojeva sveo se na: oblik – karte, tema - idealno tijelo i likovi - ljudski lik. Rezultat zadatka svidio mi se do te mjere da sam ga odlučila proširiti, te zapravo u potpunosti proizvesti funkcionalni, odnosno finalni proizvod.

¹ čiji je nositelj izv. prof. dr. art. Ane Sladetić Šabić

Napomenula bih, kako je samo oblikovanje karata, kao i tekst te ilustracije autorsko djelo koje sam kreirala kako bih istražila pojedine probleme kojima se svi ponekad susrećemo. Ovim umjetničkim radom htjela sam potaknuti pojedinca na kreativnost, komunikaciju i vrijednosno prosuđivanje. Shvaćam kako je za distribuciju ovakvog proizvoda važno imati tekst kojeg je pripremio psiholog. No, kako je ovo diplomski rad iz umjetničkog područja, polja likovne umjetnosti odnosno ilustracije, pristupila sam mu poput oblikovanja umjetničkog rada, te sam objedinila inspiraciju teme *idealnim tijelo*, dostupnu literaturu i osobni doživljaj.

Umjetnički, odnosno praktični, dio diplomskog rada sastoji se od 45 digitalno ilustriranih i dizajniranih karata podijeljenih u 5 kategorija:

- plava - osobni odnos s tijelom
- žuta - promijene u tijelu
- crvena - odnos tijela i socijalnih standarda
- zelena - osobne preferencije i izgled
- ljubičasta - nesigurnosti

Karte zajedno s kutijom tvore jedan cjelovit proizvod. Ilustracija na licu svake karte osmišljena je tako da prikazuje pojedine osjećaje, stanja, promjene ili osobine tijela pomoću ljudskog lika, kroz kojeg će se korisnik moći analizirati, procijeniti, razlikovati, komentirati, provjeriti i raspravljati o značenju pojedine karte. Svaka karta ima pripadajuću ilustraciju, te ornament cvijeća, koji stilski uokviruje kartu. Cvijet je odabran kako bi se njegovo značenje poklapalo sa situacijom kojom se pojedina karta bavi. Na naličju karte nalazi se nekoliko pitanja te nekoliko rečenica vezanih za temu karte, koje bi korisniku mogle pomoći u procjeni i razumijevanju pojedinog stanja prikazanog na karti. Ilustracija je ključan dio ovih karata. Ona predočava stanje s kojim se suočava pojedinac. Tekst daje dodatnu definiciju, provjeru, poticaj i savjet, što može pomoći ukoliko se samostalno služi kartama.

1.1. Cilj i svrha

U pismenom dijelu diplomskog rada, opisana je i sažeta kratka povijest (igračih) karata, te su nabrojane vrste (igračih) karata te kartaške igre. Zatim, objašnjeno je što su terapijske karte i za što se koriste, uz koju vrstu terapije se ponajviše koriste, te su navedeni suvremeni primjeri terapijskih karata, karata za samopomoć te igraćih karata.

U praktičnom dijelu diplomskog rada objašnjena je tema te je istaknuta važnost kreiranja karata za poticaj dijaloga, a zatim je objašnjen tijek oblikovanja karata za dijalog *Idealno tijelo*.

Cilj diplomskog rada je kreirati i vizualno oblikovati karte za poticanje dijaloga na temu „idealno tijelo“, te osvijestiti pojedinca putem uporabe karata da razmotri, uspoređi, razlikuje i prosudi stanja i oblike tijela na pojedinim kartama. Svrha rada je utvrditi najčešće oblike korištenja karata, te usporediti njihovu primjenu.

1.2. Metode korištene u diplomskom radu

U diplomskom radu korištena je metoda klasifikacije. Postupkom klasifikacije opći pojam karata sustavno se dijeli, klasificira na posebne pojmove. Korištene su i metode analize i sinteze. Metoda analize je traženje veze, uzroka i posljedice te izvođenje zaključka pomoću rastavljanja cjelovitog na sastavne elemente. Taj je postupak korišten za opisivanje i pregled povijesti karata, ali i u imenovanju te analizi karata. Metoda sinteze je postupak objedinjavanja, te je korištena u formuliranju pojma terapijskih karata i kreiranju karata za poticaj dijaloga *Idealno tijelo*. Metode deskripcije i komparacije korištene su u opisivanju pojma terapijskih karata i navođenju suvremenih primjera terapijskih karata u nakladi u Hrvatskoj.

Pismeni dio skupa s praktičnim dijelom diplomskog rada, produkt je stvaralačkog procesa, promišljanja, istraživanja teme, kreativnog oblikovanja uz korištenje adekvatnih materijala i tehnika.

James Rolling navodi tri osnovna modela istraživanja u umjetničkom području. U ovom diplomskom radu korišten je kritičko-teorijski model stvaranja umjetničkog djela (engl. *critical-theoretic art-making model*). Kritičko-teorijski model definira umjetnost kao sustav kritičkog osvrta, s time da se naglašava osvrt na društvene vrijednosti i norme te ulogu umjetnosti u isticanju problema vezanih uz postojeće općeprihvaćene vrijednosti i norme.²

² MARIJANA ŽUPANIĆ BENIĆ, ANTONIJA BALIĆ-ŠIMRAK, Propitivanje metodologija istraživanja u umjetničkom području u svjetlu odnosa umjetnika kao pojedinca i društva, u: Zagorac, I., ur., *Metodički ogledi* : časopis za filozofiju odgoja, Vol. 25 No. 1, (2018.), 53.

2. POVIJEST KARATA

2.1. Povijest (igračih) karata

Upoznati smo s modernim špilom igračih karata, ali one nisu uvijek izgledale ovako kako danas izgledaju. Igraće karte prošle su radikalnu transformaciju od svojih prvih početaka prije nekoliko stoljeća. Moderne igraće karte razvile su se u špil od 52 karte (u četiri kategorije u crvenoj i crnoj boji, te s dva Džokera). Pretpostavlja se kako je rani oblik igračih karata nastao u središnjoj Aziji, ali ne možemo biti potpuno sigurni jer je papir krhak pa nedostaju čvrsti povijesni dokazi. Najvjerojatnije je da su došle s Istoka, a u Europu su ih možda uvezli Romi, križari ili islamski trgovci.³

Prva spominjanja igara s kartama potječu iz 11. st. u Kini. U kartaškoj igri, koju je izmislio Chen Xiang. U toj igri, gubitnički tim mora popiti rižino vino. Najraniji izravni spomen igračih karata potječe iz pravne kompilacije dokumenata *Statuti svete uprave Velikog Yuana* (kin. *Da Yuan shengzheng guochao dianzhang*), u doba Yuan dinastije. Govori o slučaju iz 17. srpnja 1294. u kojem su Yan Sengzhu i Zheng Zhugou, uhićeni u Shandongu zbog kockanja, te im je oduzeto devet papirnatih karata i drveni blokovi kojim su ih tiskali.⁴

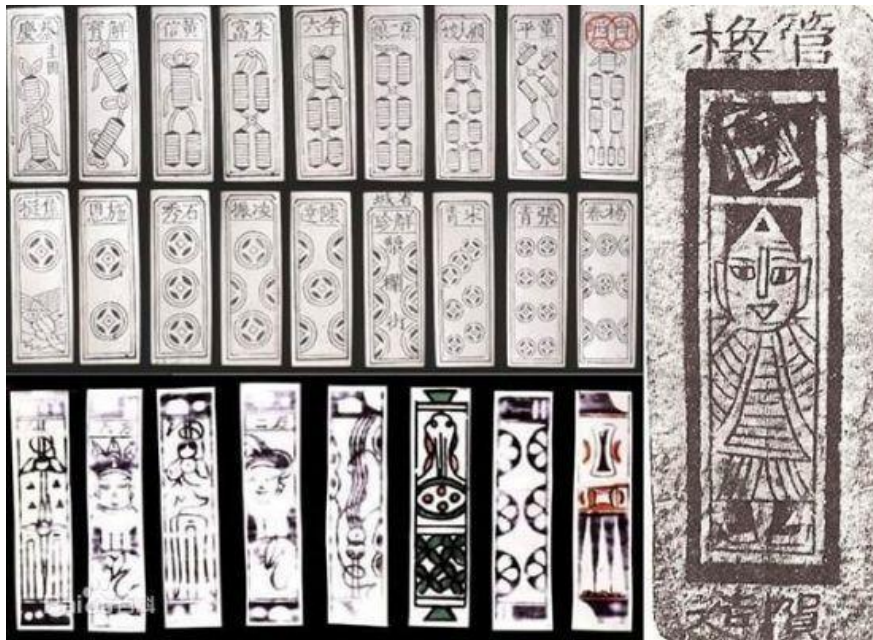
Najviše pozornosti učenjaka privukle su karte s novčanim kategorijama. Takve karte smatraju se precima većine svjetskih igračih karata. Svaka boja predstavljala je drugu jedinicu valute. Novčane kategorije su se također bodovale s redoslijedom, a karte s nižim brojem pobjeđivale one s višim. Tijekom dinastija Ming i Qing, likovi iz popularnih romana, kao što je *Water Margin*, često su se pojavljivali na licima igračih karata, zbog čega su ih nazivali i *Kartama Water Margina*. Bile su također poznate i kao *Madio* karte po jednoj od najpopularnijih igara, a u slobodnom prijevodu *Madio* znači „konj koji gubi nogu“.

Poznate kartaške igre iz 15. st. u Kini uz *Madio*, bile su i *Che san zhang* (izvlačenje tri karte), *Che liu zhang* (izvlačenje šest karata) te *Dou shuang tou* (dvoglave karte). Mnoge od tih igara danas se više ne igraju. *Madio* se igra s 40 karata i četiri igrača. Naziv igre dolazi od

³ *The History of Playing Cards: The Evolution of the Modern Deck*: <https://playingcarddecks.com/blogs/all-in/history-playing-cards-modern-deck>, pristupljeno 15. srpnja 2023.

⁴ ANDREW LO, *The Game of Leaves: An Inquiry into the Origin of Chinese Playing Cards*, London: Londonsko sveučilište, Bulletin of the School of Oriental and African Studies, Vol. 63, No. 3 (2000), 399., 404.

pravila da se tri igrača udružuju protiv bankara, poput konja koji diže jedno kopito (bankar), dok su ostala tri kopita na zemlji (tri igrača).⁵ *Mahjong* se razvio iz *Madiaa* oko 1870-ih.⁶



Slika 1: Madioa karte, 15. st., Ming dinastija, (fuyuneko.org)

Jedan od prvih spomena igračih karata u Europi je iz 1367. godine i to u dokumentu *Verbot des Gebetbuch des Teufels* (Zabrana đavolskog molitvenika), kao i činjenica da se riječ *naip* pojavljuje u katalonskom rječniku rima *Llibre de Concordances*, koji je sastavio pjesnik Jaume March 1371. godine. Katalonska riječ "naip", koja nema drugo značenje osim "karte za igranje", pojavljuje se na stranici 63, redak 1299, što sugerira da su karte za igranje već bile poznate u to vrijeme.⁷

U Italiji se u knjizi Feliciano Bussi, *Istoria della Citta di Viterbo* godine 1379. spominje istočnjačka igra *naib* (iz riječi *naip*), koja je uz talijansku igru *tarocchi* (tarok) jedna od najstarijih igara kartama.⁸

Vrlo je moguće da su igraće karte u Europu stigle iz Kine preko Egipta u mamelučkom razdoblju (13-16. st.).

⁵ ANDREW LO, *The 'Yezi Pu' (Manual of Leaves): a card manual for games of the late Ming period [1368-1644]*, London: Sveučilište Yale, 2002., 86.

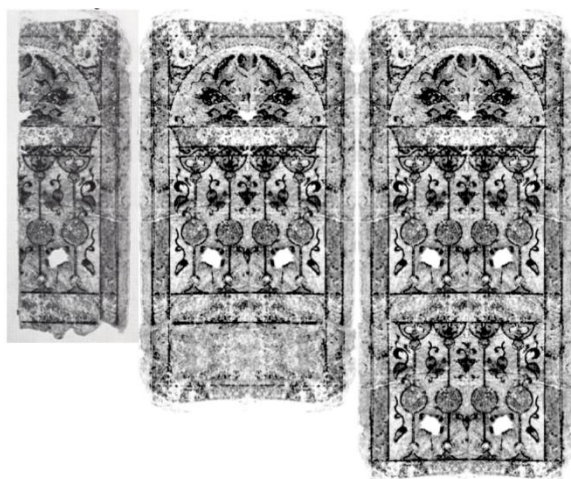
⁶ MICHAEL STANWICK, *Mahjong(g) before Mahjong(g): Part 2*, London: Sveučilište Yale, 2004., 214.

⁷ *Arrival of Playing Cards into Europe*: <https://www.wopc.co.uk/the-history-of-playing-cards/early-history-of-playing-cards#Saracen>, pristupljeno 15. listopada 2023.

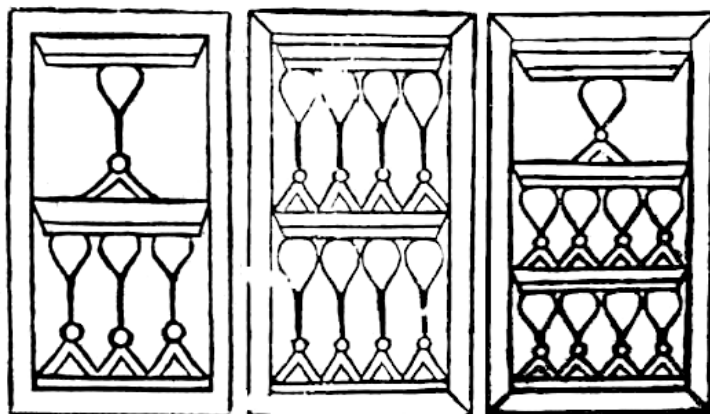
⁸ *Igraće karte*. *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021., <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=26980>, pristupljeno 15. srpnja 2023.

Karte poznate kao *Kraljevi i zamjenici* (arapski ملوك و نواب - *Mulūk wa-nuwwāb*) iz 13. i 14. stoljeća, sadrže 43 od izvorno 52 karte. Te karte se nalaze u Muzeju palače Topkapı u Istanbulu, a otkrivene su 1939. godine.

Izvorni špil karata ima potpuno istu strukturu kao i najraniji europski špilovi. Simboli karata, koji su označavali novčiće, polo palice, pehare i mačeve, isti su kao oni koji se još uvijek koriste u tradicionalnim talijanskim i španjolskim špilovima. S iznimkom, polo palice su reinterpretirane kao ceremonijalne palice ili batine. U svakoj boji bilo je deset brojčanih karata i tri karata sa slikom: kralj, zamjenik i drugi zamjenik. Arapski izraz za zamjenika, *nā`ib*, postao je prvi europski naziv za igraće karte, koje se i danas na španjolskom nazivaju *naipes*.⁹



Slika 2: Rane mamelučke dvorske karte, 14. st. (cards.old.no)



Slika 3: Španjolske karte iz 15. st., (cards.old.no)

⁹ *Mamluk cards, ca. 1500*: <https://cards.old.no/1500-mamluk/>, pristupljeno 14. listopada, 2023.

Postoje očuvani primjeri primitivnog paketa karata s latinskim oznakama boja, vjerojatno proizvedenog u Kataloniji, a datira iz 15. st. To ga čini jednim od najranijih sačuvanih paketa igračih karata. To su bile popularne, svakodnevne igraće karte, a ne luksuzne ručno oslikane karte. Ekonomičan način izrade karata dobivao se tiskanjem izrezbarenim drvenim blokovima na papir. Presavijanjem araka papira, špilovi bi imali 40 ili 48 karata (2 x 24), umjesto 52 karte. Iz tog razloga, nakon 1400-ih, špilovi sa španjolskim oznakama boja, obično su bili bez desetke i imali karte brojeva od 1 do 9, te tri karte sa slikama (10, 11 i 12). Karte su se tiskale pomoću drvenih blokova, a bile su obojene tehnikom poznatom kao *a la morisca* koja je uključivala korištenje prstiju umočenih u pigment.¹⁰



Slika 4: Karte iz Katalonije datirane ranom 15. st., (wopc.co.uk/spain)

Ilustracije na kartama 15. st. u Italiji, inspirirane su jednim dijelom talijanskim festivalima i predstavama. Postojala je kartaška igra zvana *carta da trifoni*, koja je imala četiri boje koje poznajemo danas, te druge karte s više osobnosti. Na tim kartama, alegorijski simboli budala, đavola, smrti i drugih, vjerojatno su funkcionirali kao "aduti" ili dobitne karte.

¹⁰ *Baraja Morisca — Early XV century playing cards*: <https://www.wopc.co.uk/spain/baraja-morisca-early-xv-century-playing-cards>, pristupljeno 20. listopada 2023.

Kartaška igra *Trifoni* razvila se u drugu igru, koja je vjerojatno uključivala korištenje aduta za izmišljanje priča. Ta igra postala je poznata kao *Tarochi*, a najstariji poznati špil iz ovog doba pripadao je vojvodi od Milana, Felipe Maria Visconti i datira iz oko 1415. godine.¹¹



Slika 5: dizajn talijanskih karata, Venecija, 1462., (mundodosnaipes)

Karte u Italiji u 15. st. bile su ručno oslikane i tretirale su se kao luksuzni predmeti, koji su se mogli naći samo među višim klasama. Nijedna karta iz ovog ranog razdoblja nije očuvana, ali izvori pokazuju da su karte bile oslikane "zlatom i raznim bojama" ili "oslikane i pozlaćene", što sugerira ručno izrađene špilove različitih stupnjeva kvalitete i izvrsnosti. Većina ovih karata izrađena je na kartonu od 3-6 listova papira zalijepljenih zajedno. Karte su često bile puno većih dimenzija nego one danas, a ilustracije su crtane rukom ili tiskane drvorezom ili bakrorezom.

¹¹ NAIPEs - Viagem ao Mundo dos Jogos de Cartas: <https://mundodosnaipes.blogspot.com/2012/02/os-primeiros-naipes-na-italia.html>, pristupljeno 19. listopada 2023.

Ilustratori su češće pažnju posvetili dizajnu „lica“, dok je „naličje“ bilo jednostavnije oblikovano. Boje su se nanosile pomoću šablona. Kategorije boja bile su raznovrsne. Prikazivale su širok raspon motiva – veprovi, medvjedi, cvijeće, sokoli, psi, lavovi, toljage, šalice, zečevi...¹²

Početkom 15. stoljeća u Bologni, dolazi do razvoja kockarnica, u kojima su ljudi svih dobi i životnih uvjeta kockali sve što imaju i predali se razvratu. Veliki pučki propovjednik sv. Bernardin Sijenski, trebao je nagovoriti igrače da spale svoje karte. Nakon što je stekao povjerenje publike, 1424. godine propovijedao je sa stepenica bazilike sv. Petronija u Bologni protiv poroka klađenja općenito, a osobito klađenja kartama. Rezultat toga bio je da su njegovi slušatelji požurili svojim kućama, iznijeli sve karte koje su posjedovali na javni trg i spalili ih na velikoj lomači. Ali, taj čin nije spriječio puk da se zanima za druge oblike kartaških igara.¹³



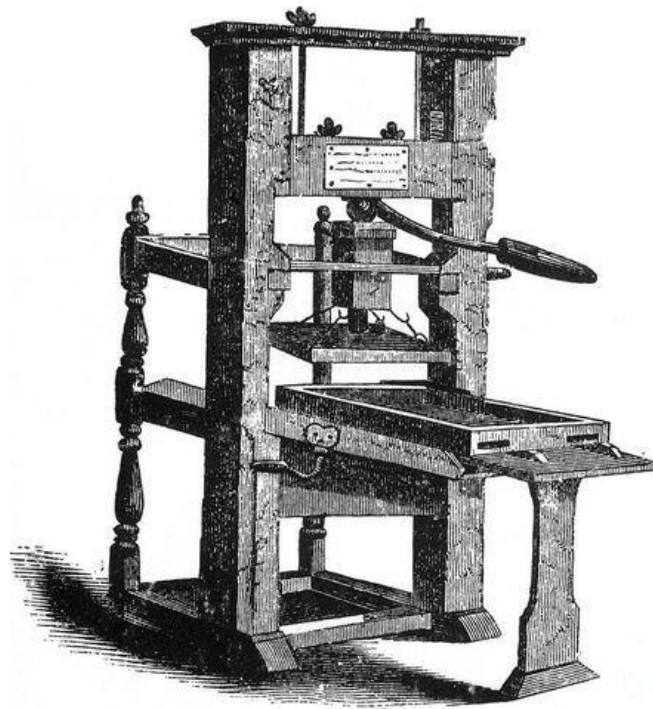
Slika 6: Prikaz paljenja karata ispred bazilike sv. Petronija u Bologni , 1424., (mutualart.com)

¹² *The History of Playing Cards*, <https://www.wopc.co.uk/the-history-of-playing-cards/#evolveHeading>, pristupljeno 19. listopada 2023.

¹³ PAUL THUREAU-DANGIN, GERTRUD VON BARONESS HÜGEL, *Život Sv. Bernardina Sijenskog*, London : P.L. Warner, 1911., University of St. Michael's College, digitalizirano 2008., 76, <https://archive.org/details/lifeofsbernardin00thuruoft/page/76/mode/2up?view=theater>, pristupljeno 21. listopada 2023.

Karte za igranje vremenom su postale dostupnije, kao i nove metode za njihovu jeftiniju proizvodnju. Karte se pojednostavljuju i jasnije su izražavaju simboli. Igraće karte počinju se sve više proizvoditi pomoću šablona (stotinu puta brže nego tradicionalnim tehnikama rezanja i graviranja).¹⁴

Izumom Gutenbergovog tiskarskog stroja, dolazi do povećanja uporabe i širenja igraćih karata, te tako postaju roba masovne proizvodnje. Tiskanje je omogućilo učinkovitije širenje informacija, znanja, ideologije, propagande i kulture, te je također dalo poticaj industriji proizvodnje papira. Prve europske radionice igraćih karata osnovane su u 15. st. u Italiji (Viterbo) i Njemačkoj (Nürnberg, Augsburg, Ulm).



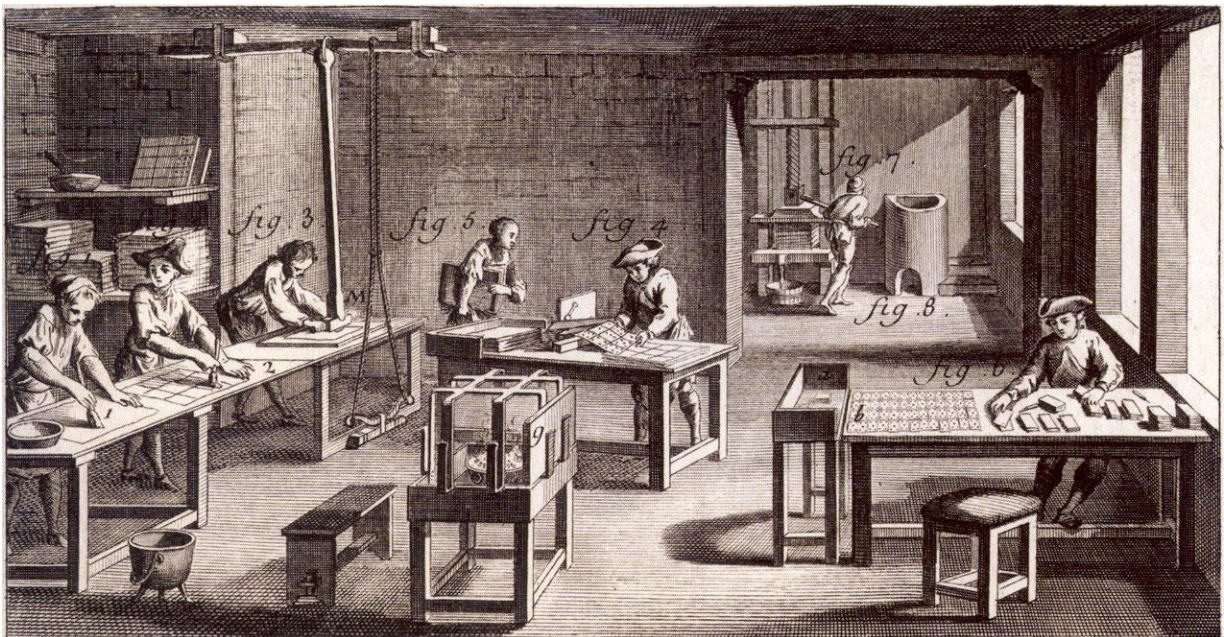
Slika 7: Tiskarski stroj Johannes Gutenberga, izumljen 1440., (wordpress.com)

Nedugo nakon izuma tiskarskog stroja, proizvođači karata iz Rouena, počeli su izvoziti ogromne količine karata u Englesku oko 1480. godine. Vojnici iz Francuske također su bili faktor u uvođenju igraćih karata u Englesku tijekom 18. stoljeća. Zbog velikih poreza na karte

¹⁴ *The History of Playing Cards: The Evolution of the Modern Deck*: <https://playingcarddecks.com/blogs/all-in/history-playing-cards-modern-deck>, pristupljeno 19. listopada 2023.

u Francuskoj, neki utjecajni izrađivači karata emigrirali su u Belgiju, te se tamo počelo pojavljivati nekoliko tvornica i radionica za izradu igračih karata.¹⁵

Povezivanje karata s kockanjem, navelo je mnoge vlade da preuzmu kontrolu nad tom situacijom. U Francuskoj u 17. stoljeću, ministar financija kralja Luja XIV., kardinal Mazarin, pretvorio je palaču Versailles u veliku kartašku kockarnicu. Neke države su proizvodnju karata pretvorile u državni monopol, pod prijetnjom novčane kazne, zatvora, pa čak i smrti onima koji ih krivotvore, dok su se drugi zadovoljili samo naplatom poreza na proizvodnju.¹⁶



Slika 8: Proizvodnja karata u 18. st.: Denis Diderot and Jean le Rond d'Alembert, „L'Encyclopédie, ou dictionnaire raisonné des arts, des sciences, et des métiers“, Pariz, 1763., (frenchplayingcards.mit.edu)

Rezultat kraljevske porezne prakse bio je proizvodnja bizarno dizajniranih i loše izvedenih dvorskih karata. Međutim, kraljevi podanici ipak su sačuvali te karte kada su bile previše istrošene za potrebe igranja, preokrećući ih kako bi iskoristili njihovu praznu poleđinu.

Papir je tijekom godina bio teško dostupan i skup, što je navelo Francuze u 18. st. da ponovno koriste karte u birokratske, komercijalne i kućne svrhe. Prve knjižnične iskaznice

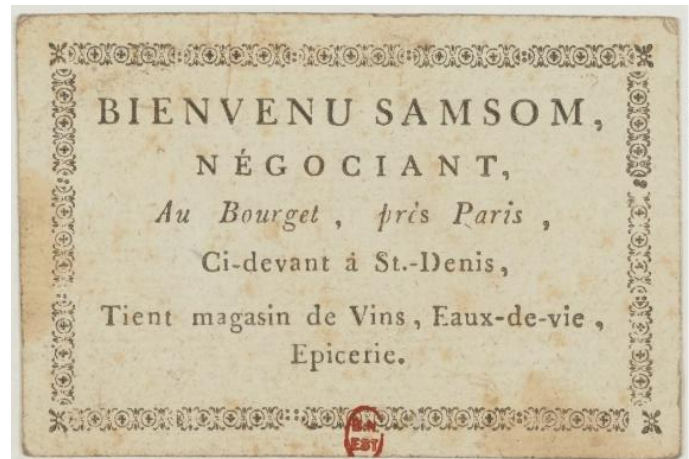
¹⁵ Ibid.

¹⁶ *Playing cards*: <https://www.britannica.com/topic/playing-card>, pristupljeno 19. listopada 2023.

zabilježene su na poledini igraćih karata; više od 200 000 primjera, te se još uvijek mogu pregledati u *Bibliothèque Mazarine* u Parizu.¹⁷



Slika 9: Kralj srca tiskan prije francuske revolucije, (frenchplayingcards.mit.edu)



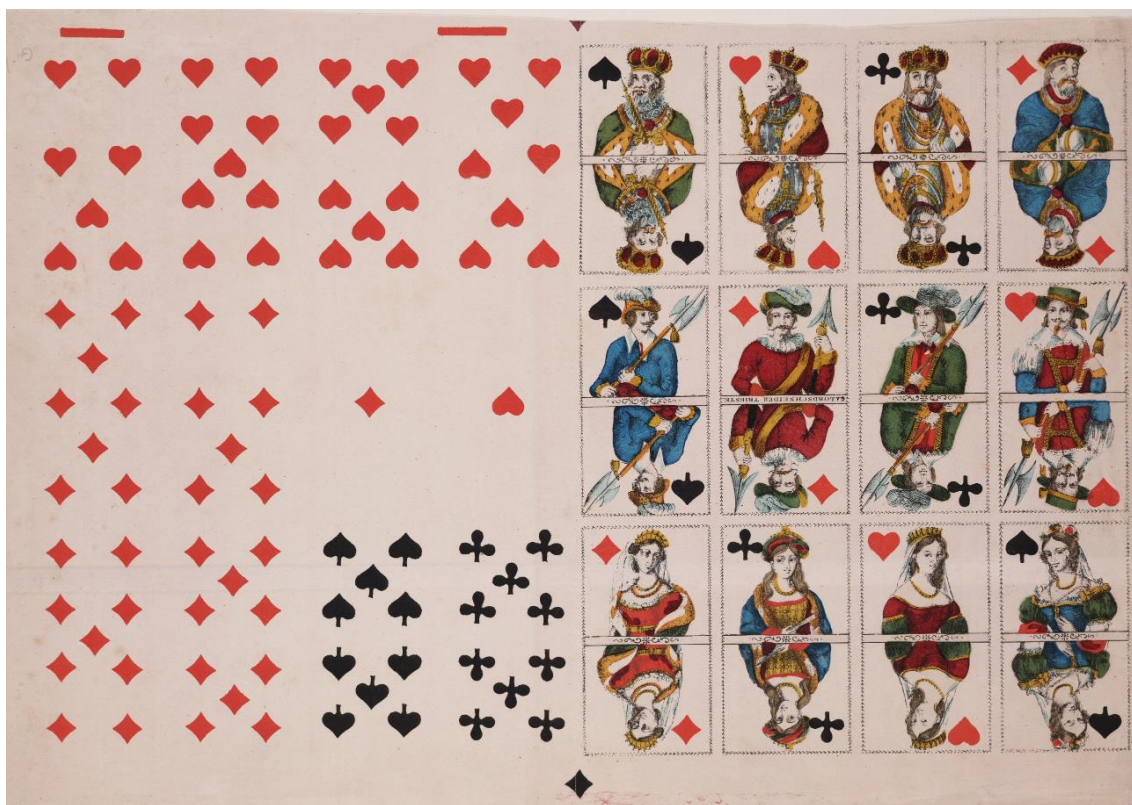
Slika 10: Igraća karta s portretom Pariza ponovno korištena kao posjetnica i reklamna naljepnica, (frenchplayingcards.mit.edu)

¹⁷ *Recto and verso: playing cards in France before 1789*: <https://voltairefoundation.wordpress.com/2023/04/06/recto-and-verso-playing-cards-in-france-before-1789/>, pristupljeno 21. listopada 2023.

Potražnja za luksuznom robom polako slabi nakon francuske revolucije 1789. godine. U vrijeme Direktorija kasnih 1790-ih, a još više tijekom Prvog Francuskog Carstva, praksa starog režima ponovno se uvukla u dizajn, oporezivanje i upotrebu igračih karata.¹⁸

Tijekom 19. stoljeća engleski izrađivači karata proizvodili su karte niže kvalitete od svojih kontinentalnih kolega, što je dovelo do gubitka detalja iz Rouenskih uzorka. Oko 1860-ih, Thomas de la Rue imao je dominantan položaj u industriji, zbog nove tehnike printa koja je omogućila masovnu proizvodnju, te dovela do standardizacije dizajna karata u Engleskoj.

De la Rueov dizajn karata prvi je modernizirao *Reynolds & Sons* 1840., a zatim ponovno Charles Goodall 1860., te je to dizajn koji se i danas koristi. Otprilike su u to vrijeme, karte s likovima na oba kraja karte postale uobičajene (kako bi se izbjegla potreba za okretanjem karata, otkrivajući protivniku koje karte imate u ruci). Postojeći dizajn s jednim likom prilagođen je funkciji kao da je lik na oba kraja karte.¹⁹



Slika 11: Giovanni Antonio, karte iz 19 st. u Italiji, njemački izdavač (oko 1870.), (Yale University Library)

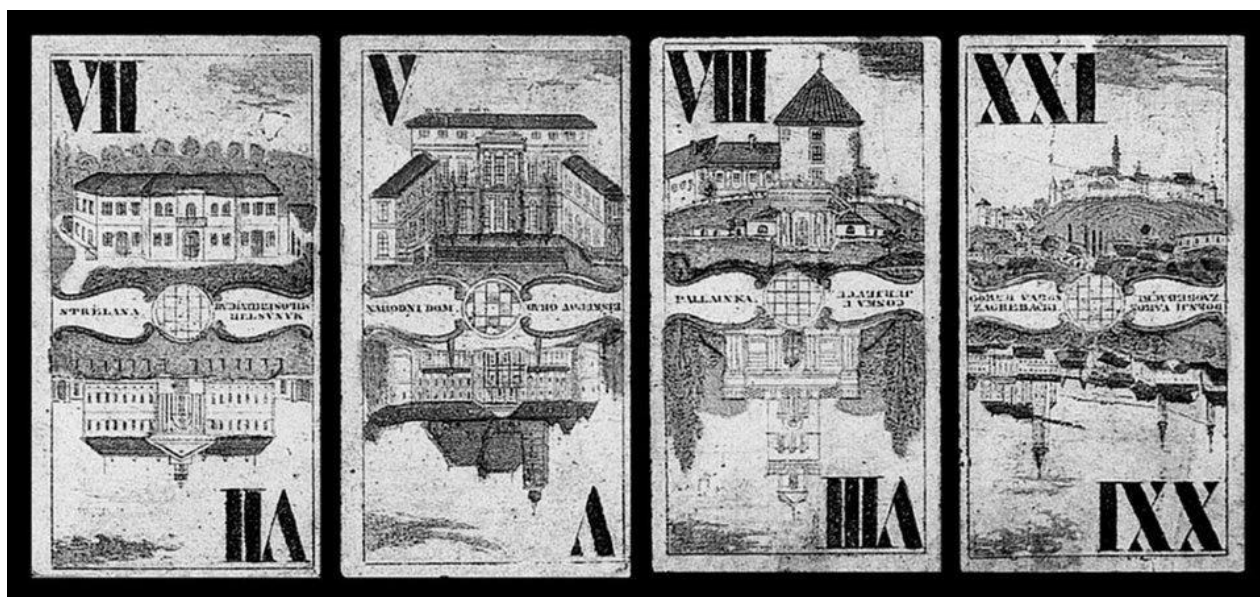
¹⁸ French playing cards: <https://frenchplayingcards.mit.edu/about>, pristupljeno 21. listopada 2023.

¹⁹ *The history of playing cards* (bilj. 15.)

Kao najstariji poznati spomen igraćih karata na hrvatskom jeziku, navodi se onaj s otoka Krka iz 1488. g., u naredbi krčkog biskupa Dunat a Turre svećenicima u Omišlju koja glasi: „Jošće ako bi ki igral harad očito s priprošćimi ljudi, plati libar 5“²⁰

U grafičkoj zbirci Hrvatskog državnog arhiva pod brojem 1845 čuvaju se četiri fragmenta igraćih karata pronađenih 1929. u Ozlju. Radi se o najstarijim poznatim dokazima igraćih karata pronađenih u Hrvatskoj.

„Ozaljske“ igraće karte spadaju u lombardijski tip Marsejskog tarot špila, te se sastoji od 78 karata. 56 „standardnih“ karata podjednako je podijeljeno unutar četiri boje talijanskog sistema, u svakoj boji nalazi se deset brojčanih karata od asa (1) do desetice i četiri dvorske karte: dečko, vitez, dama i kralj. Ostatak špila sastavljen je od dvadeset i dvije adutske karte (tarot karte od I do XXII). Karte su proizvedene u Trstu, između 1740. i 1753. Najvjerojatnije su u Ozalj dospjele zajedno s građevinskim majstorima iz Istre, čiji je zadatak bio da obnove grad. U to su se vrijeme (tarot) karte koristile samo za igru, ali ne i za proricanje sudbine koje je postalo popularno tek iza 1781.²¹



Slika 12: Igraće karte za tarok s motivima Zagreba, rad Josipa Bäcka iz 1847., Zagreb, Muzej grada Zagreba, (enciklopedija.hr)

²⁰ IVAN ČRNČIĆ, *Najstarija poviest Krčkoj, Osorskoj, Rabskoj, Senjskoj, i Krbavskoj biskupiji*, Rim: Kanonika u slovinskom sv. Jerolimu, 1867., 135

²¹ JOSIP ILIĆ-DREVEN, »Ozaljske« igraće karte, u: *Arhivski vjesnik*, No. 36 (1993.), 171.

Format, dimenzije i slike karata doživjeli su mnogobrojne promjene tijekom stoljeća. U suvremeno doba, igraće karte tiskaju se na modernim rotacijama ili litografskom tehnikom, a proizvode se od papira, kartona, pa i od plastike.

Mnogi proizvođači pronalaze nove kreativne ideje i jedinstvena rješenja za dizajn standardnih špilova karata. Neki od primjera inovativnih rješenja, koje valja spomenuti su: monokromatske i pozlaćene karte američkog proizvođača *Gent Supply* (slika 13 i 14), igraće karte *Pixel* Nizozemske tvrtke *Kikkerland Design* (slika 15), te transparentne vodootporne karte američke tvrtke *Hoyle* (slika 16).



Slika 13: *Gent Supply* monokromatske karte, (design-milk.com)

Slika 14: *Gent Supply* pozlaćene karte, (gentsupplyco.com)



Slika 15: *Pixel* karte, (design-milk.com)



Slika 16: *Hoyle* vodootporne karte, (Amazon.com)

Najveći današnji internacionalni distributer igračih karata je *Cartamundi*, sa sjedištem u Belgiji. Ime tvrtke na latinskom znači „karte za svijet“. Tiskaju i prodaju karte od 1765., te su poznati po igračim kartama kao što su *Bycycle*, *Pokemon*, *Uno*, *Magic: the Gathering* i mnoge druge.²²



Slika 17: Karte Uno, (Amazon.com)



Slika 18: Karte Magic: the Gathering, (magic.wizards.com)

2.2. Vrste igračih karata (kartaške igre)

2.2.1. Tarot karte

Postoji nekoliko različitih tumačenja podrijetla imena "tarot". Pojedini jezikoslovci smatraju da je riječ arapskog podrijetla (*turuq* - "putovi" ili *tarh* - "oduzimanje"), dok drugi naziv riječi izvode iz naziva rijeke *Taro* u sjevernoj Italiji. S vremenom je taj špil karata postao poznat u Italiji kao *tarocchi* i taj je izraz najvjerojatnije povezan s glagolom *taroccare*, ("varati", "krivotvoriti") što ukazuje na to da se špil ispočetka upotrebljavao za igru. Naziv *tarocchi* prešao je na njemačkom u oblik *Tarock*, a na francuskom *tarot* ili *jeu de tarot* što u prijevodu znači "igra tarota".²³





















Izvorne četiri boje tarota bile su: palice (*bastoni*), mačevi (*spade*), pehari (*coppe*) i novčići (*denari*). Četiri klasifikacije predstavljale su četiri društvena staleža poznata u to vrijeme u Europi; seljake, ratnike, plemstvo, svećenstvo i trgovce. Kasnije su u francuskom špilu "palice" postale karo (*carreaux*), "mačevi" pik (*piques*), "pehari" su nazvani herc (*coeurs*),

²² *Cartamundi*: <https://cartamundi.com/en/>, pristupljeno 21. listopada 2023.

²³ IOLAR, *Paganizam u teoriji i praksi 2 - Magija i vješticarstvo*, Zagreb: Despot infinitus, 2013., 308.

a "novčići" tref (*trèfles*). Njemačka verzija sastojala se također od 4 boje: *Schellen* (praporci), *Eicheln* (žirovi), *Grün* (zeleno, list), te *Rot* (crveno, srce).²⁴

Evolution of suitmarks

| | international (French, English) | German | Swiss | Spanish | Italian |
|-----------|---|--|--|--|--|
| suitmarks |  clover, clubs |  acorns |  acorns |  swords |  swords |
| |  pikes, spades |  leaves |  escutcheons |  clubs |  batons |
| |  hearts |  hearts |  roses |  cups |  cups |
| |  tiles, diamonds |  bells |  bells |  coins |  coins |

© 2006 Encyclopædia Britannica, Inc.

Slika 19: različite klasifikacije karata iz raznih zemalja, (Encyclopedia Britannica)

Francuski okultist Jean-Baptiste Alliette, poznatiji kao Etteilla je 1770. godine prvi objavio proricateljska značenja tarot karata i popularizirao tarot za divinacijske svrhe. U ovom izdanju, uvrštene su samo 32 karte te su se spominjale samo obične karte za igranje. No, 1781. godine švicarski je pastor i mason Antoine Court de Gébelin tumačio tarot kao tajnu mudrost izgubljenih civilizacija egipatskih korijena. Promovirao ga je kao sredstvo za proricanje te se tada počeo širiti među okulistima. Godine 1791. Jean Baptiste Alliette, izdao je prvi tarot špil isključivo namijenjen divinaciji.²⁵

Interes za tarot kartama u 20. stoljeću evocirao je britanski okultist Arthur Edward Waite, koji je u prosincu 1909., u suradnji s londonskom izdavačkom kućom *Rider*, dizajnirao

²⁴ igraće karte. Hrvatska enciklopedija (bilj. 8.)

²⁵ *Tarot History*: <https://www.salemtarot.com/tarothistory.html>, pristupljeno 15. listopada 2023.

tzv. Rider-Waite tarot karte, koje su do danas najpoznatiji špil tarota. Ilustrirala ih je britanska umjetnica Pamela Colman Smith. Generalno, mnogi špilovi prate format i stil Rider-Waitea iako proizvođači karte prilagođavaju vlastitim motivima. Tarot karte odavno ne spadaju više u domenu bogatih i privilegiranih. Karte su dostupne svakome tko je željan naučiti nešto više o njima.²⁶

Iako su tarot karte kontroverzne i u nekim aspektima razlikuju se mišljenja o njima, njihova mistika, simboličnost s jedne strane, te estetika i raznovrsnost ilustracija (koja je danas mnogo veća nego u srednjem vijeku) privlače mnoge. Ljude također privlači i koncept poznavanja budućnosti, te pronalaženja rješenja problema u proricanju budućih događaja putem karata.



Slika 20: tradicionalne tarot karte, (issimoissimo.com/coltissimo)

2.2.2. Belot

Vjeruje se da se belot kao igra prvi put pojavio u 19. stoljeću u židovskoj zajednici u Nizozemskoj, gdje je nastao kao varijacija stare kartaške igre *klobjoš*. Međutim, u isto vrijeme razvijala se i u Mađarskoj, kao inačica igre *marijaš* i upravo je tako stigla u Hrvatsku.

²⁶ *Magicus*: <https://www.magicus.info/ezoterija/tarot/povijest-tarota>, pristupljeno 15 listopada 2023.

Radi se o špilu od 32 karte, raspoređenih po osam karata u četiri boje: *tref* iliti *žir*, *bundeva* iliti *karo*, *srce* ili *herc*, *pik* ili *list*. Ilustracije aseva prikazuju godišnja doba pa je *herc* -> proljeće, *karo* -> ljeto, *pik* -> jesen, a *tref* -> zima. Postoje dvije osnovne verzije igranja, otvoreni i zatvoreni. Ono što mnogi podrazumijevaju pod belom zapravo je zatvorena verzija za četiri igrača, koja se igra u parovima. Svaki igrač dobije tri karte okrenute licem prema dolje, zatim još tri karte (ukupno šest) i naposljetku dvije karte (ili četiri, ako se igra u dvoje/troje) u talonu koje treba posebno odvojiti od prvih šest.

U svakoj igri jedna boja predstavlja adut, koji je jači od svih ostalih boja i odnosi štih, ako ga netko baci. U običnoj boji najjača karta je as, a iza njega desetka, kralj, dama, dečko, devetka, osmica i sedmica. Međutim, u adutu je najjači dečko pa devetka, nakon kojih idu preostale karte, u svom normalnom redoslijedu. U doba Jugoslavije zavoljeli su je i u Bosni, a danas se često igra i u Francuskoj, Luksemburgu, Bugarskoj, Sjevernoj Makedoniji, Cipru, Armeniji, Grčkoj i Saudijskoj Arabiji.²⁷



Slika 21: Karte za Belot (mađarice), (expatincroatia.com)

²⁷ Kako se igra bela?: <https://dalmacijaportal.hr/bela-povijest-pravila-i-najvece-posebnosti/>, pristupljeno 18. listopada 2023.

2.2.3. *Triestine*

Triestine (Trešeta) je talijanska kartaška igra udomačena u Istri i na hrvatskom priobalju i otocima. Najčešće se igra s tršćanskim kartama (tal. Carte Triestine). Za razliku od francuskih i mađarskih karata, u talijanskim su kartama boje takozvane *kupe*, *spade*, *baštoni* i *dinari*. Može se igrati i bez četvorki, tj. s 36 karata. U svakoj boji poredak je po jačini: *trica*, *duja/dvica* (dvojka), *aš/arš* (as), *re/rel* (kralj), *kaval* (dama), *fant/fanat* (dečko) pa od sedmice nananiže do četvorke.

Kada četiri igrača igraju u parovima, u dijeljenju svaki igrač dobije po deset karata (ili 9 ako je špil od 36 karata). Pobjeđuje par koji prvi skupi 41 ili 61 punat (bod), ovisno o dogovoru do kojeg rezultata se igra. Trešeta se može igrati i u dvoje, tada 20 karata okrenutih prema stolu ostaje u špilu. Protivnici jedan drugome pokazuju karte koje peškaju (*kupe* iz špila), počevši od pobjednika te ruke, a skrivene (protivniku nepoznate) su one iz prve podjele i tako dok se ne odigraju sve karte.

Tijekom igre zabranjen je govor i davanje bilo kakvih tajnih, a kakve karte ima suigrač i/ili protivnici nastoji se dokučiti iz razvoja igre i načina odgovaranja na odigrane karte, uz napomenu da se na jednu boju mora odgovarati istom (ako je igrač ima). Postoje različite varijacije igre i pravila ovisno o kraju gdje se igra.²⁸



Slika 22: Karte Triestine, (golgeter-shop.com)

²⁸ Istrapedia, istarska internetska enciklopedija: <https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/1183/tresete>, pristupljeno, 18. listopada 2023.

2.2.4. Poker

Poker je kartaška igra koja se igra sa špilom od 32 karte koje su podijeljene u 4 znaka: *herc*, *pik*, *kara* i *tref*. U svakom znaku su brojevi od 2 do 10, te dečko, dama, kralj i as. Postoje mnoge varijante pokera.²⁹

Igrači ulažu novac/žetone kao početni *pot*, što je prvi poticaj igračima za osvajanje *ruke*³⁰. Akcije koje slijede, kroz kasnije krugove ulaganja, povećavaju veličinu *pota*. Svaki se igrač može odlučiti na ulaganje, ako nijedan drugi igrač nije uložio tijekom trenutnog kruga. Nakon postavljanja uloga, ostali igrači moraju pratiti taj ulog kako bi ostali u *ruci*. Igrači koji odbace karte, ne mogu se više odlučiti na neki drugi potez ili osvojiti tu *ruku*.

Pobjednik pojedine *ruke* u pokeru je igrač koji drži najjaču *ruku* (skala u boji, poker, *full house*, boja, skala, tris, dva para, par, najveća karta) nakon otvaranja svih karata na kraju *ruke*, što je poznato i pod nazivom '*showdown*', ili igrač koji je posljednji uložio i kojeg nitko nije pratio, čime će osvojiti *ruku* bez dolaska do *showdowna*.³¹



Slika 23: Karte za poker, (Erik Mclean/Unsplash)

²⁹ *Texas Holdem* - igrač dobiva 2 svoje i 5 zajedničkih karata

5 Card Stud - igrač dobiva jednu zatvorenu i četiri otvorene karte

7 Card Stud - igrač dobiva tri zatvorene i četiri otvorene karte

5 Card Draw - svaki igrač dobiva 5 karata koje ima pravo jedanput izmijeniti

Omaha - verzija *Texas Holdema* u kojoj igrač dobiva dvije karte više nego u *Texas Holdemu*

³⁰ Ruka je kombinacija karata koje igrač drži tijekom igre (obično se sastoji od 5 karata)

³¹ *Pravila pokera*: <https://eur.pokerstars.eu/hr/poker/games/rules/>, pristupljeno 19. listopada 2023.

3. TERAPIJSKE KARTE

3.1. Važnost terapijskih karata u polju psihoterapije

Termin "terapijske karte" koristi se za sve one karte koje su odobrene od strane kvalificiranih osoba i/ili institucija iz područja psihologije, psihoterapije, psihijatrije, i pedagogije.

Terapijske karte raznolike su u svojoj funkciji te se mogu razvrstati na asocijativne karte, karte afirmacija, karte zadataka/izazova, karte poticaja, karte osjećaja, karte za suočavanje, itd. One ne funkcioniraju kao zamjena za sam psihoterapijski proces, već su komplementarna tehnika koja omogućuje pacijentu da se potencijalno "otvori" u razgovoru o situacijama i sjećanjima, koje ne bi podijelio u drugoj vrsti terapije. Uz pomoć psihoterapije lakše je prevladati socio-emocionalne poteškoće, nositi se s izazovima i traumama, ojačati mentalno zdravlje, jačati roditeljske vještine i kompetencije, njegovati kvalitetne odnose, te naučiti kako se lakše nositi sa stresnim i frustrirajućim situacijama.³²

3.1.1. Vrsta terapije

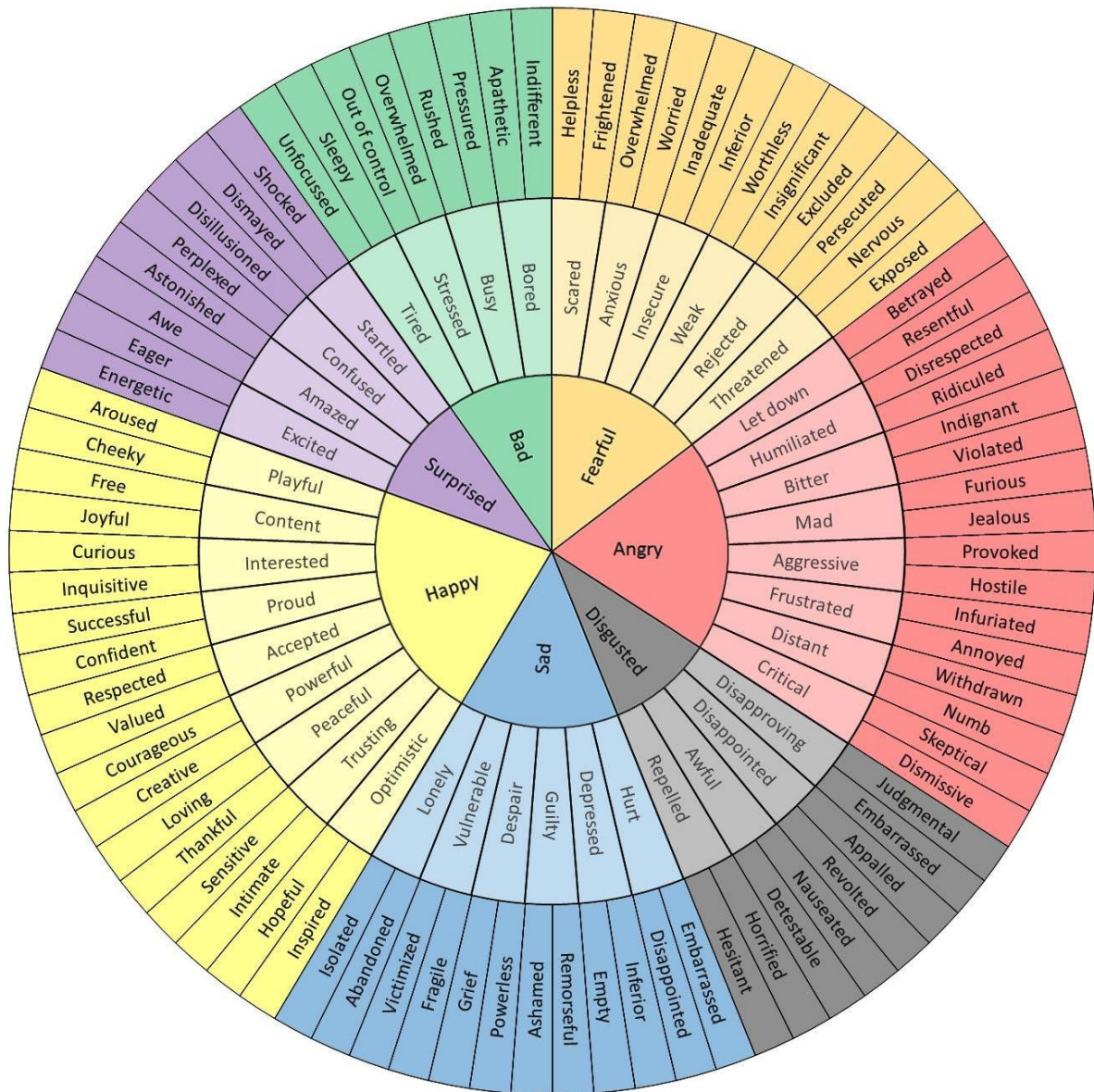
Postoje mnoge vrste uobičajene psihoterapije razgovorom. Prvi primjer je **kognitivno bihevioralna terapija**, koja je uvelike prihvaćena metoda za liječenje stanja poput depresije, anksioznosti, problema s agresijom, posttraumatskih stresnih poremećaja, opsesivno-kompulzivnih poremećaja, ovisnosti o lijekovima, drogama i alkoholu, poremećaja hranjenja i sl. Tijekom ovakve terapije klijent radi sa savjetnikom za mentalno zdravlje (psihoterapeutom ili terapeutom) na strukturiran način, prisustvujući ograničenom broju sesija. Cilj ovakve terapije je smanjiti neželjene i beskorisne misli. Osnovno pitanje KBT-a je kako naše misli utječu na to što osjećamo i kako se ponašamo. Korisno je od pacijenta tražiti da povezuje svoje emocionalne reakcije u specifičnim situacijama s njihovim nazivom. Tu nam može od velike pomoći biti Kotač emocija (Slika 26). Osim identificiranja emocija važno je i procjenjivanje intenziteta te emocije. Emocije i osjećaji u kotaču se međusobno ne isključuju, već mogu postojati u mnogo kombinacija, čak i pozitivnih i negativnih u isto vrijeme.³³

Tijekom vremena KBT se razvio u različite specijalizirane oblike, kao što su dijalektička bihevioralna terapija (DBT) i terapija prihvaćanja i predanosti (ACT; eng.

³² EVA BRLEK TRŽIŠTE PSIHOTERAPIJSKIH USLUGA ŽELJELA JE PROMIJENITI JOŠ IZ FAKULTETSKIH KLUPA: <https://www.womeninadria.com/eva-brlek-trziste-psihoterapijskih-usluga-zeljela-je-promijeniti-jos-iz-fakultetskih-klupa-stoga-je-razvila-mnoge-inovativne-terapijske-metode/>, pristupljeno 23. listopada 2023.

³³ IVONA BEUS, magistar psihologije. Prezentacija „Identificiranje emocija“, 2019.

Acceptance and Commitment Therapy), od kojih je svaka skrojena za rješavanje specifičnih problema mentalnog zdravlja i nudi učinkovite strategije za promjenu i osobni rast.³⁴



Slika 24: Kotač emocija - Geoffrey Roberts, baziran na The Feeling Wheel, autorica Dr. Gloria Willcox (1982), (Instagram/trainingsbyromy)

Dijalektička bihevioralna terapija - DBT, oblik je terapije razgovorom osmišljen kako bi pomogao u rješavanju raznih stanja i izazova mentalnog zdravlja. Usmjerena je na osobe s graničnim poremećajem osobnosti, ali je također učinkovita za različita stanja i

³⁴ Psychotherapy Vs. Therapy: <https://www.choosingtherapy.com/psychotherapy-vs-therapy/>, pristupljeno 28. prosinca 2023.

mentalne bolesti kao što su poremećaji hranjenja, (K)PTSP, samoozljeđivanje, ADHD, anksioznost, depresija i suicidalne misli. Dva glavna koncepta DBT-a uključuju dijalektiku i biosocijalnu teoriju. Dijalektika prepoznaje da je stvarnost složena, stalno promjenjiva i međusobno povezana; kada se promjena dogodi u jednom području života, njeni utjecaji se manifestiraju u drugim područjima. Priznaje da su ljudi pod utjecajem svoje okoline, te da također imaju utjecaja na svoju okolinu. DBT se temelji na teoriji da i biologija i okolina imaju značajan utjecaj na razvoj središnjeg živčanog sustava, koji regulira emocije. Smatra se da bi razlike u načinu na koji funkcionira središnji živčani sustav - zbog genetike, razvoja fetusa ili izloženosti traumi u ranoj dobi - nekim ljudima mogle otežati upravljanje ili reguliranje ekstremnih emocija. Kada osoba, koja je biološki ranjiva, živi u okruženju u kojem se navodi da vjeruje da su njeni emocionalni odgovori neprikladni ili pogrešni, i/ili kada su njeni emocionalni odgovori minimizirani ili kažnjeni, ta osoba ne uči kako uspješno upravljati uznemiravajućim emocijama. Umjesto toga, naučit će u potpunosti isključiti svoje izražavanje emocija i/ili izražavati emocije na ekstremne načine (npr. verbalnim napadima, ispadima bijesa, samoozljeđivanjem itd.).³⁵

DBT smatra da problemi kod klijenata proizlaze iz neprilagođenog ponašanja. Kada se ljudi ponašaju na bilo koji način, oni pokušavaju postići određeni cilj. Ovaj cilj može biti pokušaj zaustaviti nešto (poput bolne emocije) ili pokrenuti nešto (poput natjerati nekoga da učini nešto što želi). Neprilagodljiva ponašanja usmjeravaju osobu prema njihovom cilju, ali na načine koji otežavaju život. Prilagodljiva ponašanja su ona koja postižu cilj na način da se maksimiziraju pozitivni ishodi, dok se negativni ishodi minimaliziraju. Stoga se klijenti i terapeuti usredotočuju na prepoznavanje i zamjenu ponašanja koja su izvor uznemirenja prilagodljivijim ponašanjima.³⁶

Terapija prihvaćanja i predanosti - ACT, potiče pojedince da prihvate svoje misli i osjećaje umjesto da ih pokušavaju kontrolirati ili eliminirati. U ovakvom tipu terapije posebno su naglašeni pažnja i prisutnost u svakodnevnom životu i mislima. Također, ima za cilj pomoći ljudima kako bi identificirali svoj skup unutarnjih vrijednosti. Ova se terapija usredotočuje na odabir ponašanja, koje je u skladu s tim vrijednostima, stavljajući naglasak na stvari koje se mogu kontrolirati. Međutim, dok KBT uči ljude kako da bolje upravljaju svojim mislima i emocijama, u ACT-u se naglašava da te misli i emocije prvenstveno trebamo prihvatiti kao

³⁵ *Dialectical Behavior Therapy (DBT): How It Works & What To Expect*, <https://www.choosingtherapy.com/dialectical-behavior-therapy/>, pristupljeno 29. prosinca 2023.

³⁶ *Maladaptive Behavior: Definition, Causes, & Treatment*, <https://www.choosingtherapy.com/maladaptive-behavior/>, pristupljeno 29. prosinca 2023.

normalne, bez da ih procjenjujemo i osporavamo, tj. uči nas da se prestanemo boriti protiv vlastitih misli i emocija. Dobila je ime na osnovu svoje temeljne poruke: prihvati ono što je izvan tvoje kontrole i posveti se aktivno onim ponašanjima koja unapređuju i obogaćuju tvoj život. Cilj joj je pomoći klijentima identificirati svoje vrijednosti i posvetiti se radnjama u skladu s njima, promicati psihološke fleksibilnosti, naučiti prihvatiti neugodne emocije, dok pri tome prihvaćamo bol koja s time neizbježno dolazi, te živjeti aktivan život.³⁷

Postoje i mnoge druge vrste terapija, svaka posebna na svoj način, svaka pomaže različitim individualcima. Neke od njih su EMDR (eng. *Eye Movement Desensibilisation and Reprocessing*), ART (eng. *Accelerated Resolution Therapy*), multikulturalna terapija, art terapija, somatična terapija, geštalt, psihoanalitička terapija, egzistencijalna psihoterapija i druge.

Teorijski pristup na kojem se temelje vizuali ovog projekta je **Integrativna terapija** (IT). IT se temelji na kombinaciji različitih teorijskih pristupa i prihvaćanja različitih aspekata osobnosti, te spaja pristupe više vrsta psihoterapeutskih tehnika i pravaca. Također, naglašava integraciju emocionalnog, ponašajnog, fiziološkog sustava mišljenja klijenta u skladnu cjelinu. Integrativna terapija svoje tehnike temelji na vodećim spoznajama iz psihologije, medicine, biologije, sociologije i antropologije. Termin "integrativan" odnosi se na proces integriranja osobnosti: uzimanje u obzir nepoznatih, nesvjesnih ili nerazriješenih aspekata osobnosti čineći ih dijelom koherentne osobnosti; reduciranje mehanizama obrane koji narušavaju spontanost i ograničavaju fleksibilnost u rješavanju problema, održavanju zdravlja te povezivanju s ljudima.

IT se pokazala učinkovita za rad s poremećajima ličnosti, psihosomatskim smetnjama i posttraumatskim stresnim poremećajem (PTSP). Zbog širine svojeg pristupa integrativna terapija uspješno tretira i sve ostale psihičke poremećaje i poteškoće, a pogodna je i za rad na osobnom rastu i razvoju ljudima koji nemaju mentalne bolesti i poteškoće. Također, iz IT izrasli su mnogi kreativni psihoterapijski pristupi kao što su: terapija igrom, pisanjem, glumom, pokretom i sl.³⁸

Integrativna psihoterapija uzima u obzir mnoge poglede na ljudsko djelovanje. Psihodinamička, klijentski usmjerena, bihevioristička, kognitivna, obiteljska terapija, geštalt, tjelesne psihoterapije, somatika i druge razmatraju se unutar perspektive dinamičkog sustava. Svaka pruža djelomično objašnjenje ponašanja pojedinca. Postoje mnoge varijable koje mogu

³⁷ Što je ACT?: <https://kbt-barbaric.com/kbt/act-acceptance-and-commitment-therapy/>, pristupljeno 28. prosinca 2023.

³⁸ Integrativna psihoterapija: <https://exedra.online/hr/vrste-psihoterapije/integrativna-psihoterapija/>, pristupljeno 29. prosinca, 2023.

pridonijeti mentalnom zdravlju koje nisu obuhvaćene tradicionalnim psihološkim terapijskim modalitetima kao što je KBT. Neke od tih drugih varijabli su fizičko zdravlje, prehrana, povezanost s drugima, način na koji živimo i naše vrijednosti.³⁹

U odnosu na većinu drugih terapija, IT zahtjeva aktivniju ulogu klijenta. Veliki naglasak pridaje se individualizmu klijenta - dizajnirani terapijski plan tako da bude skrojen isključivo za specifičnog klijenta. Ispitivanje počinje s pretpostavkom da terapeut ne zna ništa o klijentovom iskustvu i stoga mora neprestano težiti razumijevanju subjektivnog značenja klijentova ponašanja i intrapsihičkog procesa. Proces ispitivanja uključuje otvorenost terapeuta za otkrivanje klijentove perspektive, dok klijent otkriva sebe sa svakom terapeutovom izjavom ili pitanjem koje podiže svijest. Psihološku tegobu klijenta tako se sagledava iz različitih aspekata što olakšava pronalazak njena uzroka, a samim time i rješenja. Cilj terapije je da se klijent suoči s problemima na autentičan način, bez unaprijed izgrađenih obrambenih stavova. Ova strategija klijentu olakšava identifikaciju specifičnih okidača koji u njemu dovode do disfunkcionalnih obrazaca doživljavanja, mišljenja i ponašanja.⁴⁰

Kao što IT obuhvaća mentalno i fizičko zdravlje, te povezanost s drugima kroz korištenje tehnika više vrsta terapija, karte *Idealno tijelo* svode se na istu funkciju. Cilj korištenja karata *Idealno tijelo* je da se klijent otvori dubljem analiziranju emocija prema određenoj situaciji s kojom se suočava, te uzme u obzir nepoznate ili nesvjesne aspekte osobnosti.

Još jedna dodirna točka s Integrativnom terapijom je pristup individualizmu klijenta – kroz karte on sam odlučuje kojim putem će i na koji način komunicirati tegobu kojom se suočava. Ilustracija klijenta asocira, pruža vizualizaciju situacije, potiče na mogućnost realizacije problema, na dublje prepoznavanje i analiziranje emocije prema situaciji koju karta prikazuje.

³⁹ RICHARD G. ERSKINE, REBECCA L. TRAUTMANN, Methods of an Integrative Psychotherapy , Institute of integrative psychotherapy, u: Transactional Analysis Journal, Vol. 26, No. 4 (1996.), 316-328., <https://www.integrativetherapy.com/en/articles.php?id=63>, pristupljeno 29. prosinca, 2023.

⁴⁰ *What is Integrative Psychotherapy?*, <https://www.integrativetherapy.com/en/integrative-psychotherapy.php>, pristupljeno 29. prosinca, 2023.

3.2. Vrste terapijskih karata

3.2.1. Asocijativne karte

Asocijativne karte koriste se u ekspresivnoj tehnici za razumijevanje tuđih perspektiva, poticanje kreativnog procesa, produblјivanje uvida u same sebe, oslikavanje nekog događaja ili procesa kojeg je teško opisati riječima (istraživanje i analizu određenog događaja, povezivanje s iskustvima, emocijama, i sjećanjima i još mnogo toga). Dizajnirane su za osobe svih dobnih skupina i razina obrazovanja te predstavljaju idealan alat za korištenje u terapiji i edukaciji. Koristi ovakvih karata prepoznate su u odgoјno-obrazovnom, savjetodavnom i terapijskom radu.⁴¹

Jedan takav primjer su Asocijativne karte za traumu i stres *Ispričaj mi svoju priču* srpskih autorica psihoterapeutkinja Biljane Čulafić i Anese Vilić s ilustracijama Koste Milovanovića. Pakiranje se sastoji od 50 kartica s različitim stanјima lika zeca. *Ispričaj mi svoju priču* daje mogućnost korisnicima da se prepoznaju u stanјima na kartama, nađu svoje cilјeve i težnje, da u njima prepoznaju kako pored izazovnih stanјa postoje i stanјa oslobođenja, opravdane ljutnje, tuge, povezanosti sa sobom i drugima. Ove karte, omogućuju i psihoterapeutima i korisnicima bogat raspon dijaloga o traumatskom iskustvu.⁴²



Slika 25: Asocijativne karte za traumu i stres "Ispričaj mi svoju priču", 2021. (facebook.com)

⁴¹ PRIMJENA TEHNIKE ASOCIJATIVNIH KARATA U PSIHO SOCIJALNOM RADU: <https://www.centar-psihodrama.hr/primjena-tehnike-asocijativnih-karata-u-psihosocijalnom-radu-radionica-za-strucnjake>, pristupljeno 23. listopada 2023

⁴² ISPRIČAJ MI SVOJU PRIČU – ASOCIJATIVNE KARTE ZA TRAUMU I STRES: <https://www.psihoterapeutbiljana.rs/asocijativne-karte/?fbclid=IwAR2WX4wpE4cQ7wTmEnB-bVFZguBqhrsMirHrx0w2eEKtDbTexkulZ2t-4g>, pristupljeno 23. listopada 2023.

Vjerojatno najprimjenjivije i najpoznatije asocijativne karte su proizvođača OH Cards. Nude 24 špila asocijativnih karata raznih tema. Njihove karte potiču kreativnost i komunikaciju. Svaki pojedinačni špil može se koristiti samostalno ili u kombinaciji s bilo kojim drugim špilovima poput građevnih blokova za inspiraciju i pripovijedanje. Postoji bezbroj kombinacija korištenja. Dizajnirane su za povećanje intuicije, mašte, uvida i komunikacije. OH karte nalaze se u domovima, školama, klinikama i centrima za korporativnu obuku.⁴³

Od 2003. godine rad s OH kartama postao je vrlo popularan kreativni medij u području savjetovanja i psihoterapije u Hrvatskoj. Asocijativne karte kreirane su za profesionalce i korisnike domova za starije, kao i dječjih vrtića. Do danas su prevedene na čak 28 jezika.⁴⁴



Slika 26: vrste asocijativnih karata proizvođača OH Publishing, (ohcardjapan)

3.2.2. Karte afirmacija

Afirmacijske karte pomažu u izgradnji unutarnje snage, te mogu potaknuti samorefleksiju i svakodnevno vođenje dnevnika. Neke karte, iako uključuju afirmacije, uključuju i motivacijske citate, koji mogu služiti za početak dana s pravim namjerama (također uključuju i pitanja koja potiču na razmišljanje).

Ovakve karte mogu biti korisne za smanjivanje razine stresa, te pojačavanje samopouzdanja. Afirmacije i pozitivne motivacijske kartice služe za uzemljenje, poboljšanje kontakta sa svojom okolinom te raspoloženjem. Svakodnevno odabiranje kartice s afirmacijom,

⁴³ OH Publishing: <https://oh-cards.com/oh-cards/>, pristupljeno 23. listopada, 2023.

⁴⁴ The OH Cards Institute: <https://www.oh-cards-institute.org/>, pristupljeno 24. listopada, 2023.

može biti prilika za komentiranje i analiziranje naših emocija i sjećanja, te može biti početna točka za vođenje dnevnika.⁴⁵



Slika 27: Live a fulfilled life karte, GRADO, 2022. (grado-inspired.com)

3.2.3. Karte izazova

Karte izazova vrsta su karata koje pružaju pojedincu način analiziranja i opisivanja svog unutarnjeg svijeta. Omogućuju ljudima da rastu i napreduju u područjima emocionalnog i mentalnog zdravlja, dok stimuliraju i potiču nova iskustva. Korisne su kao vodič kroz proces samoistraživanja i samootkrivanja, koji može pomoći kroz mentalne blokade, navike te mehanizme suočavanja koje nam više ne pomažu.⁴⁶



Slika 28: Karte izazova „My therapy cards“ – a teen guide for self-discovery and insight, 2020., (BostonPublicLibrary)

⁴⁵ Mental health solutions: Affirmation cards: <https://grado-inspired.com/blogs/general/how-affirmation-cards-can-improve-mental-health#:~:text=The%20best%20way%20to%20use,how%20they%20work%20for%20you..> pristupljeno 23. listopada 2023.

⁴⁶ My Therapy Cards: <https://www.mytherapycards.com/>, pristupljeno 24. listopada 2023.

3.2.4. Karte za poticaj razgovora

Karte za poticaj razgovora uobičajeno su kartice s pitanjima, koje otkrivaju kako ljudi gledaju na svijet, svoje poslove, budućnost itd. Služe za korištenje u paru ili grupi ljudi za povezivanje s iskustvima, emocijama, i sjećanjima. Obično su podijeljene u kategorije kao što su: povezivanje s drugima, zahvalnost i suosjećanje.

Kroz korištenje ovakvih karata, možemo podijeliti svoju perspektivnu na danu temu, ući dublje u ispitivanje i identifikaciju svojih emocija, te raspravljati i analizirati situacije s drugim sudionicima. Takav sistem korištenja karata, može pomoći u upoznavanju drugih ljudi na dubljoj razini i započinjanje građenja povjerenja u odnosu.⁴⁷



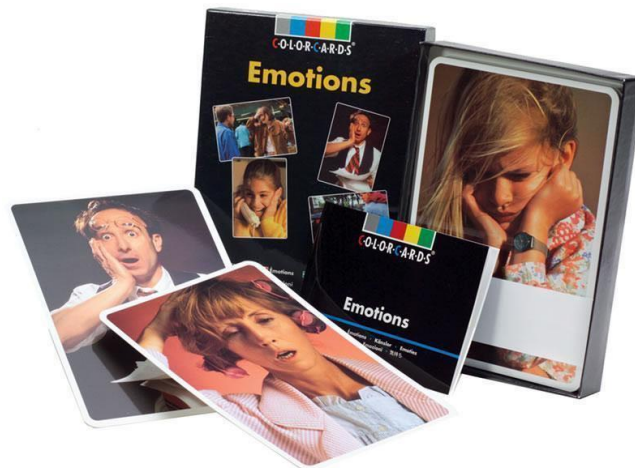
Slika 29: Karte za poticaj razgovora „Feelings, Thoughts & Emotions Conversation Cards“, 2018., (responsivecounselling.com)

⁴⁷ *Creative Conversation Cards*: <https://assets.dropbox.com/documents/en-us/creative-conversation-cards.pdf>, pristupljeno 24. listopada 2023.

3.3. Izdvojena izdanja karata u Hrvatskoj

Terapijske karte služe stručnjacima različitih profila – psiholozima, pedagogima, socijalnim radnicima, supervizorima, psihoterapeutima i edukatorima psihoterapijskih pravaca, koji u svome radu aktivno sudjeluju u savjetodavnom i/ili psihoterapijskom procesu s djecom i odraslima. Terapijske karte spadaju pod kreativne tehnike, koje “otvaraju vrata” u svijet podsvjesnog putem razgovora. Takve karte potiču komunikaciju i ekspresiju, te razvijaju samosvjesnost klijenta. Radom s terapijskim kartama, kroz imaginaciju i kreativnost, klijent razgovara o svojim iskustvima, sjećanjima, emocijama i mislima, te dolazi u neposredan kontakt s nesvjesnim dijelom svoje ličnosti. Kroz rad s terapijskim kartama razvijamo sposobnosti izražavanja i komunikacije, razvijamo socijalne i emocionalne kompetencije, jačamo samopouzdanje, suočavamo se s proživljenim iskustvima, upoznajemo unutarnje procese, razvijamo nove strategije nošenja sa izazovima, osvještavamo i razvijamo svoje potencijale.⁴⁸

Od 2011. godine prisutna je primjena i obučavanje psihoterapeuta u primjeni terapijskih karata u Hrvatskoj. Osnovni cilj ovakvih radionica je proširenje znanja i korištenja kreativnih tehnika u radu s klijentima kroz upoznavanje tehnike asocijativnih karata, te pokazati neke od načina korištenja pojedinih vrsta karata što se demonstrira kroz individualni i grupni rad sa sudionicima radionice.⁴⁹



Slika 30: COLORCARDS karte emocija, (idadidacta.hr)

⁴⁸ Dobrodošli na čarobno putovanje Upoznavanja sebe: <https://nueva.hr/2020/12/17/dobrodošli-na-carobno-putovanje-upoznavanja-sebe/>, pristupljeno 23. listopada 2023.

⁴⁹ Primjena tehnike asocijativnih karata u psihosocijalnom radu: <https://www.savez-spuh.hr/radionica/primjena-tehnike-asocijativnih-karata-u-psihosocijalnom-radu-radionica-za-strucnjake/>, pristupljeno: 23. listopada 2023.

Ida Didacta vodeća je hrvatska tvrtka za uvoz i distribuciju didaktičkih igračaka te opremanje vrtića, knjižnica, bolnica, ustanova za djecu s teškoćama u razvoju i ostalih odgojno-obrazovnih ustanova. Nude poticajne i originalne didaktičke igračke za djecu vrtićke i rane školske dobi. U partnerstvu su s preko 30 proizvođača igračaka za djecu, od kojih neki proizvode socijalno-emocionalne igre kroz karte. **Colorcards** karte primijenjuju se kako bi djeca usvojila vještine poput međuljudskih odnosa, suradnje, dijeljenja i moralnog rasuđivanja. Također, uče o kontroli vlastitih emocija, te prepoznavanju i poštivanju tuđih.⁵⁰



Slika 31, 32: Vrećica srećica, 2020. (lijevo), SUPER JA kartice, 2022. (desno), Tamara Vučković i Tihana Lipovec, (vježbaonicasrece.hr)

Paketić sreće autorski je proizvod u izdanju *Vježbaonice sreće*, a izradile su ga nastavnice Tamara Vučković i Tihana Lipovec Fraculj, koje se dugi niz godina bave osnaživanjem socioemocionalnih kompetencija djece. Dolazi u kompletu s *Paketić Sreće*, koji obuhvaća "SUPER JA" kartice i "Vrećicu Srećicu".

"Vrećica srećica" namijenjena je razvoju samoregulacije, samopouzdanja, asertivnosti, samosvijesti, empatije, te ljubavi prema samome sebi. Sastoji se od 50 sretnih kartica napisanih u rimi, kako bi ih djeca lakše i veselije savladala. 25 kartica s narančastom poledinom su "sretne misli" tzv. afirmacije. Preostalih 25 kartica s ljubičastom poledinom sadrže "sretne aktivnosti", tj. kratke vježbe/upute koja su povezana sa karticama iz prvog seta.

"SUPER JA" kartice sastoje se od triju kompleta kartica, koje obuhvaćaju 14 "SOS kartica" (s različitim aktivnostima za lakše nošenje s neugodnim emocijama), 22 "Karte

⁵⁰ Ida Didacta: <https://www.idadidacta.hr/socijalno-emocionalne-igre-p63-0-0>, pristupljeno: 23. listopada 2023.

ljutalice" (koje prikazuju izazovne situacije koje bi djeca smatrala neugodnima ili frustrirajućima), te 22 kartice sa superjunacima (koje prikazuju djecu sa "supermoćima", tj. vještinama koje i sami imaju).

Ovaj komplet kartica preporučen je za djecu od 5 godina starosti, ali i svim odraslima koji žele rasti u ljubavi i razumijevanju prema sebi i drugima. Kartice pomažu u jačanju, uvježbavanju i razvijanju socio-emocionalnih kompetencija. Idealne su na odgojitelje, učitelje, stručnjake koji rade s djecom i naravno, roditelje.⁵¹



Slika 33: Karte Pričalice u sklopu projekta Budi muško - Status M i Zagrebačko psihološko društvo, 2023., (zgpd.hr)

Karte Pričalice, čiji je nositelj bila organizacija Status M iz Zagreba, alat su za rad s mladima na području mentalnoga zdravlja, te su izrađene unutar projekta *Budi muško* kojemu je cilj unaprijediti kapacitete pet uključenih organizacija (Status M, BoliMe, Outward Bound Croatia, Udruga za promicanje informatike, kulture i suživota, Zagrebačko psihološko društvo) za kvalitetno provođenje rada s mladima, te su namijenjene udrugama, organizacijama i školskim okruženjima, koji žele s mladim osobama raditi na temi mentalnog zdravlja.

⁵¹ Vježbaonica sreće: <https://vježbaonicasrece.hr/proizvod/paketice-srece-2/>, pristupljeno 23. listopada 2023.

Karte su podijeljene u četiri kategorije: Emocije, Misli, Tijelo i Ponašanje. Uz navedene kategorije, tu su i Karte za započinjanje razgovora, koje nam mogu pomoći u korištenju karata. Kombiniranjem karata iz različitih kategorija možemo u radu s mladima proći situacije, koje su za njih emocionalno značajne i pomoći im da osvijeste i povežu svoje misli, emocije, tjelesne senzacije i postojeće strategije suočavanja (ako je potrebno, usvojiti i nove, korisnije strategije).⁵²



Slika 34: Asocijativne karte *Emocije i stanja* vizualne umjetnice Ivane Pipal, 2022., (grazia.hr)

Asocijativne karte *Emocije i Stanja* nastale su na temelju serije crteža ilustratorice Ivane Pipal u suradnji sa psiholozima Deom Ajduković i Hrvojem Pranjićem Anušićem. Serije crteža rezultat su umjetničkog rada temeljenog na istraživanju i promišljanju tema vezanih za psihologiju i psihoterapiju. Iako nema pogrešnog načina korištenja karata, kreirane su za edukaciju, zabavu, kreativni proces te psihoterapiju, razumijevanje ljudi i odnosa oko sebe.⁵³

⁵² Karte pričalice – alat za rad s mladima na temi mentalnog zdravlja: <https://www.status-m.hr/karte-pricalice-alat-za-rad-s-mladima-na-temi-mentalnog-zdravlja/>, pristupljeno: 23.listopada 2023.

⁵³ Otkrijte "Emocije i stanja": <https://grazia.hr/emocije-i-stanja-asocijativne-karte-vizualna-umjetnica-ivana-pipal/>, pristupljeno 23 listopada 2023.



Slika 35: Karte „Upoznaj sebe“ - Eva Brlek, 2021., (womeninadria.com)

Karte *Upoznaj sebe* autorice i psihoterapeutkinje Eve Brlek, s ilustracijama Mateje Kovač, istovremeno su i alat i igra koji daju maha mašti, kreativnosti, novim uvidima i spoznajama. Kako navodi autorica: „Kroz putovanje osvještavat ćete i izražavati vlastite emocije, propitivati svoja uvjerenja i otkrivati vaše unutarne snage i kreativne potencijale u svrhu adekvatnijeg suočavanja s osobnim krizama te lakšeg premošćivanja vanjskih i unutarnjih konflikata s ciljem postizanja optimalnog rasta i osobnog razvoja.“⁵⁴ Karte su namijenjene individualnom, partnerskom i grupnom radu. Preporučljivo ih je koristiti u odgojno-obrazovnim ustanovama za poticanje komunikacijskih, socijalnih i emocionalnih kompetencija te unaprjeđenje mentalnog zdravlja. One su namijenjene svima koji žele sebe pobliže upoznati i raditi na sebi. Oblikovane su kao kratke poruke koje potiču komunikaciju, nove ideje i prepoznavanje novih perspektiva.⁵⁵

⁵⁴ Dobrodošli na čarobno putovanje *Upoznavanja sebe*: <https://nueva.hr/2020/12/17/dobrodošli-na-carobno-putovanje-upoznavanja-sebe/>, pristupljeno 23. listopada 2023.

⁵⁵ Ibid.



Slika 36: Kartice „Zagrljaj za Razvoj“, Psidacta, 2023., (psidacta.hr)

Kartice *Zagrljaj za Razvoj* dio su projekta Psidacta. Projekt su inicirale tri psihologinje: Tea Klepac, Tara Lučev i Iva Gregor. Imale su za cilj roditeljima olakšati izazovan put odgajanja djeteta. Putem serije raznovrsnih aktivnosti žele djeci omogućiti što suosjećajnije djetinjstvo puno razumijevanja. Kartice su osmišljene na temelju stručnog znanja i iskustva u radu s djecom predškolske dobi. Set kartica *Zagrljaj za Razvoj* uključuje 40 kratkih prijedloga aktivnosti za poticanje razvoja i zблиžavanje obitelji.

Kartice su raspoređene po bojama, a svaka boja donosi aktivnosti za određeni aspekt razvoja:

- roza – kartice "osjećalice" (socio-emocionalni razvoj)
- ljubičaste – kartice "pričalice" (razvoj govora i komunikacije)
- zelene – "znam to" kartice (spoznajni razvoj)
- plave – "mogu sam" kartice (motorički razvoj)

Aktivnosti su osmišljene tako da prate dob i potiču razvoj djeteta kroz jednostavne i zabavne igre i osnažuju povezanost roditelja i djeteta. Za njihovo provođenje dovoljni su vam predmeti koje imate kod kuće. Sve aktivnosti odabrane su s ciljem naglašavanja uloge u poticanju djetetova razvoja. Razvoj jezika i govora, razvoj motorike, socio-emocionalni razvoj te spoznajni razvoj najveća su područja poticanja u predškolskoj dobi.⁵⁶

⁵⁶ Psidacta: <https://psidacta.hr/?nav=false>, pristupljeno 24. listopada 2023.

U oblikovanju karata *Idealno tijelo* ilustracija služi kao asocijacija, a pitanja na poledini karte služe kao poticaj i suočavanje sa specifičnim situacijama i problemima. Cilj takvog dizajna karata je kreiranje inovativnog stila i funkcije karata. Karte *Idealno tijelo* najviše se nadovezuju na karte za poticaj razgovora. Međutim, ilustracije na kartama i njihovi pojmovi koje obrađuju, služe i poput priručnika (leksikona) za upoznavanje s različitostima i teškoćama pri definiranju što bi „idealno tijelo“ moglo biti. Razna stanja s kojima se najčešće mladi susreću je praćenje trendova, kako bi bili privlačni drugima. Pri težnji „onom idealnom“ neki razvijaju iskrivljenu sliku, što ove karte pokušavaju prikazati.

4. „IDEALNO TIJELO“

4.1. O temi idealnog tijela

Bilo da je to samo u svrhu proučavanja ljudskog tijela, koristeći ga kao metaforu za kreativnost i emocije, ili samo pokazujući njegovu sirovu ljepotu, figura ljudskog tijela je oduvijek bila najčešći motiv u umjetničkim pravcima. Sve kulture imaju potrebu za estetskim oblikovanjem koju izražavaju na jedinstven način. Estetske norme i ideali ljepote uveliko su se mijenjali kroz povijesna i stilska razdoblja. Danas je teško odrediti točan ideal ljepote, međutim, to nije uvijek bio slučaj.

4.1.1. Estetika tijela u povijesti umjetnosti

Prve figurativne prikaze čovjeka nalazimo oko 25.000 godina prije nove ere. Paleolitska *Venera iz Willendorfa* (Slika 37) jedno od najstarijih umjetnina koje su preživjele iz starijeg kamenog doba. Antropolozi smatraju da su skulpture Venere kreirane iz perspektive žena koje su istraživale svoje tijelo i klešujući ih iz vlastite točke gledišta, a ne, kao što se prije pretpostavljalo, prikaz pretjeranih karakteristika iz vanjske perspektive.⁵⁷

⁵⁷ CATHERINE HODGE MCCOID, LEROY D. MCDERMOTT, Toward Decolonizing Gender: Female Vision in the Upper Paleolithic, u: *American Anthropologist*, Vol. 98, No. 2 (1996), 319.-326.

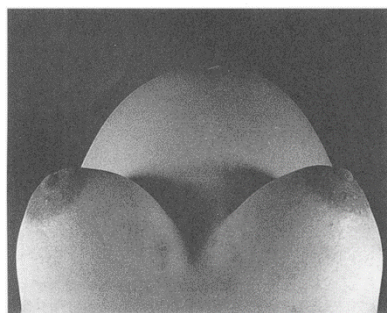


Figure 4
View of her own upper body by 26-year-old female who is five months pregnant and of average weight.

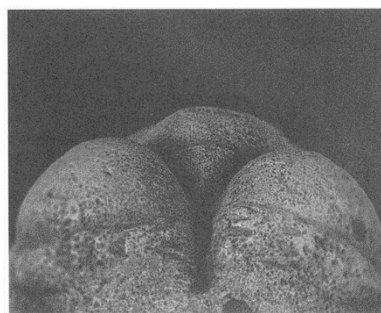


Figure 5
View of upper body of Willendorf figurine from same perspective used in Figure 4.



Figure 6
Woman's view of the side of her own body.

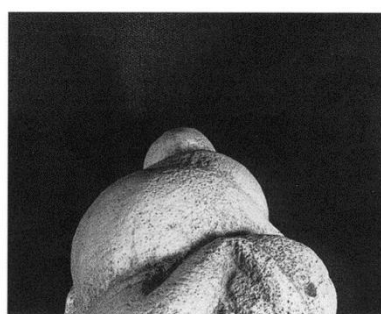


Figure 7
View of side of Willendorf figurine from same perspective.

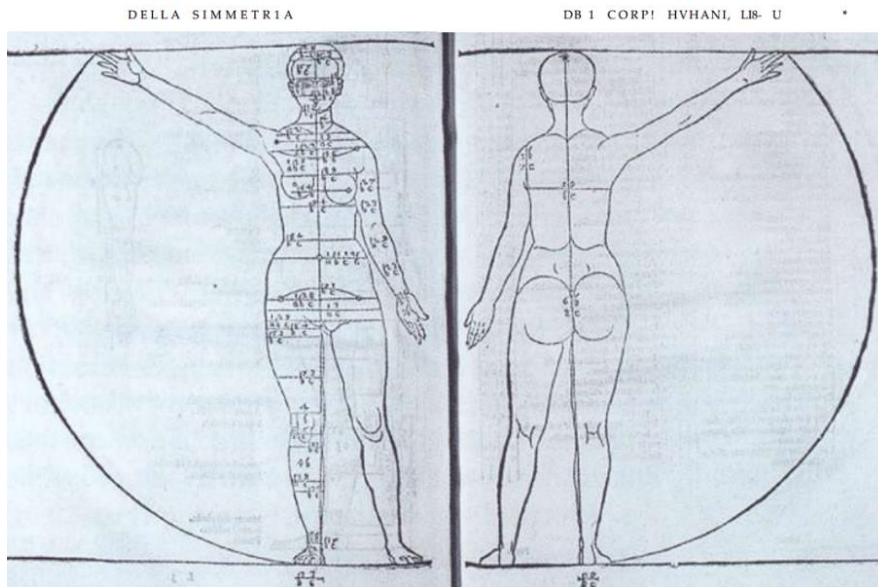
Slika 37: „Venera iz Willendorfa“ iz perspektive žena, (*Toward Decolonizing Gender*, 1996.)

U doba Egipta, 5.000 godina prije nove ere, golemi hramovi izgrađeni su po mjeri bogova, a ne čovjeka jer se na taj način željela prikazati bespomoćnost običnog čovjeka. Povjesničari mogu pratiti korištenje kozmetike sve do starih Egipćana, koji su koristili kohl za stvaranje dramatičnih *smokey eyes*. Vjerovalo se da će tamnjenje oko očiju zaštititi od jakih sunčevih zraka, poboljšati vid i ojačati oči. Još jedna značajka starog Egipta bila je neotenija – očuvanje osobina djetinjstva kod odraslih žena. Idealom ljepote u starom Egiptu smatrala se visoka, vitka brineta s malim prsima, širokim ramenima i dugim nogama. Standardom ljepote smatrale su se oči u obliku badema, ravan nos i velike usne. Drevne freske prikazuju žene glatke kože posvuda. Mnoge prakse održavanja ljepote mogu se pratiti do ovog doba.⁵⁸

Za razliku od Egipćana, čiji je fokus bio usmjeren na red i moć, Grci su bili usredotočeni na savršeno ljudsko tijelo. Vjerovali su da bogovi imaju ljudsku formu i isklesana atletska tijela, te da će i oni moći izgledati kao bogovi ako se brinu za svoje tijelo, a savršena simetrija i proporcije ključ su estetskog ideala. Thomas Aquinas je rekao da bi ljepota postojala, ona mora

⁵⁸ *Don't Strive To Be Perfect: Why Beauty Standards Are Meaningless*: <https://spb.hse.ru/soc/illuminated/news/450412934.html#:~:text=The%20ideal%20of%20beauty%20in,skin%20without%20a%20single%20hair>. pristupljeno 24. siječnja 2024.

biti ne samo proporcionalna, već i cjelovita. Drugim riječima, sve stvari moraju imati sve dijelove koji im pripadaju, i stoga je osakaćeno tijelo ružno. Da bi nešto bilo lijepo, mora imati i jasnoću ili sjaj.⁵⁹



Slika 38: Albrecht Durer, *Anthropometric Plate*, („Četiri knjige o ljudski proporcijama“, 1528.)

Kako su se kroz povijest mijenjale kulturne vrijednosti, tako se i mijenjalo ono na što će umjetnici staviti naglasak jer su ljude oduvijek privlačili ekstremni oblici. U srednjem vijeku, prikaz ljudskog tijela je stiliziran u skladu s degradacijom tjelesnog zadovoljstva i osjetilnosti. Prikaz fizičkih i spolnih karakteristika je nerealističan, jer se želi naglasiti „moralna i duhovna poruka“. Standardi ljepote bili su vrlo specifični. Izdužene, vitke figure sitnih lica s naglašenim očima čime je naglašena duhovnost, a tjelesnost negirana i prikrivena. Kosa bi trebala biti plava, a ako prirodno nije imala odgovarajuću boju, mogla bi se proizvesti bojama uvezenim s istoka.⁶⁰

Sv. Aurelije Augustin o ljepoti govori u nekoliko svojih djela i njegov interes za istraživanje ljepote leži na tri, za njega važna problema. To su: što je ljepota, percepcija ljepote i Božja ljepota (Boga shvaća kao ljepotu nad ljepotama). On ljepotu definira kao užitek/sviđanje (*delectatio*). Augustin se pita jesu li stvari lijepe jer pružaju užitek ili pružaju užitek jer su lijepe. Odgovor je da one nesumnjivo pružaju užitek jer su lijepe. To jasno govori da je ljepota nešto

⁵⁹ UMBERTO ECO, *Povijest ljepote*, London: Seeker & Warburg 2004., 88.

⁶⁰ *BEAUTY THROUGH HISTORY*: <https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/wellness/1987/01/27/beauty-through-history/301f7256-0f6b-403e-abec-f36c0a3ec313/>, pristupljeno 24. siječnja 2024.

objektivno, a ne subjektivno. Tu objektivnost potkrepljuje traženjem kriterija ljepote. Elementi koje treba posjedovati svaka stvar koja je lijepa su sklad, cjelovitost, red, broj i boja tijela. Tjelesna ljepota je u skladu dijelova s ugodnošću. Pri prosuđivanju ljepote nadmoćan je ljudski um, a ne osjetila. Ona nam ponekad mogu krivo prenijeti ono što vidimo.⁶¹

U 15. stoljeću, ljepota je zamišljena prema dvostrukom standardu, koji nam se danas čini proturječnim. Prvo, kao oponašanje prirode u skladu sa znanstveno utvrđenim pravilima, i drugo, kao kontemplacija nadnaravnog stupnja savršenstva koji nije mogao biti opažen okom. Umjetnik je stoga istodobno bio stvaratelj novih stvari i oponašatelj prirode.⁶²

Na samom početku renesanse, počela se razvijati značajna ideja: ljepota nije proizlazila toliko iz uravnoteženih proporcija, koliko nemirnog posezanja za nečim što leži izvan matematičkih pravila koja vladaju fizičkim svijetom, nema objektivnih ograničenja za predstavljanje ljepote.

Renesansna žena koristila je kozmetiku i posvećivala posebnu pažnju kosi, bojanjem u nijansu plave koja je često bila blizu nijansi crvene. Njezino je tijelo stvoreno da bude oplemenjeno proizvodima zlatarske umjetnosti, koji su također bili predmeti stvoreni prema kanonima sklada i proporcija.⁶³

Tijekom 1600-tih, izdavačka industrija ljepote dobila je na zamahu s knjigama poput Sir Huplatsa *Delights for Ladies*, uputama za izradu kozmetike, čišćenje zuba i bojanje kose kod kuće. Huplatsov savjet je bio: „Ako vam je kosa otpala nakon bojanja sumpornom kiselinom, nosite periku.“⁶⁴

Tijekom 16. do 18. stoljeća estetski i erotski privlačni standard se odnosio na oblo, meko, voluminozno tijelo, i teško da bi se smatralo današnjim idealom. Žene su bile blijede, ali s ružičastim naglascima jer se neprivlačno tamna koža povezivala sa seoskim ženama koje su morale raditi na suncu. Naglašavaju se stražnjica, bokovi i grudi, s obzirom na njihovu simboličku i funkcionalnu ulogu, ističu se praktična svojstva ženskog tijela koje je povezano sa ženskom ulogom u tadašnjem društvu: pasivnost, plodnost, seksualnost i ženstvenost.⁶⁵

⁶¹ AURELIJE AUGUSTIN, *O slobodi volje*, Zagreb: Filozofska biblioteka Dimitrija Savića, 1998.

⁶² UMBERTO ECO (bilj. 60.), 176.

⁶³ Ibid, 95., 196.

⁶⁴ BEAUTY THROUGH HISTORY (bilj. 61)

⁶⁵ BEAUTY THROUGH HISTORY (bilj. 61)



Slika 39: Giorgione, Tizian, *Usnula Venera*, 1509., (Umberto Eco, *Povijest ljepote*, 189.)

Ljepota baroknog razdoblja je iznad dobra i zla. Ovo gledište dopušta da se ljepota izrazi kroz ružnoću, istina kroz laž, a život kroz smrt. Tema smrti, štoviše, opsesivno je prisutna u baroknom mentalitetu.

Slika „Ljuljačka“ Jean-Honoréa Fragonarda više je od same žene na ljuljački. Predstavlja pogled u francuske aristokratske običaje i kulture 18. stoljeća, uključujući umjetnički stil u to vrijeme, koji je bio poznat kao rokoko. 18. stoljeće obično se predstavlja kao racionalno stoljeće, pomalo hladno i odvojeno. Međutim, način na koji moderni ukusi percipiraju ovu sliku izrazito su pogrešni. Na ovoj slici Jean-Honoré Fragonard simbolizira ideje nevjere, želje, erotike, ljubavi i moći.

Estetika 18. stoljeća veliku je važnost pridavala subjektivnim i neodredivim aspektima ukusa. Na vrhuncu ovog trenda, Immanuel Kant, u svojoj knjizi *Kritika moći suđenja*, tvrdi da je osnova estetskog iskustva bestrasno zadovoljstvo koje nastaje kontemplacijom ljepote. Ljepota je ono što ugađa na objektivni način, a da ne izvire iz bilo kojeg koncepta ili mu se može pripisati. Ukus je stoga sposobnost donošenja nepristranog prosuđivanja o objektu (ili prikazu) kroz užitek ili nezadovoljstvo; predmet ovog užitka je ono što definiramo kao lijepo.⁶⁶

⁶⁶ UMBERTO ECO (*bilj. 60.*), 233.-265.



Slika 40: Jean-Honoré Fragonard, *Ljulačka*, 1770., (Umberto Eco, *Povijest ljepote*, 238.)

Dok u prethodnim stoljećima nije nedostajalo izraza koji se odnose na estetske sposobnosti subjekta (na primjer, koncepti poput 'genijalnosti', 'duhovitosti' i 'esprit'), tek su u 18. stoljeću prava subjekta počela igrati cijelu ulogu u novom konceptu ljepote. Lijepu stvar definira način na koji je shvaćamo, analizirajući reakciju osobe koja izriče sud ukusa. Rasprava o ljepoti pomaknula se s potrage za pravilima njezine proizvodnje i za njezino prepoznavanje, na razmatranje učinaka koje ona proizvodi.⁶⁷

Originalnost romantizma bila je veza koja povezuje različite oblike, diktirana ne samo razumom, već i osjećajima. Cilj ove veze nije isključiti proturječnosti ili razriješiti antiteze (konačno/beskonačno, cjelina/fragment, život/smrt, um/srce), već ih sve spojiti. Romantizam budi događaje iz prošlosti. Figure čovjeka na slikama instrument su kojim se bude snažne

⁶⁷ Ibid., 275.

urođene emocije. Umjetnici žele izraziti osjećaje svih likova koji sudjeluju, radije nego prikazati pojedinosti. Za romantičnog čovjeka čak je i sama smrt imala svoju privlačnost i mogla je biti lijepa.⁶⁸



Slika 41: John Everett Millais, *Ophelia*, 1851.-52., (Umberto Eco, *Povijest ljepote*, 307.)

U svom eseju *Što je umjetnost?* Leo Tolstoy ponovno potvrđuje duboke veze između umjetnosti i morala, ljepote i istine. Tolstoy smatra da oba slučaja vode subjektivnim definicijama ljepote, i samim time subjektivnim definicijama umjetnosti. Oni koji shvaćaju nemogućnost objektivnog definiranja ljepote, okreću se proučavanju ukusa pitajući zašto se neka stvar nekome sviđa. Tolstoy zaključuje da u tome nema smisla, jer je i ukus subjektivan, te se ne može objasniti zašto se nekome nešto sviđa, a nekome ne.⁶⁹

Godine 1849. Edgar Allan Poe u svom eseju *Princip poezije* sugerira da je ljepota stvarnost koja je uvijek izvan našeg dosega. Ovo razdoblje podrazumijeva ideju da ne postoji ljepota koja nije umjetničko djelo, te da bi samo ono što je umjetno moglo biti lijepo.⁷⁰

⁶⁸ Ibid, 299.

⁶⁹ LEO TOLSTOY, *The Kingdom of God is Within You; What is Art?*, New York: Charles Scribner's Sons, 1902., 328.-527.

⁷⁰ UMBERTO ECO (bilj. 60.), 346.

U isto vrijeme, u 19. stoljeću, viktorijanski svijet (a posebno onaj buržoazije) bio je svijet pojednostavljivanja života i iskustva u izravnom praktičnom smislu: stvari su bile ispravne ili pogrešne, lijepe ili ružne, bez miješanja karakteristika ili dvosmislenosti. Viktorijanska je estetika stoga bila izraz temeljne dvojnosti.⁷¹

U 19. stoljeću idealizirano žensko tijelo bilo je mnogo zaobljenije i raskošnije nego u današnje vrijeme. U vrijeme prije Prvog svjetskog rata, puna lica i raskošna, obla tijela bile su omiljene osobine koje su označavale dobro zdravlje i ljepotu. No, u 20. stoljeću, došlo je do velikog pomaka od oblina prema mršavosti. To nas dovodi do ljepote provokacije i konzumacije. Umjetnost više nije zainteresirana za pružanje slike prirodne ljepote, niti joj je cilj priskrbiti užitak koji proizlazi iz kontemplacije skladnih oblika.⁷²

U dvadesetim godinama 20. stoljeća, mršavost je ponovno postala standard. Ovaj dramatičan pomak u odnosu na viktorijansko doba bio je posljedica toga što su žene dobile više prava, uključujući dobivanje prava glasa u SAD-u 1920. godine. Žene su težile muževnom izgledu i dječakskoj figuri: male grudi, uzak struk i kratke frizure.⁷³

Posjetitelji izložbi nose traperice ili dizajnersku odjeću, friziraju se i šminkaju po uzoru na standard ljepote koji nude časopisi, film ili televizija. Slijede ideale ljepote kakve sugerira svijet komercijalne potrošnje, upravo onaj svijet protiv kojeg su se avangardni umjetnici borili više od pedeset godina. Kada je „Pop Art“ preuzeo popularnost i počeo proizvoditi provokativne eksperimentalne radove temeljene na slikama iz svijeta industrije i masovnih medija, raskorak između umjetnosti provokacije i umjetnosti potrošnje postao je sve manji.⁷⁴

U 1950-ima Marilyn Monroe postala je ikona američke ljepote. Njezino meko, otvoreno, ranjivo lice okruživao je okvir izbjeljene kose. Boja koja se tradicionalno povezuje s anđelima i čestitim ženama, pojačala je njezinu sirovu senzualnost. Žene svih dobi također su odlučile izbjeljivati kosu i koristiti kopije njezinog jarko crvenog ruža za usne koje su napravile tvrtke poput Max Factora, tvorca "šminke za zvijezde". To je bilo i doba početka *Playboy* časopisa.⁷⁵

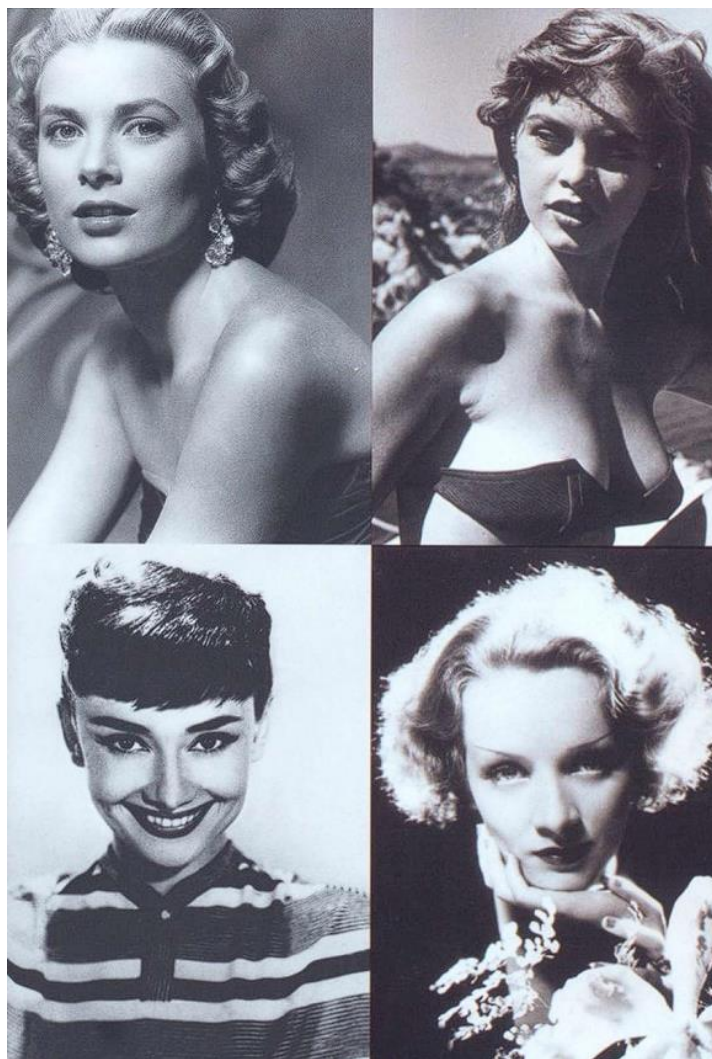
⁷¹ Ibid, 362.

⁷² *Beauty Ideals Through A Historical Lens*: <https://sociology.sites.gettysburg.edu/capstones/johnni03/beauty-ideals-through-a-historical-lens/>, pristupljeno 26. siječnja 2024.

⁷³ *Beauty Ideals Through A Historical Lens* (bilj. 73)

⁷⁴ UMBERTO ECO (bilj. 60.), 418.-425.

⁷⁵ *BEAUTY THROUGH HISTORY* (bilj. 61)



Slika 42: Poznate glumice iz 40-ih do 70-ih: Grace Kelly, Brigitte Bardot, Audrey Hepburn i Marlene Dietrich, (Umberto Eco, Povijest ljepote, 421.)

Šezdesete godine bile su vrijeme rušenja granica i dopuštanja ženama da preuzmu kontrolu nad svojim životima. Postalo je uobičajeno da žene nose hlače, kraće suknje, "push up" grudnjake, pa čak i prozirne bluže. Plava kosa boje jagode bila je popularna 1960-ih, osobito među holivudskim zvijezdama.

Sedamdesete godine bile su vrijeme kada je hipi kultura bila popularna, utječući na poglede na ljepotu. Mnoge žene su počele nositi kosu prirodno – bez potrebe za izbjeljivanjem ili bojanjem. Žene su se osjećale slobodnima nositi odjeću koja nije kreirana za njih. Muške hlače postale su popularnije u feminističkom pokretu, a neki muškarci su se počeli i šminkati, uključujući šljokice za tijelo i ruž za usne. Iako je moda bila oslobađajuća, došlo je i do porasta poremećaja prehrane tijekom 1960-ih i 1970-ih.

Osamdesetih su modnom scenom dominirala velika ramena, bujna kosa, uske hlače i jarke boje. Ovu su sliku istaknule popularne zvijezde poput Madonne. Praćenje trendova bilo je iznimno značajno; žene su ugrađivale implantate u grudi i bojile kosu u neprirodne boje.

Pojam ljepote drastično se promijenio tijekom devedesetih. Fokus više nije bio na postizanju idealiziranog savršenstva, već na individualnosti i samopouzdanju. Ovo je bio prvi put da su trendovi poput tetovaža, *piercinga* i višestrukih naušnica postali popularni za žene. Ponovno su počele nositi muževniju odjeću - odijela, kravate i druge predmete koje obično nose muškarci.

Dvijetisućitih godina raste broj ljudi s problemima sa slikom tijela i samopouzdanjem koji su uglavnom vjerovali da biti mršav znači biti privlačan. Porastom tehnologije i medija, ljudi počinju biti preplavljeni porukama o idealnom tipu ženskog tijela, a za one koji se nisu uklapali u ovaj ideal, mediji su stvorili mnogo tjeskobe i problema sa samopouzdanjem. Slavne osobe postale su vrlo utjecajne u 2000-ima, pa su mnogi ljudi počeli ići na plastične operacije kako bi izgledali poput njih.⁷⁶

U oblikovanju karata *Idealno tijelo* ilustracija služi kao asocijacija, a pitanja na poledini karte - služe kao poticaj i suočavanje sa specifičnim situacijama i problemima. Cilj takvog dizajna karata je kreiranje inovativnog stila i funkcije karata. Karte *Idealno tijelo* najviše se nadovezuju na karte za poticaj razgovora. Međutim, ilustracije na kartama i njihovi pojmovi koje obrađuju, služe i poput priručnika (leksikona) za upoznavanje s različitostima i teškoćama pri definiranju što bi „idealno tijelo“ moglo biti. Razna stanja s kojima se najčešće mladi susreću je praćenje trendova, kako bi bili privlačni drugima. Pri težnji „onom idealnom“ neki razvijaju iskrivljenu sliku, što ove karte pokušavaju prikazati.

⁷⁶ 11 Beauty Standards Throughout History: <https://aetheion.com/11-beauty-standards-throughout-history#toc-item-6>, pristupljeno 26 siječnja, 2024.

4.1.2. Estetika tijela u medijima

Mediji čine sastavni dio naše svakodnevnice i utječu na percepciju našeg tijela. Zbog medija mladi su često nezadovoljni izgledom iz razloga što većinu socijalnih medija, reklama, te trendova pop kulture ispunjavaju idealni standardi ljepote i mladosti koji su često nerealni i uređeni preko *airbrush*, *face app* aplikacije, određenim filterima u programima i drugim metodama. Velik broj društvenih mreža, koje su dominantno vizualne, također imaju opcije raznih *filtera* za modifikaciju izgleda. Izloženost različitim medijskim sadržajima koji prikazuju nerealne tjelesne proporcije često dovodi do povećavanja nezadovoljstva izgledom, kao i sa željom za preoblikovanjem oblika i veličine tijela. Taj utjecaj posebno je važan za mlade osobe, čije tijelo prolazi kroz niz različitih promjena tijekom odrastanja. Nezadovoljstvo tijelom jedan je od poremećaja slike tijela koji nastaje kao posljedica raskoraka između percipiranog i idealnog tjelesnog izgleda, a može se kretati od blagog nezadovoljstva specifičnim dijelovima tijela, pa sve do ekstremnog nezadovoljstva cjelokupnim izgledom. Mladima mediji predstavljaju bitan aspekt socijalizacije i čimbenik koji utječe na oblikovanje identiteta i percepciju vlastitog izgleda.

Pregled dostupne literature na temu pokazao je da kratkoročne intervencije medijske pismenosti djeluju u smislu izazivanja medijskog skepticizma i smanjivanja negativnih učinaka, no da stvarne promjene u stavovima zahtijevaju dugotrajnije intervencije.

Kroz povijest, koncept ženske ljepote mijenjao se kako bi reflektirao estetske standarde pojedinog vremenskog razdoblja. Načela ženske ljepote temelje se na heteronormativnim idejama i uvelike diskriminiraju žene svih seksualnih orijentacija. Idealna težina i oblik tijela za žene prikazan u medijima promijenio se od zaobljenog početkom 1900-ih godina do sve tanjeg i mršavijeg u posljednjih nekoliko desetljeća. Pomak je osobito vidljiv u posljednjih 25 godina, kada je naglasak na mršavom i idealno građenom ženskom tijelu sve prisutniji u različitim medijskim sadržajima, a mediji kroz koje mladi uspoređuju i osuđuju svoj izgled sve su dostupniji. Brojna znanstvena istraživanja to su povezala s porastom različitih poremećaja hranjenja i drugih radikalnih psiholoških posljedica.⁷⁷

Porast količine takvih sadržaja moguće je opisati kao sociokulturnu epidemiju u kojoj ideali koje nameće modna i filmska industrija negativno djeluju na adolescente, osobito djevojke, koje idealni tjelesni izgled shvaćaju kao preduvjet ljepote i uspjeha. Glavnu razliku u

⁷⁷ ELLEN R. ALBERTSON & KRISTIN D. NEFF & KAREN E. DILL-SHACKLEFORD, *Self-Compassion and Body Dissatisfaction in Women: A Randomized Controlled Trial of a Brief Meditation Intervention*, u: *Mindfulness*, Vol. 6 (2015), 444.-454.

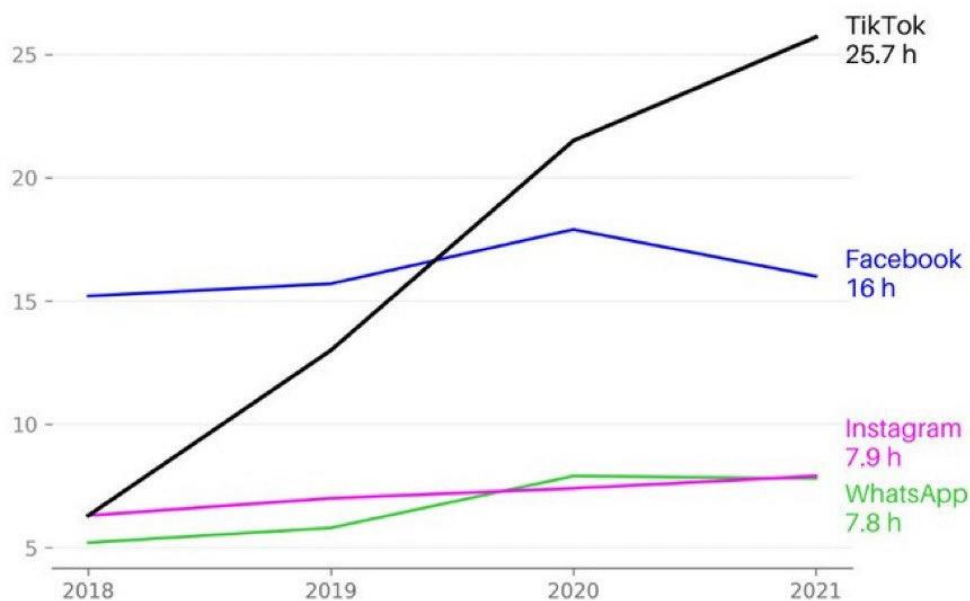
medijskim prikazima idealnog ženskog i muškog tijela čini veličina i oblik tijela – za žene se uglavnom naglašava ideal mršavosti, dok kod muškaraca prevladava ideal mišićavosti. Dječake se od najranije dobi ohrabruje da misle da biti muškarac i biti fizički snažan ide ruku pod ruku. Kako odrastaju, kod nekih mladića pritisak da „budu muško“ može voditi do restriktivnih dijeta, prekomjernog vježbanja, pušenja ili ovisnosti.⁷⁸

Sve veća prisutnost mladih između 12 i 17 godina na društvenim mrežama je problematična. Adolescenti su skloni praćenju nezdravih trendova i na njih veliki utisak ostavljaju „savjeti“, te rutine koje promoviraju *influenceri* na medijskim platformama.

Društvena mreža na kojoj broj mladih korisnika eksponencijalno raste u posljednjih nekoliko godina je *TikTok*, od kojeg su 32% korisnici u dobnoj skupini od 10-19 godina.⁷⁹

Prati ga Instagram, od kojeg je 8% korisnika mlađe od 18 godina, dok je 30.8% između 18-24 godina.⁸⁰

Average monthly hours spent per user



Slika 43: Usporedba mjesečnog korištenja društvenih mreža po satima, (The Marketix Blog, 2023.)

⁷⁸ TEA STIPAN, Uloga medijske pismenosti u samopredodžbi mladih uvjetovanoj medijskim idealima ljepote, u: *Communication Management Review*, Vol. 4, No. 1 (2019)

⁷⁹ *TikTok Statistics – Updated Jan 2024*: <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/>, pristupljeno 14. siječnja 2024.

⁸⁰ *The 2024 social media demographics guide*: <https://khoros.com/resources/social-media-demographics-guide>, pristupljeno 14. siječnja 2024.

Kao aplikacija za društvene mreže, *TikTok* nije imun na promicanje nerealnih tjelesnih standarda i *fatphobije* (fobija od debelih ljudi, a zapravo se termin koristi kada ljudi smatraju da su pretili ljudi sebični i promoviraju debljinu). Utjecaj i širenje brojnih štetnih trendova su zabrinjavajuća s obzirom na broj mladih korisnika.

Primjeri: "Kladim se da je debela ispod sve te odjeće"; trend gdje djevojke u širokim majicama stoje ispred kamere i navlače odjeću kako bi pokazale mršave figure, ili trend *girl dinner* (Slika 44), koji promovira i pravi meme-ove od nezdravog načina prehrane. Iako se namjera mnogih trendova možda čini bezopasnom, svaki trend usmjeren na analiziranje tijela ljudi jača hiperfokus koji društvo već stavlja na naš izgled. Umjesto da mladima dopuste da postoje, društveni mediji ih tjeraju da ispituju i opsjedaju time kako njihova tijela izgledaju u svijetu, kako online, tako i *offline*.



Slika 44: TikTok trend „girl dinner“, (screenshot: TikTok i X)

Kada govorimo o nezdravim utjecajima medija, ne možemo zaboraviti spomenuti film i TV, marketing, te pop kulturu, koji naglašavaju nesigurnosti ženskog tijela, što tvrtkama olakšava promicanje "rješenja" za negativnu sliku ljudi o sebi. Početak reklamiranja pojavio se uz trgovanje, te su oglasi bili relativno iskreni i izravni. Prikazivali su proizvod, za što služi, gdje se može nabaviti i koliko košta.

Jedan od prvih štetnih načina oglašavanja bio je 1880-ih, u reklamama za cigarete tvrtke *Cope Bros & Co.* Inovativna manipulacija publikom odnosila se na svijest o zdravlju; reklame usmjerene srednjoj klasi obećavale su da "dim ne samo da zaustavlja bolesti, već čuva pluća". Grubi, teški okus bio je namijenjen radnicima, vojnicima i mornarima, dok je "nježni, mirišljavi" bilo dio privlačnosti višoj klasi.



Slika 45: oglas za „Kenilworth Cigarettes“, Cope Bros. & Co., 1919., (Mary Evans Picture Library)

Prvi oglas koji je koristio seksipil u modernom oglašavanju bilo je za *Woodbury* sapun za lice. Novitet se pojavio kada su težište s proizvođača i proizvoda prebacili na interese potrošača. Sve je počelo s kampanjom „*Koža koju volite dirati*“ (eng. „*Skin you love to touch*“) 1911. godine u SAD-u.⁸¹

⁸¹ „*A Skin You Love to Touch*“: <https://historymatters.gmu.edu/mse/ads/model.html>, pristupljeno 20. siječnja 2024.



Slika 46: Američka reklama za Woodbury sapun; „Koža koju volite dirati“, (*Ladies' Home Journal* Vol, 33, No. 9, 1916.)

Početak 20. stoljeća ženska moda počela je prelaziti sa zakopčanih, konzervativnih haljina iz 19. stoljeća na opuštenije haljine bez rukava za ples i izlaske. *Gillette* je prvi put postao dio kućanstva 1901., reklamirajući sigurnosnu britvicu vojnicima u Prvom svjetskom ratu i sklopivši ugovor s američkom vojskom da je opskrbi vojnicima. Međutim, 1915., Gillette je iskoristio priliku koju pruža izloženija koža, te mijenja svoj marketing kako bi kapitalizirao na ženskom sramu svojim izumom britvice za žene.

Prije 19. stoljeća većina je žena održavala dlake na tijelu kako prirodno jesu. *Gilletteov* izum prve ženske britvice popraćen je marketinškim taktikama posramljenja žena koje su se održale sve do modernog doba. *Gilletteov* prvi oglas za žensku britvicu *Milady Décolleté* posebno je ciljao na brijanje dlačica ispod pazuha: "*Milady Décolleté prekrasan je dodatak Miladynom toaletnom stoliću – i onaj koji rješava neugodan osobni problem.*"⁸² Dok društvo nije u stanju prihvatiti prirodno ljudsko tijelo, mediji iskorištavaju ovu nesigurnost za širenje proizvoda kao što su alati za brijanje, vosak i kreme za depiliranje, i sl. Današnji aktivisti koji odbijaju brijati dlake na tijelu u medijima su neprestano kritizirani i ismijavani.

⁸² *Women Shave Because of Marketers: How the Industry Created Demand for Women's Razors:* <https://blog.hubspot.com/marketing/womens-razors-marketing>, pristupljeno 20. siječnja 2024.

*Welcomed by
Women Everywhere*

The Happy
Thought
in Gifts



Price
\$5

"In French Ivory and Gold"—14K. Gold Plate, in case of French Ivory lined with velvet and satin—your choice of Purple, Old Rose, Green or Old Gold.

Milady Décolleté Gillette

A GIFT that is new, unique, very much up to date. A beautiful addition to Milady's toilet table—and one that solves an embarrassing personal problem.

Milady Décolleté Gillette is welcomed by women everywhere

—now that a feature of good dressing and good grooming is to keep the underarm white and smooth.

You can see it in the leading department stores, in drug stores, jewelry and hardware stores.

Ask your dealer—have him get it—or send *direct to us*. Say which color you prefer in lining of case.

The price is \$5.

GILLETTE SAFETY RAZOR COMPANY
BOSTON

Slika 47: Reklama za britvicu Milady Decollete Gillette – 1917., (Duke University Libraries)

Posao tehničara za nokte počeo je cvjetati kada su reklame sredinom 20. stoljeća govorile ženama da će manikirani nokti biti "ljepši za gledati".

Marketinška psihologija 1930-ih je fascinantna i uznemirujuća, manipulirajući ženama da budu iskorištene u kapitalističkim i seksističkim programima:

„Popularna Cura iz 1932. odavno više ne gubi san oko toga treba li nositi sjajne ili blijede nokte. Dubokoumno pitanje o kojem razmišlja svaka pametna mlada cura danas (a i svaka pametna stara cura, što se toga tiče!) jest koju je od pet nijansi laka za nokte najbolje nositi uz koju haljinu. Hoće li namamiti više samaca ako odjene bijelu satensku haljinu s noktima boje koralja ili ruže? ... Osim toga, ako niste dovoljno bistre da to same riješite, možete potražiti odgovor u tablici s desne strane ... jedan lak za nokte više nije dovoljan...Da biste bili elegantniji u bilo kakvom mladenačkom stilu, morate imati barem dvije nijanse na toaletnom stoliću – svjetliju i tamniju.“

– Ladies' Home Journal oglas za Cutex lak za nokte, 1932.

Od tada su žene postale opsjednute idejom da imaju lijepe i njegovane nokte. Vjerovale su da će ih to učiniti privlačnijima i ženstvenijima, pa čak i sposobnima odisati elegancijom i bogatstvom. Budući da se od žena očekuje da održavaju svoje nokte, industrija noktiju postala je jedna od najbogatijih u *beauty* industriji.⁸³



Slika 48: Ladies' Home Journal oglas za Cutex lak za nokte, 1932., (Ladies Lounge)

Kada govorimo o suvremenom dobu, najveći utjecaj imaju *celebrity* i njihov nedostižan stil života. Neke slavne osobe s velikim brojem sljedbenika na društvenim mrežama promoviraju proizvode poput tableta za mršavljenje i čajeva za detoksikaciju. Tvrde da su vitamini i suplementi dobri za zdravlje i mogu izliječiti mnoge tegobe i bolesti. Zabrinutost nije samo zbog nedostatka učinkovitosti. Mnogi vitamini često i ne sadrže sve navedene sastojke.⁸⁴

⁸³ Ladies Lounge: Manicures of the early 20th Century: <https://historiciindianapolis.com/ladies-lounge-manicures-of-the-early-20th-century/>, pristupljeno 20. siječnja 2024.

⁸⁴ PIETER A. COHEN, BHARATHI AVULA, KUMAR KATRAGUNTA, ET AL., Presence and Quantity of Botanical Ingredients With Purported Performance-Enhancing Properties in Sports Supplements, u: *JAMA Netw Open*, Vol. 6, No. 7 (2023)

Kim Kardashian, koja ima 364 milijuna pratitelja na Instagramu, reklamirala je dijetnu lizalicu za koju tvrdi da smanjuje apetit (Slika 49). Visoko utjecajne slavne osobe iznevjeravaju upravo one ljude koji se ugledaju na njih, prodajući proizvode koji su u najboljem slučaju neučinkoviti, a u najgorem slučaju štetni.



Slika 49: Kim Kardashian promovira lizalice za supresiju apetita, (Instagram/kimkardashian)

Glumica Gwyneth Paltrow, koja je osnovala *Goop*, brend i tvrtku za *wellness* i *lifestyle*, izjavila je u podcastu 2023. da je na zimskom planu prehrane od 300 kalorija dnevno. Svoju dijetu definira kao zimsku *detox* dijetu kojom bi očistila tijelo od toksina. Njena rutina brzo je postala viralna i prozvana je zbog veličanja nezdrave restriktivne prehrane. Otkako je intervju emitiran, Paltrow je pojasnila kako joj to nije svakidašnja prehrana. Ipak, izvorni komentari postavili su opasan primjer i mogli bi potaknuti ljude da oponašaju njezin stil života.⁸⁵

Mnoge od ovakvih slavnih osoba stvaraju lažnu iluziju da je njihov izgled rezultat zdrave prehrane i rutine vježbanja dok se podvrgavaju brojnim skupim medicinskim zahvatima

⁸⁵Gwyneth Paltrow shared what she eats in a day: <https://www.today.com/popculture/gwyneth-paltrow-bone-broth-backlash-explained-rcna75495>, pristupljeno 20. siječnja 2024.

i plastičnim operacijama kako bi ostale mlade, dok milijunima sljedbenika promoviraju štetne proizvode, te nezdrave i nerealne stilove života.

Kada utjecajne osobe namjerno varaju mlade, povodljive obožavatelje, to može ovjekovječiti nerealne standarde ljepote i prenijeti opasnu poruku da su punije usne, manji nosevi ili neprirodno tanki strukovi prirodno mogući. Ali, u stvarnosti ove su "savršene" figure vjerojatno uredili dijetetičari, program *Photoshop*, pa čak i plastični kirurzi. Slavne osobe koje podupiru određene kozmetičke tretmane i zahvate mogu znatno povećati njihovu popularnost. Ljudi često vjeruju svojim omiljenim slavnim osobama i dive im se, te im njihova preporuka može dati samopouzdanje da razmotre određeni tretman za sebe.

Kako vitka figura slavnih žena nije realistično održiva, tako ni iluzija o „savršenom isklesanom tijelu“ koju mnogi muškarci imaju u filmovima i drugim medijima nije baš dobivena zdravom metodom. U kombinaciji s intenzivnom rutinom vježbanja, glumci često moraju dehidrirati svoje tijelo kako bi im koža bila tanja, te mišići i vaskulatura bili vidljiviji.

Henry Cavill, poznati glumac *Supermena*, govorio je o tom pitanju 2019. godine u emisiji Grahama Nortona o snimanju serije *The Witcher*, rekavši: "*Kada ste dehidrirani tri dana, dođete do točke kada možete osjetiti miris vode u blizini.*"



Slika 50: Henry Cavill, „Man of Steel“, 2013., (Hollywood.com)

Život modela također nije tako glamurozan kao što mnogi misle. Kako bi održale vitku figuru koju zahtijeva većina manekenskih agencija, mnogi modeli upadaju u nezdravu naviku preskakanja obroka, koriste intravenozne (IV) vitaminske infuzije kako bi nadoknadili pothranjenost uzrokovanu poremećajima prehrane, a neki čak idu i do krajnjih granica kao što je samo-izazvano povraćanje (što može dovesti do razvoja bulimije).



Slika 51: Victoria's Secret „Perfect 'Body'“ Campaign, 2014., (Victoria's Secret naslovnica)

Victoria's Secret, najveći svjetski specijalizirani trgovac intimnim odjevnim predmetima koji nudi širok asortiman modernih kolekcija, često je kritiziran zbog promicanja nerealnih standarda tijela.

U njihovoj kampanji *Savršeno 'tijelo'* iz 2014. godine, glavna fotografija koja je pratila slogan prikazivala je 10 modela, nekoliko s vidljivim rebrima. Takozvane "savršene" slike tijela uvelike su pridonijele stvaranju kulture posramljenja tijela, seksizma, negativne percepcije sebe i niza nezdravih prehrambenih ponašanja i poremećaja prehrane koji utječu na sadašnju generaciju mladih žena, kako fizički tako i mentalno.

Društvene norme koje definiraju ljepotu i seksualnost mijenjale su se godinama, s većom vrijednošću na širokom rasponu oblika tijela, boje kože i rodni identiteta. Victoria's Secret nije držala korak – neke od njihovih reklamnih kampanja više nalikuju stereotipnoj muškoj fantaziji nego realnosti onoga što žene žele.⁸⁶

⁸⁶ 'Angels' in Hell: The Culture of Misogyny Inside Victoria's Secret: <https://www.nytimes.com/2020/02/01/business/victorias-secret-razek-harassment.html>, pristupljeno 20. siječnja 2024.

Dokaz koliki je utjecaj i moć ova tvrtka (i mnoge druge slične njoj) imala nad toliko ljudi pokazuje *rebranding* kroz koji su prošli nakon što je tvrtka dobila niz optužbi za diskriminaciju i toksične odnose. Unijeli su važne promjene, ponajviše one koje se tiču inkluzivnosti. *Rebranding* je kasnio za ostatkom svijeta i učinjen je samo zbog negativnih reakcija⁸⁷ i pada prihoda, zbog čega je postalo očito da se radilo samo o korporativnom licemjerju i neautentičnosti.



Slika 52: Victoria's Secret, Love Cloud kolekcija, 2022, Instagram/victoriasecret

Možemo zaključiti kako tvrtke koriste ljudske nesigurnosti kao sredstvo za marketing preko sto godina, te da utjecaj kapitalizma na ranjive skupine izaziva porast težnje za idealom ljepote i mladosti, te nezdravih trendova koji se sve više šire.

Karte za poticanje dijaloga *Idealno tijelo* namijenjene su ponajviše adolescentima, koji stupaju iz djetinjstva u svijet odraslih. Većina mladih upoznaje svijet odraslih možda puno prije nego prijašnje generacije, a sve veću ulogu tom pristupu imaju alati za informiranje – današnji *smart* uređaji (mobiteli, tableti, TV). Percepcija vlastitog i tuđeg tijela, odnosa i vrijednosti uvelike je poljuljana kako idealom ljepote i mladosti, tako i odvrćanjem pažnje, koja se potenciraju različitim filterima, videima, ali i općenito sadržajima na društvenim mrežama i kanalima.

⁸⁷ Victoria's Secret Sparks Outrage With 'Perfect Body' Campaign: <https://www.businessinsider.com/victorias-secret-perfect-body-campaign-2014-10>, pristupljeno 20. siječnja 2024.

Ukoliko se ne educira i ne ukazuje na različitost prisutnih pojmovima i stanja putem medijske pismenosti, s kojima se mladi sve češće susreću, nudi se mogućnost preuzimanja stavova i stvaranje iskrivljene slike sebe i/ili okoline. Karte mogu pružiti korisnicima bolje razumijevanje te prepoznavanje i imenovanje određenih pojmova koje predočavaju, te prostor za diskusiju otvaraju svojim pitanjima na poledini.

4.2. Proces nastanka karata *Idealno tijelo*

Kako je cilj ovog diplomskog rada kreirati i vizualno oblikovati karte za poticanje dijaloga na temu „idealno tijelo“, bilo je potrebno izabrati stil ilustracije, koji bi odgovarao vizualnom oblikovanju karata za poticanje dijaloga.

Većina terapijskih karata imaju za ilustraciju apstraktne (jednostavne) forme uz pojmove, te omogućuju ljudima da se povežu sa svojom podsvijesti i maštom te kroz nju dođu do suočavanja s problemom. Moj pristup je malo direktniji, pošto se ne bazira na mašti već na specifičnim situacijama, koje su predstavljene na način da ne zastrašuju ljude koji će ih koristiti, nego ih otvoriti razgovoru bez pritiska i osude. Pristup oblikovanju ilustracija za karte *Idealno tijelo* je figurativan, a tehnika je digitalna u programu *Krita*. *Krita* je grafički program za profesionalno ili amatersko crtanje i slikanje, koji omogućava simulaciju stvarnih crtačkih i slikarskih tehnika kao što su olovka, ugljen, tuš, uljane boje, akvarel, pastele, flomasteri i sl.

Spomenuti figurativan stil ilustracija odabran je i upotrijebljen kako bi pojam kojeg objašnjava bio jasan i nekome tko nije upoznat s temom. Figurativan stil ilustracije oslanja se, također, i na figurativan stil jezika. Figurativan stil jezika današnjice u medijskom prostoru, iz kojeg se crpi tema „idealno tijelo“, obiluje poredbama, hiperbolama i ironizacijama/sarkazama, putem online i TV reklama, te postova, meme-ova i trendova na društvenim mrežama. Komuniciranje uspoređivanjem (poredba), prenaplašavanjem (hiperbola) i ironizacijom (sarkazam) često se komentira teme vezane uz tijelo i odnosa prema tijelu.

Svaka karta ima posebnu ilustraciju koja prikazuje specifičnu situaciju pojedinca u korelaciji s njegovim tijelom. Ilustracijama se želi potaknuti korisnika prema razgovoru bez pritiska i osude. Uz ilustraciju, na poledini karte nalaze se i pitanja, koja mogu dodatno potaknuti razgovor, ako korisnik nije siguran kako započeti konverzaciju o specifičnom problemu kojeg karta objašnjava. Tekst pruža dublje analiziranje i klasificiranje svojih osjećaja,

te razumijevanje pojedinog stanja prikazanog na karti. Pitanja na kraju svakog teksta potiču preispitati naše osjećaje i stavove o temi karte.

Diplomski rad potaknut je temom ljudskog odnosa s fizičkim postojanjem i načinom kako svatko od nas vidi sebe i druge u ovom modernom vremenu uspoređivanja, individualizma i utjecaja društvenih medija.

Moj cilj bio je prikazati raznolike perspektive kako doživljavamo jedni druge i kako doživljavamo sebe, te kako se nosimo s tim. Rezultat je bio set karata koje potiču dijalog i osvještavaju pojedince putem korištenja karata da razmotre, usporede, razlikuju i prosude stanja i oblike tijela na pojedinim kartama.

Od velike važnosti bio je i način vizualnog prikazivanja stanja tijela u kojima se pojedina osoba može zateći - istraživanje moći asocijacija i emocija kroz umjetnički prikaz kako bi korisnik temeljitije procesuirao emocije kroz vizualizaciju problema.

Karte *Idealno tijelo* namijenjene su ponajviše adolescentima i odraslima koji imaju poteškoća sa percepcijom svog izgleda, tj. psihičkog i fizičkog odnosa s tijelom, te socijalnim „uvjetovanim standardima“. Karte mogu pružiti korisnicima bolje razumijevanje te prepoznavanje i imenovanje određenih pojmova koje predočavaju. Također, karte nude mogućnost korisniku da putem njih procijene, provjere, potvrde i razlikuju određene osjećaje, stavove i vrijednosti koje vežu za određen pojam. Mogu pružiti ljudima mogućnost povezivanja potencijalnih odgovora na pojedina pitanja koja su izdvojena na karti, a koja služe za poticaj osobnog rasta i razvoja.

Kutija objedinjuje jednostavnost dizajna s prikazima cvijeća koja zaokružuju svaku kartu, te tako prikazivanjem cvijeća na samom dizajnu kutije dolazi do znanja što očekivati od izgleda karata bez otkrivanja specifičnih ilustracija.

4.3. Oblikovanje

4.3.1. Proces oblikovanja ilustracije

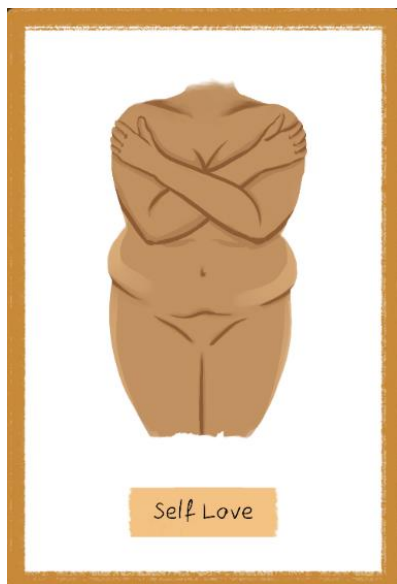
Svaka karta sastoji se od okvira u boji odgovarajuće kategorije, ilustracije tijela (ili dijela tijela) na koje se karta fokusira, te cvijeta kojemu simbolika odgovara značenju i emociji karte. Na naličju karte stoji logo proizvoda *Idealno tijelo*, ime cvijeta prikazanog na licu karte,

nekoliko rečenica o situaciji kojom se karta bavi, te par pitanja na koja korisnik može odgovoriti kako bi bolje procijenio i analizirao svoj problem.

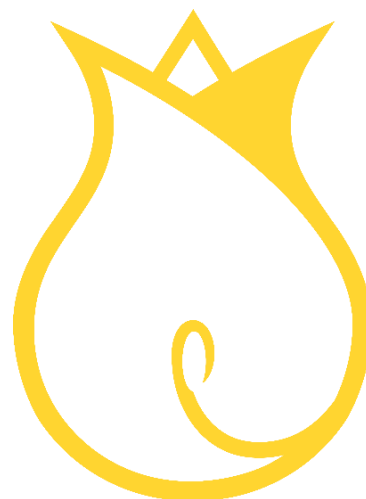
Svaka ilustracija ima tanki *lineart*⁸⁸, jednostavno sjenčanje, s ne previše detaljnim, ali još uvijek prepoznatljivim karakteristikama, osiguravajući da je sve čitljivo kada se smanji na veličinu karte. Nastojala sam uključiti i naglasiti što više tipova tijela, oblika i veličina, kao i tonova kože. Cilj je bio prikazati prirodno stanje tijela - uključujući dlake na tijelu, te sve vrste nesavršenosti koje svi imamo.

Nijedna od ilustracija ne uključuje lice, što je bila moja odluka kako bi bila izbrisana individualnost svakog tijela i prikazala univerzalniji identitet, onaj u kojem se mnogi ljudi mogu identificirati. Isključivanje lica također približava fokus temi karte. Boje su prirodne i uklapaju se u okolni obrub kartice kao i cvijeće.

Logo na poleđini svake karte, kao i na kutiji, predstavlja kombinaciju cvjetnog pupoljka i siluete torza. Spajanjem dva motiva zajedno postavlja se vizualni identitet koji odgovara temi proizvoda. Logo se sastoji od debljih i fluidnih linija. Dovoljno je jednostavan i jedinstven kako bi bio prepoznatljiv čak i kada je značajno smanjen, kao na poleđini karte ili zaslona pametnog telefona.



Slika 53: Skica karte „Self Love“



Slika 54: Logo za karte „Idealno tijelo“

⁸⁸ linijski crtež, tj. obrisne linije



Slika 55: Karta iz svake kategorije špila „Idealno tijelo“

Boje karata određene su prema simbolici i značenju boja u odnosu na kategoriju pa je tako plava za osobni odnos s tijelom, žuta za promijene u tijelu, crvena za odnos tijela i socijalnih standarda, zelena za osobne preferencije i izgled, te ljubičasta za nesigurnosti.

Plava označava smirenost, povjerenje, inspiraciju ili mudrost. Plava također može predstavljati tugu i depresiju. Ove emocije predstavljaju komplicirane unutarnje odnose koje imamo sa svojim tijelom.

Žuta predstavlja sreću i spontanost, te privlači pažnju svojom nadom i pozitivnošću, ali može predstavljati i strah. Željela sam prikazati promjene na tijelu kao nešto pozitivno, kao dokaz življenja naših života i radosti prolaska vremena.

Crvena je topla boja koja se povezuje sa strašću, ljubavlju, ljutnjom i pojačanim emocijama. Zahtijeva pažnju i teško ju je ignorirati. Po meni, socijalni standardi bude osjećaje ljutnje i strasti za promjenom, te crvena boja točno opisuje te osjećaje.

Zelena predstavlja prirodu, rast i sklad, ali i bogatstvo i stabilnost. Zelena je također hladna boja, a hladne boje (za razliku od toplih) često djeluju prigušenije i smirenije. Odabirom ove boje željela sam pokazati udobnost, afirmaciju i sigurnost u vlastitom tijelu, te slobodu izbora.

Ljubičasta obilježava puno toga – tajanstvena je, čarobna je, ali može predstavljati i poštovanje. Diljem svijeta, ljubičasta je stoljećima bila kraljevska boja. Htjela sam proturječiti nesigurnosti bojom koja bi ih slavila i uzdigla ljude koji se s njima bore.

4.3.2. Simbol cvijeta

Kroz vizualni identitet, uz tijelo, naglašava se i cvijeće. Kroz povijest, simbolizam cvijeća protezao se kroz mitologiju, folklor, sonete i drame starih Grka, Rimljana, Egipćana i Kineza. Mnogi stari narodi poznavali su cvjetnu simboliku, a njeno tumačenje usavršeno je u Kini i Japanu u 12. i 13. st., kada je izmjenjivanje poruka putem cvijeća bilo sasvim uobičajeno.

U 18.st., umjetnost sporazumijevanja cvijećem dopijeva i u Europu. U viktorijansko doba razvija se *cvjetni jezik* – koristilo se cvijeće poput vrste simbola. Na diskretan način izražavale su se skrivene emocije jer se iznošenje osjećaja u javnosti smatralo društvenim tabuom.⁸⁹



Slika 56: Victor Gabriel Gilbert, *The Flower Market*, 1880., (fiveminutehistory.com)

⁸⁹ *The Language of Flowers – the secret Victorian love code*: <https://fiveminutehistory.com/the-language-of-flowers-the-secret-victorian-code-of-love/>, pristupljeno 15. ožujka, 2024.

Popularnost različitih tumačenja cvijeća rasla je u Francuskoj i Engleskoj u prvim desetljećima 19. stoljeća. U tom razdoblju, objavljene su brojne knjige o značenju cvijeća, odnosno "jeziku cvijeća", a zajednički naziv za njih su bile "floriografije". Knjige su često bile raskošno ilustrirane (botanički atributi, vjerski i književni izvori, te folklorne poveznice). Izgled i karakteristike cvijeća također su često utjecala na određivanje njihova značenja.

Najstarija engleska knjiga o simbolici cvijeća bila je *The Language of flowers: an alphabet of floral emblems* iz 1825., koju je napisao britanski botanist, hortikulturni pisac i vrtlar Henry Phillips. On se oslanjao na klasičnu književnost, asocijacije iz Shakespearovih drama, ranije francuske floriografije i vlastitu maštu kako bi dao značenje različitim vrstama i bojama cvijeća. Mnogi pisci su slijedili taj način određivanja značenja, te je popis rastao tijekom stoljeća.⁹⁰

U ovom radu simbolika cvijeća otvara vrata onima koji malo dublje poistovjećuju kartu sa svojim osjećajima, te u listi cvijeća mogu pronaći kojim osjećajima karta povezuje koju situaciju i možda pronađe utjehu ili olakšanje da nije sam u tom iskustvu.



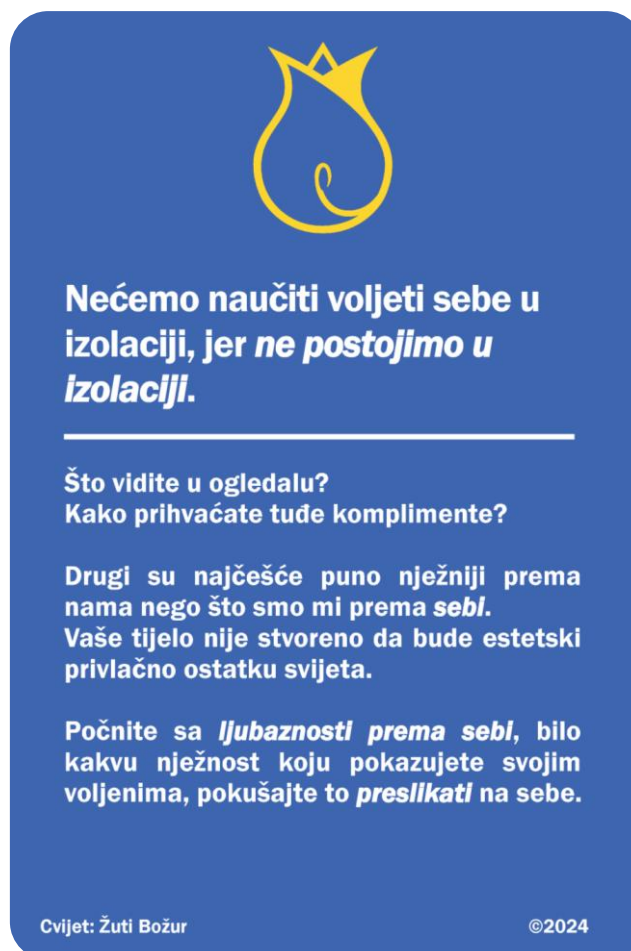
Slika 57: Lista simboličkih značenja cvijeća na kartama „Idealno tijelo“

⁹⁰ WHAT CAN HISTORY TEACH US ABOUT THE LANGUAGE OF FLOWERS?: <https://www.english-heritage.org.uk/visit/whats-on/valentines-day-ideas/the-language-of-flowers/>, pristupljeno 15. ožujka, 2024.

4.3.3. Proces oblikovanja sadržaja





Svaki problem ili situacija s kojom se kartica bavi temeljito je istražena putem pouzdanih stranica kao što su NHS, The Mayo Clinic, American Psychological Association, Choosing Therapy.com, Mind.org.uk i druge ugledne stranice. S obzirom kako je ovo diplomski rad iz područja ilustracije, te autorski rad, a ne službeni špil terapijskih karata, nisam se savjetovala sa psihologom ni o jednom dijelu teksta koji koristim na kartama i svjesna sam kako se ovaj proizvod neće službeno razmatrati za korištenje u terapiji.





Tekst na naličju karata služi za poticaj dijaloga, osobnog rasta i razvoja, mogućnost otvaranja različitih tema i istraživanja, te različitih perspektiva vezanih uz poimanje tijela. Uz pitanja na poledini, možemo propitivati stanje svojih emocija i mišljenja vezanih uz termin kojeg karta objašnjava.

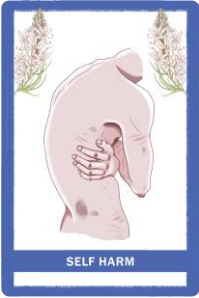






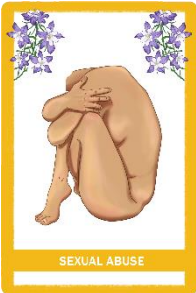

Slika 58: Poledina karte „Self love“

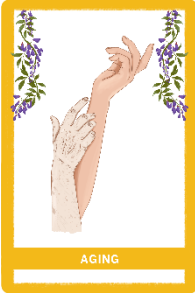



4.3.4. Pregled karata





| BOJA KARATA | KATEGORIJE KARTE | POJAM | POZADINA KARTE | CVIJET | SIMBOLIČKO ZNAČENJE CVIJETA* |
|-------------|------------------------|--|---|--------------|------------------------------|
| PLAVA | OSOBNI ODNOS S TIJELOM | LJUBAV PREMA SEBI  | Nećemo naučiti voljeti sebe u izolaciji, jer ne postojimo u izolaciji. <hr/> Što vidite u ogledalu? Kako prihvaćate tuđe komplimente? Drugi su najčešće puno nježniji prema nama nego što smo mi prema sebi. Vaše tijelo nije stvoreno da bude estetski privlačno ostatku svijeta. Počnite sa ljubaznosti prema sebi, bilo kakvu nježnost koju pokazujete svojim voljenima, pokušajte to preslikati na sebe. | ŽUTI BOŽUR | čast, novi početak |
| PLAVA | OSOBNI ODNOS S TIJELOM | RODNA DISFORIJA  | Odvojite vremena da sjednete sa sobom i analizirate što zapravo osjećate. <hr/> Što bi vas učinilo sretnim? Da li vas osjećaji navode da mrzite sebe ili samo mrzite način na koji nas je društvo uvjetovalo da trebamo određeno izgledati da budemo tretirani bolje? Ako se izolirate od ljudi i budete strogi prema sebi samo ćete pogoršati vaše mentalno zdravlje. Sitne detalje kojima ste svakodnevno opsjednuti nitko neće primijetiti jer njima vi izgledate isto. | BRŠLJAN | otpornost |
| PLAVA | OSOBNI ODNOS S TIJELOM | DISMORFIJA  | Odmaknite se od ogledala i povežite se sa svojim tijelom iznutra. Možda ćete time više vjerovati onome što osjećate nego onome što vidite. <hr/> Osjećate li nepovezanost između vašeg uma i tijela? Govore li vam ljudi često kako netočno opisujete svoj izgled? Ako vidite nešto sasvim drugačije u ogledalu nego što zapravo izgledate – niste sami. | BIJELI BOŽUR | sram |
| PLAVA | OSOBNI ODNOS S TIJELOM | POREMEĆAJ HRANJENJA  | Prevladavanje poremećaja prehrane često je slučaj dva koraka naprijed, korak natrag. Nemojte dopustiti da se zbog toga osjećate kao da uopće nema napretka. <hr/> Kako se osjećate oko hrane? Pokušajte na hranu gledati kao na nužnost, a ne kao na zadovoljstvo ako vam je preteško pojesti obrok. Zapamtite da je oporavak moguć, ali samokritičnost vam neće pomoći niti vas motivirati u oporavku. | NEVEN | tuga, očaj |

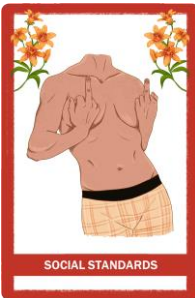

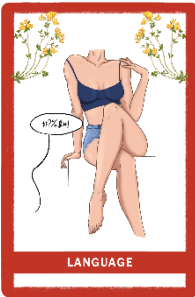

| | | | | | |
|-------|------------------------|---|--|-------------------------|-------------|
| PLAVA | OSOBNI ODNOS S TIJELOM | <p>OVISNOST</p>  <p>ADDICTION</p> | <p>Što prije potražite pomoć, veće su vam šanse za dugoročni oporavak.</p> <hr/> <p>Jeste li ikada tražili pomoć? Ako ne, želite li? Pati li netko u vašoj obitelji od ovisnosti?</p> <p>Neka istraživanja sugeriraju da je rizik da osoba postane ovisna djelomično genetski uvjetovan, ali se također smatra da faktori okoline, kao što je boravak u blizini drugih ljudi s ovisnošću, povećavaju rizik. Ključno je pronaći pravi sustav podrške za vas.</p> | DIVLJI KESTEN | iscjeljenje |
| PLAVA | OSOBNI ODNOS S TIJELOM | <p>SAMOPOUZDANJE</p>  <p>CONFIDENCE</p> | <p>Samopouzdanje vas može daleko odvesti, ali ne biste ga trebali koristiti da gazite sve pred sobom.</p> <hr/> <p>Što je za vas samopouzdanje? Kako pokazujete tu stranu sebe drugima? Gledate li svoje samopouzdanje kao pozitivnu stvar ili ste zaokupljeni sobom?</p> <p>Možemo biti sigurni u svoje tijelo bez obzira na to kako izgledamo. Uzmite u obzir kako koristite to samopouzdanje. Nemojte se sramiti pokazati ljudima istinsku verziju sebe.</p> | AMARILIS | ponos |
| PLAVA | OSOBNI ODNOS S TIJELOM | <p>RODNI IDENTITET</p>  <p>GENDER</p> | <p>Rodni identitet je spektar – način na koji se netko identificira može se promijeniti tijekom vremena.</p> <hr/> <p>Što tebi znači rod? Kako je tvoje rodno izražavanje povezano s rodnim identitetom? Kako društvo ima utjecaj na tvoje rodno izražavanje? Odgovara li tvoja unutrašnjost tvojoj vanjštini? Želiš li to?</p> <p>Iako se mnogi ljudi poistovjećuju sa rodnom koji je u skladu sa spolom dodijeljenim pri rođenju, drugi se identificiraju različito od onoga što njihova anatomija može sugerirati.</p> | <i>DIPHYLLEIA GRAYI</i> | jasnoća |
| PLAVA | OSOBNI ODNOS S TIJELOM | <p>INTIMNOST</p>  <p>INTIMACY</p> | <p>Nemojte forsirati ništa što se ne čini prirodnim.</p> <hr/> <p>Kada ste se zadnji put osjećali sigurno u partnerovom naručju? Što vam je najveća prepreka?</p> <p>Rast povjerenja je dugačak proces. Pokušajte pronaći temeljne razloge za udaljenost. Intimnost može rasti iz jednostavnih dodira ruke, počnite polako.</p> <p>Komunikacija je ključna. Ako osjećate da vam je intimnost izazovna, zbog stresa, nedostatka vremena, nesigurnosti itd., najbolji način da to riješite je da prvo razgovarate sa svojim partnerom.</p> | NOĆNA LJEPOTICA | sanjarenje |





| | | | | | |
|-------|------------------------|--|---|----------------|---------------------|
| PLAVA | OSOBNI ODNOS S TIJELOM | <p>SAMOOZLJEĐIVANJE</p>  | <p>Pokušajte otkriti temeljne probleme koji vas potiču na samoozljeđivanje. Možda i ne znate zašto to radite, niste sami i još uvijek možete tražiti pomoć.</p> <p>Koji je bio razlog zbog kojeg ste se počeli ozljeđivati? Što vam pruža samoozljeđivanje? Kako se osjećate prije i nakon što se ozljeđujete?</p> <p>Možda i ne znate zašto to radite, ali niste sami i još uvijek možete tražiti pomoć. Kada se ne možete oduprijeti, korisno je odraziti se na što vas je potaklo. To će vam pomoći u razumijevanju kada sljedeći put budete imali slične osjećaje.</p> | BIJELI ČEPLJEZ | tugovanje |
| ŽUTA | PROMJENE U TIJELU | <p>TRUDNOĆA</p>  | <p>Ciljajte na neutralno mišljenje o tijelu ako ne pozitivno.</p> <p>Koji je trenutno najizraženiji osjećaj u vašem tijelu? Koje od promjena Vam se sviđaju?</p> <p>Normalno je drugačije se osjećati u svojem tijelu nakon trudnoće. Normalno je osjećati se „preveliko“ ili kao da ste učinili nešto krivo tijekom trudnoće. Bitno je da se prisjetite da ste stvorili novi život, da je vaše tijelo čuvalo taj život sigurnim 9 mjeseci i nastaviti će opskrbljivati za dijete još dugo vremena.</p> | CVIJET LANA | rast, sudbina |
| ŽUTA | PROMJENE U TIJELU | <p>FIZIČKA INVALIDNOST</p>  | <p>Svatko ima svoje izazove i ograničenja, ne dopustite da to umanjí vašu strast za životom.</p> <p>Ima li nešto što vam se sviđa kod vaše trenutne situacije? Brinete li se za svoju budućnost?</p> <p>Svi smo skloni svoje zdravlje uzimati zdravo za gotovo dok ga ne nestane. Još uvijek imate život vrijedan življenja usprkos svojim nedostacima. Prilagodite svoj način života kada je potrebno. Budite sretni. Budite najbolja verzija sebe. Ono što ne možete učiniti nije važno: postoje stvari koje možete učiniti, usredotočite se na njih. Otkrijte kako se vaše strasti usklađuju s vašim vještinama. Slavite male pobjede.</p> | MAK | utjeha, nada |
| ŽUTA | PROMJENE U TIJELU | <p>RAK</p>  | <p>Smjestite se što udobnije možete. Dovoljno se odmarajte.</p> <p>Kako se trenutno osjećate unutar svog tijela? Bojite li se promjena?</p> <p>Pripremite se za neke fizičke promjene. Normalno je da se osjećate umorno, normalno je da vam kosa opada nakon nekih lijekova.</p> | LAVANDA | iscjeljenje, spokoj |





| | | | | | |
|------|-------------------|--|--|--------------------|-----------------------------|
| | | | <p>Imajte iskrenu, dvosmjernu komunikaciju sa svojim voljenima.</p> <p>Možda ćete se osjećati usamljeno ako vas ljudi pokušavaju zaštititi od loših vijesti ne govoreći o njima. Možda ćete se osjećati manje podržani ako pokušate izgledati snažno i ne dijeliti svoje osjećaje.</p> | | |
| ŽUTA | PROMJENE U TIJELU | <p>PLASTIČNA OPERACIJA</p>  | <p>Razmislite o tome što bi novootkriveni osjećaj samopouzdanja mogao unijeti u vaš život.</p> <p>Što bi vam operacija omogućila? Kako se osjećate sa trenutnim izgledom vašeg tijela? Je li to vaš prvi zahvat? Bojite li se?</p> <p>Stvorite snažan sustav podrške sa svojim voljenima s kojima možete slobodno razgovarati o svojim anksioznostima i osjećajima. Budite strpljivi u svom oporavku.</p> | MASLAČAK | rast i transformacija |
| ŽUTA | PROMJENE U TIJELU | <p>SEKSUALNO ZLOSTAVLJANJE</p>  | <p>Bez obzira gdje se nalazite u procesu oporavka, moguće je u potpunosti se osloboditi od seksualne traume.</p> <p>Što biste rekli osobi/osobama koje su vas zlostavljale? Da li gledate svoje tijelo drukčije (i na koji način) nakon trauma koje ste pretrpili?</p> <p>Ovakva iskustva ostavljaju velike emocionalne i psihičke ožiljke. Trauma se vraća kao reakcija, a ne kao sjećanje. Možda ćete početi preispitivati svoje mišljenje i povjerenje u ljude, ali nikada ne biste trebali kriviti sebe.</p> | PAKUJAC | hrabrost, izdržljivost |
| ŽUTA | PROMJENE U TIJELU | <p>PUBERTET</p>  | <p>Odrastaš, promijene se mogu činiti prevelikim, ali je sve što se događa prirodno.</p> <p>Plaše li vas neke od promjena ili vam smetaju? Radujete li se nekim promjenama?</p> <p>Svaka promjena će se činiti kao kraj svijeta. Hormoni će vas učiniti razdražljivima, ali to neće trajati zauvijek. Budite nježni prema sebi i idite dan za danom.</p> | SRAMEŽLJIVA MIMOZA | osjetljivost, sramežljivost |




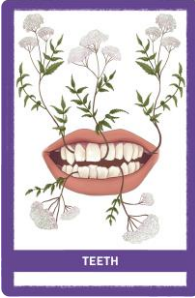
| | | | | | |
|--------|--|---|---|--------------------|---------------------------------|
| ŽUTA | PROMJENE U TIJELU | <p>STARENJE</p>  | <p>Tijela se mijenjaju. Nikada nećete izgledati jednako kao što izgledate danas.</p> <p>Zašto želimo odrasti kada smo djeca, a biti ponovo mladi kada smo stari? Čega se točno bojite u vezi starenja? Radujete li se starenju?</p> <p>Tijelo koje stari pokazuje vam kako ste živjeli, sa svim nepravilnostima i ožiljcima. Ovo doba života može biti predivno ako ste mentalno, emocionalno i fizički spremni za to.</p> | GLICINIJA | ljubav. dugovječnost |
| ŽUTA | PROMJENE U TIJELU | <p>STRIJE</p>  | <p>Vaše tijelo je karta svega kroz što ste prošli. Prigrbite to.</p> <p>S čime povezujete strije? Kako se osjećate kada prijedete prstima preko njih ili ih vidite u ogledalu?</p> <p>One su oznake rasta i života. To što ih imate ne umanjuje vašu ljepotu. Pokušajte o njima razmišljati kao o dokazu snage koju je vaše tijelo imalo da se prilagodi promjenama kroz koje ste prošli.</p> | RUŽIČASTI KARANFIL | ljubav žene |
| ŽUTA | PROMJENE U TIJELU | <p>ČELAVOST</p>  | <p>Svi imamo kvalitete koje nas čine jedinstvenima. Čelavost nije osobni neuspjeh.</p> <p>Što vas brine o gubitku kose? Koje su pozitivne strane?</p> <p>Gubitak kose prirodan je dio života svakoga. Stalna briga o gubitku kose i tuđim mišljenjima može biti iscrpljujuća. Gubitak kose možete prihvatiti ili, ako nije prekasno, usporiti ili spriječiti. U svakom slučaju, ključno je pomiriti se s novom normalom. Zapamtite, niste sami na ovom putovanju.</p> | SVILENICA | sjećanje, sloboda |
| CRVENA | ODNOS TIJELA I SOCIJALNIH STANDARDARDA | <p>IDEALNO TIJELO</p>  | <p>Izreka "jedna veličina odgovara svima" nije istinita.</p> <p>Što je to idealno tijelo? Koja je vaša definicija idealnog tijela? Zašto?</p> <p>Društvene norme utječu na to da se želimo uskladiti s takozvanim "idealnim tijelom" što ima tendenciju biti "trend" koji se mijenja s vremenom. Svatko ima svoju definiciju „idealnog tijela“, što znači da se svaka osoba neće uklopiti u tuđu definiciju „savršenstva“.</p> | ORHIDEJA | jedinstvenost, prirodna ljepota |



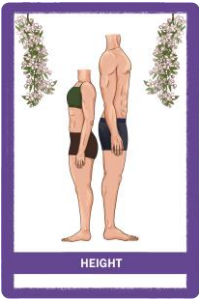

| | | | | | |
|--------|-------------------------------------|---|--|------------|----------------------|
| CRVENA | ODNOS TIJELA I SOCIJALNIH STANDARDA | <p>TJELESNA TEŽINA</p>  | <p>Vi ste mnogo više od broja na vagi.</p> <hr/> <p>Ovisi li vaš odnos s težinom o tome kako vas drugi ljudi doživljavaju? Uspoređujete li svoje tijelo stalno s tijelima drugih ljudi?</p> <hr/> <p>Možemo naučiti prihvatiti promjene u težini ako pokušamo pronaći dijelove sebe kojima smo zahvalni i prihvatimo ono što imamo čak i ako nam se to ne sviđa. Nije rijetko željeti odobrenje ljudi, ali fokus bi trebao biti na tome odnosite li se dobro prema svom tijelu. Ne dopustite da zbog toga izbjegavate povezivanje s ljudima.</p> | ZLATNICA | sreća, ohrabrenje |
| CRVENA | ODNOS TIJELA I SOCIJALNIH STANDARDA | <p>RASA</p>  | <p>Zapamtite da je vaša koža prelijepa jer ste to Vi.</p> <hr/> <p>Smatrate li svoj ten inferiornim/superiornim u odnosu na druge? Da li uspoređujete svoju kožu i crte lica s drugim ljudima?</p> <hr/> <p>Boja kože samo je prilagodba našeg čovječanstva okolišu tijekom dugog vremenskog razdoblja od strane naših predaka. To ne definira tko ste kao osoba.</p> | KAKTUS | izdržljivost |
| CRVENA | ODNOS TIJELA I SOCIJALNIH STANDARDA | <p>DEFINICIJA LJEPOTE</p>  | <p>Ne postoji jedna definicija ljepote - svatko ima svoju percepciju ljepote.</p> <hr/> <p>Što vas čini lijepim? Što smatrate lijepim na drugima?</p> <hr/> <p>Ljudi nisu više ili manje vrijedni ili lijepi ako se uklapaju ili ne uklapaju u neki proizvoljni ljudski standard. Jednom kada shvatite da su svi lijepi, počet ćete vidati ljepotu u beskonačnim oblicima. I dok je fizičku ljepotu lijepo gledati, izgled blijedi, dok lijepa djela pozitivno utječu na ljude oko nas i mogu trajati cijeli život.</p> | KOLKVICIJA | ljepota, gracioznost |
| CRVENA | ODNOS TIJELA I SOCIJALNIH STANDARDA | <p>RODNE ULOGE</p>  | <p>Nitko nije rođen kao seksist. Stereotipi koje je društvo stvorilo čine ljude s takvim stavovima</p> <hr/> <p>Vjerujete li da bi muškarci trebali govoriti na određeni način, žene se trebale odijevati na određeni način ili bi njihova tijela trebala izgledati na određeni način?</p> <hr/> <p>Nema razloga zašto biste se morali prilagođavati očekivanjima drugih na temelju vašeg biološkog spola. Kada očekivanja ograničavaju sposobnost ljudi da razviju svoje osobne atribute, to ih sprječava da budu pojedinci.</p> | POTOČNICA | poštovanje |

| | | | | | |
|--------|-------------------------------------|---|--|------------------|-------------------------|
| CRVENA | ODNOS TIJELA I SOCIJALNIH STANDARDA | <p>SOCIJALNI STANDARDI</p>  | <p>Društveni standardi često mogu uzrokovati diskriminaciju zbog straha od drugačijeg</p> <p>Kako vama izgleda „normalno“? Jesmo li doista mi krivi ako se ne uklapamo?</p> <p>Živimo u društvu, a ne u izolaciji. Prisutnost drugih ljudi stvara očekivanja. Slijeđenje tuđih očekivanja samo vas lišava mogućnosti da budete ono što istinski jeste. Što god da radimo ljudi će imati svoja mišljenja, pa zašto ne biste odabrali stil života u kojemu se osjećate dobro i ugodno u vlastitoj koži?</p> | TIGRASTI LJILJAN | nezadovoljstvo, ljutnja |
| CRVENA | ODNOS TIJELA I SOCIJALNIH STANDARDA | <p>TJELESNA AUTONOMIJA</p>  | <p>Nitko nema pravo odlučivati što biste trebali, a što ne biste trebali učiniti sa svojim tijelom.</p> <p>Je li itko ikada pokušao preuzeti kontrolu nad vašom autonomijom? Što je za Vas sloboda?</p> <p>U mnogim prilikama muškarci donose većinu odluka - uključujući i one koje se odnose na pitanja seksualnog i reproduktivnog zdravlja žena. Kada žene, a posebno mladi ljudi, imaju kontrolu nad svojim tijelima, one u konačnici imaju kontrolu i nad ostalim aspektima svojih života i budućnosti.</p> | GLADIOLA | snaga, ponos |
| CRVENA | ODNOS TIJELA I SOCIJALNIH STANDARDA | <p>JEZIK</p>  | <p>Nitko vas ne može zastrašiti bez vašeg dopuštenja.</p> <p>Dajete li drugima često komplimente? Smatrate li da je to važno? Utječu li na vas kritike fizičkih osobina poput vaših?</p> <p>Ljudi koji kritiziraju druge često zapravo kritiziraju sebe. Njihovo nezadovoljstvo sobom navodi ih da projiciraju svoju nesigurnost na druge. Nikad ne znate s čime se netko drugi bori. Svi bismo trebali pokušati biti svjesniji riječi koje koristimo za opisivanje vlastitog tijela, kao i tijela drugih ljudi.</p> | SVINDUŠA | osveta |
| CRVENA | ODNOS TIJELA I SOCIJALNIH STANDARDA | <p>KONTROLA</p>  | <p>Stvaranje granica dovest će vas korak bliže slobodi.</p> <p>Kako steći kontrolu nad svojim tijelom? Jeste li se ikada osjećali nesigurno u tuđoj prisutnosti?</p> <p>Teško je izaći iz nasilne veze ili kućanstva kada nemate kontrolu nad svojom dobrobiti. Prirodno je osjećati se krivim što ste ljuti na njih, pa čak i poricati da oni doista "kontroliraju".</p> | NARCIS | sebičnost |

| | | | | | |
|--------|-------------------------------|---|---|-------------------------|---------------|
| | | | Bitno je imati zdravu zajednicu za podršku. Okružite se ljudima u koje imate povjerenja i koji vam mogu pružiti utjehu i zastupati vas kada je to potrebno. | | |
| ZELENA | OSOBNE PREFERENC IJE I IZGLED | <p>KOSA</p>  | <p>Kosa može biti ključna karakteristika kako vas ljudi doživljavaju.</p> <p>Što vama kosa označuje? Kako tretirate svoju kosu?</p> <p>Kosa može imati više značenja od same estetske privlačnosti. Često može biti izraz kulture ili roda. Za neke ljude promjena frizure može biti značajan trenutak u životu – obnova ili ponovno rođenje, a za neke puka estetska prilagodba.</p> | SUNCOKRET | sreća |
| ZELENA | OSOBNE PREFERENC IJE I IZGLED | <p>DLAKE NA TIJELU</p>  | <p>Što god odlučite učiniti s dlakama na tijelu u potpunosti ovisi o vama.</p> <p>Zašto dotjeravamo svoje tijelo? Zašto se brijemo? Zašto ih ostavljamo na miru?</p> <p>Svatko ima svoje osobne preferencije o tome kako želi da njihovo tijelo izgleda i kako se osjeća. Međutim, ne bismo trebali slijediti „društvena pravila“ koja govore ljudima da su njihove prirodne dlake na tijelu odvratne ili "neodržavane".</p> | CRVENA RUŽA | ljubav |
| ZELENA | OSOBNE PREFERENC IJE I IZGLED | <p>ODJEĆA</p>  | <p>Odjeća nema rod. Nosite što god želite.</p> <p>Zašto osjećamo potrebu da se predstavljamo na određeni način? Kako biste opisali svoj stil?</p> <p>Odjeća je izvorno bila način da jednostavno pokrijemo naše tijelo – tkanina nema određen rod. Mi kao ljudi smo ju razdvojili u kategorije. Najvažnije je pronaći stil za koji mislite da vas najbolje predstavlja i u kojem se osjećate ugodno, bez obzira na mišljenje drugih ljudi.</p> | LOTOS | savršenstvo |
| ZELENA | OSOBNE PREFERENC IJE I IZGLED | <p>ŠMINKA</p>  | <p>Istinska ljepota nije definirana izgledom, već onim što je unutra.</p> <p>Koristite li šminku da se sakrijete ili da se izrazite? Osuđujete li druge zbog korištenja ili nekorištenja šminke? Neki koriste šminku kao zaštitu, neki čak i kao oružje protiv onoga što društvo smatra "prezentabilnim". Svatko bi trebao biti slavljen zbog svoje prirodne ljepote, a također bi trebao biti slobodan odabrati želi li istražiti što mu šminka može donijeti.</p> | FRANGIPANI/ PLUMERIA | snaga, ljubav |

| | | | | | |
|--------|--|---|---|----------------|----------------------------|
| ZELENA | OSOBN PREFERENC IJE I IZGL ED | <p>TETOVAŽE</p>  | <p>Tetovaže su često nečiji najosobniji ili najslobodniji oblik izražavanja.</p> <hr/> <p>Zašto ljudi na tetovaže gledaju kao neprofesionalne? Kakav je vaš stav o tetovažama kao obliku izražavanja?</p> <p>Kroz povijest i različite kulture, tetovaže su uvijek bile pokazatelj nečijeg identiteta.</p> <p>Nije važno gledate li na tetovaže kao ukras ili dublje značenje, to je vaše tijelo i trebali biste moći raditi što želite.</p> | ŽUTA MIMOZA | sloboda, raskoš |
| ZELENA | OSOBN PREFERENC IJE I IZGL ED | <p>TJELESNE MODIFIKACIJE</p>  | <p>Ponekad se zbog isticanja osjećamo najslabiji sebi.</p> <hr/> <p>Koji je vaš krajnji cilj s modifikacijama? Brinete li se što drugi misle? Koliko vam se život promijenio?</p> <p>Izgledati vrlo drugačije od svih ostalih u homogenom svijetu ponudit će vam posebno ljudsko iskustvo koje rijetko tko može doživjeti. Postoji jedinstvena vrsta slobode koja dolazi s tako udaljenim odstupanjem od norme.</p> <p>To je zanimljiv način samootkrivanja i izražavanja koji nažalost nosi određene sigurnosne rizike i treba biti odrađen samo od strane profesionalaca.</p> | RAJSKA PTICA | sloboda, jedinostvenost |
| ZELENA | OSOBN PREFERENC IJE I IZGL ED | <p>PROTETIKA</p>  | <p>Niste nepotpuna osoba zbog svog stanja.</p> <hr/> <p>Što mislite koje su prednosti i mane korištenja proteza? Tretiraju li vas drugačije otkako ste počeli koristiti protezu?</p> <p>S napretkom tehnologije, kao i materijala, ovo može drastično poboljšati kvalitetu vašeg života.</p> <p>Neki ljudi čak mogu smatrati protetikom cool i futurističkom, a to često može izazvati neželjenu pozornost ako jednostavno želite živjeti svoj život.</p> | PETOPRSTA | otpornost, slavlje |
| ZELENA | OSOBN PREFERENC IJE I IZGL ED | <p>NOVAC</p>  | <p>Ne postoji izravna korelacija između prihoda i sreće.</p> <hr/> <p>U čemu vas je novac sprječava? Kako vaša financijska situacija odražava način na koji se odnosite prema svom tijelu? Zapamtite da novac nije jedino mjerilo uspjeha u životu.</p> <p>Nakon određenog iznosa zarade kojom se možete pobrinuti za osnovne potrebe, bogatstvo gotovo da ne utječe na sveukupno blagostanje i sreću. Iznimno bogati ljudi zapravo pate od veće stope depresije i ovisnosti.</p> | HORTENZIJ A | raskoš, hvalisanje |

| | | | | | |
|----------------|------------------------------------|---|--|---------------|-------------------------|
| ZELENA | OSOBN PREFERENC IJE I IZGLED | <p>VJERSKE PRAKSE</p>  | <p>Svatko ima pravo slijediti bilo koju vjeru, sve dok nikome ne šteti.</p> <hr/> <p>Jeste li religiozni i utječe li vjera na bilo koji način na vaš život?</p> <p>Neke tradicije treba smatrati vjerskom slobodom - na primjer nošenje hidžaba, post, meditacija, ples. Te stvari ljudi biraju sami i ne rade im se bez pristanka.</p> <p>Neke prakse su drastične, poput prisilnog braka, obrezivanja, uskraćivanja medicinske skrbi, sakaćenja ženskih genitalija itd., i ne bi se trebale opravdavati kao vjerska sloboda.</p> | VERBENA | vjera, iscjeljivanje |
| LJUBIČA STA | NESIGURNO STI | <p>NOS</p>  | <p>Sve dok je funkcionalan, ne treba ništa mijenjati na njemu.</p> <hr/> <p>Što biste promijenili na svom nosu i zašto? Što vam se sviđa kod vašeg nosa?</p> <p>Društvena uvjetovanost tjera ljude da mrze svoje nosove jer je usredotočena na europske standarde ljepote, što znači da je u svojoj srži rasistička. Koliko god mediji mogu negativno utjecati na to kako se vidimo, oni nam također mogu pomoći da pronađemo različite osobe u kojima se sami možemo vidjeti.</p> | KIŠNI LJILJAN | sreća, nada |
| LJUBIČA STA | NESIGURNO STI | <p>OČI</p>  | <p>Vaš izgled ne šteti nikome, pa tako ni vama samima.</p> <hr/> <p>Što vam se ne sviđa na vašim očima? Što vam se sviđa kod vaših očiju? Što ih čini drugačijima?</p> <p>Bez obzira koje osobine vaših očiju imate za koje biste mogli misliti da su "neprivlačne", budite ponosni na to tko ste i na svoje nasljeđe.</p> | BUGENVILIJA | ljepota |
| LJUBIČA STA | NESIGURNO STI | <p>ZUBI</p>  | <p>Iskrivljeni zubi imaju šarma, daju vam karakter.</p> <hr/> <p>Što vam se sviđa kod vašeg osmijeha? Što biste promijenili i zašto?</p> <p>Normalno je da gubimo zube kako starimo. Vi ste jednako važna osoba bez obzira imate li sve zube, neke zube, žute zube, aparatič za zube, lažne zube ili blistavo bijele zube. Ako vas netko ne može cijeniti kao osobu jer nemate "savršen osmijeh", ne zaslužuje vašu pažnju.</p> | VALERIAN | snaga |

| | | | | | |
|----------------|------------------|---|--|---------------|--------------------------|
| LJUBIČA STA | NESIGURNO STI | <p>MIŠIČI</p>  | <p>Snaga dolazi iznutra. Mnogo je važnije biti mentalno jak nego samo imati mišiće koje možete pokazati.</p> <p>Osjećate li se kao da ste nedovoljni? Vidite li mišićave ljude kao uspješnije?</p> <p>Problemi sa slikom tijela mogu utjecati na svakoga, čak i na ljude koje bi drugi smatrali "u formi". Možete također biti jaki dok ste nježni. Morate pronaći ravnotežu između zdravog plana vježbanja i ne pretjerivanja dok istovremeno uživate u drugim aspektima svog života.</p> | TABEBUIA | plemstvo, snaga |
| LJUBIČA STA | NESIGURNO STI | <p>OBLINE</p>  | <p>Bez usporedbe, ne biste ni pomislili da nešto nije u redu s izgledom vašeg tijela.</p> <p>Poduzimate li ekstremne mjere kako biste izbjegli vidjeti svoje tijelo? Nosite li široku odjeću kako biste sakrili tijelo?</p> <p>Često mrzimo aspekte sebe koje drugi uistinu vole kod nas. Kada cijenimo ljepotu drugih to nas ne čini ništa manje lijepima. Trebamo nastojati cijeniti činjenicu da nismo svi isti.</p> | CALLA LJILJAN | veličanstvena ljepota |
| LJUBIČA STA | NESIGURNO STI | <p>VISINA</p>  | <p>Nikada se ne biste trebali osjećati loše zbog onoga što ne možete kontrolirati, niti bi se trebali zbog ikoga loše osjećati.</p> <p>Kako bi vam koristilo da ste viši/nizi? Što mislite, u čemu vas vaša visina sprječava?</p> <p>Uzmite u obzir činjenicu da ono što smatrate vašim nedostatkom zapravo može biti vaš najveći dar.</p> | RAKOVA JABUKA | mladost, elegantnost |
| LJUBIČA STA | NESIGURNO STI | <p>NEPRAVILNOSTI KOŽE</p>  | <p>Svaka "mana" je jedinstveno vaša. Prihvatite to.</p> <p>Mislite li da vaše različitosti privlače neželjenu pažnju? Sviđaju li vam se ove osobine kod drugih ljudi, ali smetaju vam kod sebe?</p> <p>Bez obzira radi li se o vašim ožiljcima, pjegicama, madežima, aknama, ekcemima ili nečemu drugom, zaslužujete se osjećati sretno i uživati u svom tijelu kao bilo tko drugi. Većinu stvari koje vam smetaju na vašem tijelu, svi drugi jedva da primjećuju.</p> | HIPOEST | ljepota neočekivanog |

| | | | | | |
|----------------|------------------|---|---|----------|----------------------------------|
| LJUBIČA STA | NESIGURNO STI | <p>GLAS</p>  | <p>Što više koristite svoj glas, to ćete ga više prihvaćati i voljeti.</p> <hr/> <p>Mislite li da vaš glas zvuči poput vas? Što mislite o tome da ljudi percipiraju vaš glas?</p> <p>Često mrzimo čuti svoj glas na snimkama ili nam se ne sviđa kako govorimo. Naši se glasovi mijenjaju kako starimo, a za to može postojati više čimbenika, neki poželjni, a neki neželjeni. Morate zapamtiti da je jedinstveno vaš.</p> | ANĐELIKA | inspiracija |
| LJUBIČA STA | NESIGURNO STI | <p>MIRIS TIJELA</p>  | <p>Miris je prirodan. Ljudski je.</p> <hr/> <p>Što mislite o prirodnom mirisu vlastitog tijela? Stvara li vam probleme? Što mislite o tuđim mirisima?</p> <p>Mirišemo drugačije tijekom života. Feromoni uvelike utječu na to kako drugi percipiraju naš miris, dok bi nekima naš prirodni miris mogao biti neugodan, netko drugi bi ga mogao smatrati ugodnim.</p> | IRIS | jedinstvenost, individualnost |

* preuzeto s *The Language of flowers: an alphabet of floral emblems:*

<https://ia902204.us.archive.org/28/items/languageofflower00lond/languageofflower00lond.pdf> i *The Secret Language of Flowers:*

<https://www.secretflowerlanguage.com/find-a-flower>



Slika 60: Karte u uporabi

4.3.5. Tipografija i ambalaža

Kutija se sastoji od dva dijela: same kutije na kojoj su istaknute kategorije karata, i poklopca na kojem stoji naziv karata, logo, te linearne ilustracije cvijeća.

Tipografija je na kartama, kao i na ambalaži, čista, čitka i jednostavna. Font korišten kroz većinu ovog projekta je Franklin Gothic Medium (u nekim slučajevima također Bold i/ili Italic), te Myriad Pro na uputama i na popisu cvijeća.



Slika 59: Mock-up špila karata „Idealno tijelo“



Slika 61: Dizajn ambalaže za karte „Idealno tijelo“

Osim karata i liste cvijeća, u kutiji se nalaze i upute za korištenje karata. Upute uključuju kratko objašnjenje o kakvim se kartama radi, te naglašeno je nekoliko načina korištenja karata za samostalni rad ili rad u grupi.



Slika 62: Upute za karte „Idealno tijelo“

5. ZAKLJUČAK

Diplomski rad ne predstavlja samo moj kreativni izraz, već i moj interes za istraživanje temeljnih dispozicija i karakteristika idealnog tijela, uključujući načine razmišljanja, osjećanja i djelovanja ljudi uz poimanje i doživljaje svog i tuđeg tijela. Željela sam načiniti umjetnički rad koji može ljude potaknuti na razmišljanje i otkrivanje vlastitih asocijacija vezanih uz tijelo.

Ako ove karte imaju mogućnost stvaranja okruženja u kojem osoba može slobodno procesuirati svoje emocije i unutarnje nemire bez osuđivanja, vjerujem da bi to bio uspješan rezultat ovog diplomskog rada.

Tijekom realizacije diplomskog rada *Idealno tijelo*, jedna od najznačajnijih rezultata mojeg iskustva je količina tema koje sam dublje proučavala nego ikada prije, što me dovelo do boljeg razumijevanja aspekata života ljudi koji žive izrazito drugačije živote od moga, te se susreću s drugačijim problemima. U nekim situacijama istraživanja su me dovela do perspektiva i savjeta koji bi mi dobro došli i ranije u životu.

Cilj diplomskog rada bio je kreirati i vizualno oblikovati karte za poticanje dijaloga na temu „idealno tijelo“. Željela sam ovim umjetničkim radom osvijestiti pojedinca da razmotri, uspoređi, razlikuje i prosudi stanja i oblike tijela. Pokušala sam pronaći način u umjetničkom radu oblikom karata (njezinih ilustracija i teksta na naličju karata) kako bi se pojedinac povezo sa svojom nutrinom i analizirao emocije i mišljenja u vezi s temom idealnog tijela, te kako bi dobio poticaj za stvaranje dijaloga u sigurnom okruženju.

6. LITERATURA

Knjige:

1. ANDREW LO, *The 'Yezi Pu' (Manual of Leaves): a card manual for games of the late Ming period [1368-1644]*, London: Sveučilište Yale, 2002.
2. MICHAEL STANWICK, *Mahjong(g) before Mahjong(g): Part 2*, London: Sveučilište Yale, 2004.
3. PAUL THUREAU-DANGIN, GERTRUD VON BARONESS HÜGEL, *Život Sv. Bernardina Sijenskog*, London : P.L. Warner, 1911., University of St. Michael's College, digitalizirano 2008.
4. IVAN ČRNČIĆ, *Najstarija poviest Krčkoj, Osorskoj, Rabskoj, Senjskoj, i Krbavskoj biskupiji*, Rim: Kanonika u slovinskom sv. Jerolimu, 1867.
5. IOLAR, *Paganizam u teoriji i praksi 2 - Magija i vještice*, Zagreb: Despot infinitus, 2013.
6. UMBERTO ECO, *Povijest ljepote*, London: Seeker & Warburg 2004.
7. AURELIJE AUGUSTIN, *O slobodi volje*, Zagreb: Filozofska biblioteka Dimitrija Savića, 1998.
8. LEO TOLSTOY, *The Kingdom of God is Within You; What is Art?*, New York: Charles Scribner's Sons, 1902.

Članci:

1. MARIJANA ŽUPANIĆ BENIĆ, ANTONIJA BALIĆ-ŠIMRAK, Propitivanje metodologija istraživanja u umjetničkom području u svjetlu odnosa umjetnika kao pojedinca i društva, u: Zagorac, I., ur., *Metodički ogledi : časopis za filozofiju odgoja*, Vol. 25, No. 1 (2018), 53.
2. ANDREW LO, *The Game of Leaves: An Inquiry into the Origin of Chinese Playing Cards*, London: Londonsko sveučilište, u: *Bulletin of the School of Oriental and African Studies*, Vol. 63, No. 3 (2000), 399., 404.
3. JOSIP ILIĆ-DREVEN, »Ozaljske« igraće karte, u: *Arhivski vjesnik*, No. 36 (1993), 171.
4. RICHARD G. ERSKINE, REBECCA L. TRAUTMANN, *Methods of an Integrative Psychotherapy*, Institute of integrative psychotherapy, u: *Transactional Analysis Journal*, Vol. 26, No. 4 (1996), 316-328.

5. CATHERINE HODGE MCCOID, LEROY D. MCDERMOTT, Toward Decolonizing Gender: Female Vision in the Upper Paleolithic, u: *American Anthropologist*, Vol. 98, No. 2 (1996), 319.-326.
6. ELLEN R. ALBERTSON & KRISTIN D. NEFF & KAREN E. DILL-SHACKLEFORD, Self-Compassion and Body Dissatisfaction in Women: A Randomized Controlled Trial of a Brief Meditation Intervention, u: *Mindfulness*, Vol. 6 (2015), 444.-454.
7. TEA STIPAN, Uloga medijske pismenosti u samopredodžbi mladih uvjetovanoj medijskim idealima ljepote, u: *Communication Management Review*, Vol. 4, No. 1 (2019)
8. PIETER A. COHEN, BHARATHI AVULA, KUMAR KATRAGUNTA, ET AL., Presence and Quantity of Botanical Ingredients With Purported Performance-Enhancing Properties in Sports Supplements, u: *JAMA Netw Open*, Vol. 6, No. 7 (2023)

Prezentacije:

1. IVONA BEUS, magistar psihologije. Prezentacija „*Identificiranje emocija*“, 2019.

Mrežni izvori:

1. *The History of Playing Cards: The Evolution of the Modern Deck*: <https://playingcarddecks.com/blogs/all-in/history-playing-cards-modern-deck>
2. *Arrival of Playing Cards into Europe*: <https://www.wopc.co.uk/the-history-of-playing-cards/early-history-of-playing-cards#Saracen>
3. *Igraće karte. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021.*, <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=26980>
4. *Mamluk cards, ca. 1500*: <https://cards.old.no/1500-mamluk/>
5. *Baraja Morisca — Early XV century playing cards*: <https://www.wopc.co.uk/spain/baraja-morisca-early-xv-century-playing-cards>
6. *NAIPES - Viagem ao Mundo dos Jogos de Cartas*: <https://mundodosnaipes.blogspot.com/2012/02/os-primeiros-naipes-na-italia.html>
7. *The History of Playing Cards*, <https://www.wopc.co.uk/the-history-of-playing-cards/#evolveHeading>
8. *The History of Playing Cards: The Evolution of the Modern Deck*: <https://playingcarddecks.com/blogs/all-in/history-playing-cards-modern-deck>

9. *Playing cards*: <https://www.britannica.com/topic/playing-card>
10. *Recto and verso: playing cards in France before 1789*:
<https://voltairefoundation.wordpress.com/2023/04/06/recto-and-verso-playing-cards-in-france-before-1789/>
11. *French playing cards*: <https://frenchplayingcards.mit.edu/about>
12. *Cartamundi*: <https://cartamundi.com/en/>
13. *Tarot History*: <https://www.salemtarot.com/tarothistory.html>
14. *Magicus*: <https://www.magicus.info/ezoterija/tarot/povijest-tarota>
15. *Kako se igra bela?*: [https://dalmacijaportal.hr/bela-povijest-pravila-i-najvece-
posebnosti/](https://dalmacijaportal.hr/bela-povijest-pravila-i-najvece-posebnosti/)
16. *Istrapedia, istarska internetska enciklopedija*:
<https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/1183/tresete>
17. *Pravila pokera*: <https://eur.pokerstars.eu/hr/poker/games/rules/>
18. *EVA BRLEK TRŽIŠTE PSIHOTERAPIJSKIH USLUGA ŽELJELA JE PROMIJENITI JOŠ IZ FAKULTETSKIH KLUPA*: [https://www.womeninadria.com/eva-brlek-trziste-
psihoterapijskih-usluga-zeljela-je-promijeniti-jos-iz-fakultetskih-klupa-stoga-je-
razvila-mnoge-inovativne-terapijske-metode/](https://www.womeninadria.com/eva-brlek-trziste-psihoterapijskih-usluga-zeljela-je-promijeniti-jos-iz-fakultetskih-klupa-stoga-je-razvila-mnoge-inovativne-terapijske-metode/)
19. *Psychotherapy Vs. Therapy*: [https://www.choosingtherapy.com/psychotherapy-vs-
therapy/](https://www.choosingtherapy.com/psychotherapy-vs-therapy/)
20. *Dialectical Behavior Therapy (DBT): How It Works & What To Expect*,
<https://www.choosingtherapy.com/dialectical-behavior-therapy/>
21. *Maladaptive Behavior: Definition, Causes, & Treatment*,
<https://www.choosingtherapy.com/maladaptive-behavior/>
22. *Što je ACT?*: <https://kbt-barbaric.com/kbt/act-acceptance-and-commitment-therapy/>
23. *Integrativna psihoterapija*: [https://exedra.online/hr/vrste-psihoterapije/integrativna-
psihoterapija/](https://exedra.online/hr/vrste-psihoterapije/integrativna-psihoterapija/)
24. *What is Integrative Psychotherapy?*,
<https://www.integrativetherapy.com/en/integrative-psychotherapy.php>
25. *PRIMJENA TEHNIKE ASOCIJATIVNIH KARATA U PSIHOSOCIJALNOM RADU*:
[https://www.centar-psihodrama.hr/primjena-tehnike-asocijativnih-karata-u-
psihosocijalnom-radu-radionica-za-strucnjake](https://www.centar-psihodrama.hr/primjena-tehnike-asocijativnih-karata-u-psihosocijalnom-radu-radionica-za-strucnjake)
26. *ISPRIČAJ MI SVOJU PRIČU – ASOCIJATIVNE KARTE ZA TRAUMU I STRES*:
<https://www.psihoterapeutbiljana.rs/asocijativne->

- [karte/?fbclid=IwAR2WX4wpE4cQ7wTtmEnB-bVFZguBqhrsMirHrx0w2eEKtDbTexkulZ2t-4g](https://www.facebook.com/karte/?fbclid=IwAR2WX4wpE4cQ7wTtmEnB-bVFZguBqhrsMirHrx0w2eEKtDbTexkulZ2t-4g)
27. *OH Publishing*: <https://oh-cards.com/oh-cards/>
28. *The OH Cards Institute*: <https://www.oh-cards-institute.org/>
29. *Mental health solutions: Affirmation cards*: <https://grado-inspired.com/blogs/general/how-affirmation-cards-can-improve-mental-health#:~:text=The%20best%20way%20to%20use,how%20they%20work%20for%20you>
30. *My Therapy Cards*: <https://www.mytherapycards.com/>
31. *Creative Conversation Cards*: <https://assets.dropbox.com/documents/en-us/creative-conversation-cards.pdf>
32. *Dobrodošli na čarobno putovanje Upoznavanja sebe*:
<https://nueva.hr/2020/12/17/dobrodosli-na-carobno-putovanje-upoznavanja-sebe/>
33. *Primjena tehnike asocijativnih karata u psihosocijalnom radu*: <https://www.savez-spuh.hr/radionica/primjena-tehnike-asocijativnih-karata-u-psihosocijalnom-radu-radionica-za-strucnjake/>
34. *Ida Didacta*: <https://www.idadidacta.hr/socijalno-emocionalne-igre-p63-0-0>
35. *Vježbaonica sreće*: <https://vjezbaonिकासrece.hr/proizvod/paketic-srece-2/>
36. *Karte pričalice – alat za rad s mladima na temi mentalnog zdravlja*:
<https://www.status-m.hr/karte-pricalice-alat-za-rad-s-mladima-na-temi-mentalnog-zdravlja/>
37. *Otkrijte “Emocije i stanja”*: <https://grazia.hr/emocije-i-stanja-asocijativne-karte-vizualna-umjetnica-ivana-pipal/>
38. *Dobrodošli na čarobno putovanje Upoznavanja sebe*:
<https://nueva.hr/2020/12/17/dobrodosli-na-carobno-putovanje-upoznavanja-sebe/>
39. *Psidaca*: <https://psidacta.hr/?nav=false>
40. *Don't Strive To Be Perfect: Why Beauty Standards Are Meaningless*:
<https://spb.hse.ru/soc/illuminated/news/450412934.html#:~:text=The%20ideal%20of%20beauty%20in,skin%20without%20a%20single%20hair>
41. *BEAUTY THROUGH HISTORY*:
<https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/wellness/1987/01/27/beauty-through-history/301f7256-0f6b-403e-abec-f36c0a3ec313/>

42. *Beauty Ideals Through A Historical Lens*:
<https://sociology.sites.gettysburg.edu/capstones/johnni03/beauty-ideals-through-a-historical-lens/>
43. *11 Beauty Standards Throughout History*: <https://aetheion.com/11-beauty-standards-throughout-history#toc-item-6>
44. *TikTok Statistics – Updated Jan 2024*: <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/>
45. *The 2024 social media demographics guide*: <https://khoros.com/resources/social-media-demographics-guide>
46. *“A Skin You Love to Touch”*: <https://historymatters.gmu.edu/mse/ads/model.html>
47. *Women Shave Because of Marketers: How the Industry Created Demand for Women's Razors*: <https://blog.hubspot.com/marketing/womens-razors-marketing>
48. *Ladies Lounge: Manicures of the early 20th Century*:
<https://historicindianapolis.com/ladies-lounge-manicures-of-the-early-20th-century/>
49. *Gwyneth Paltrow shared what she eats in a day*:
<https://www.today.com/popculture/gwyneth-paltrow-bone-broth-backlash-explained-rcna75495>
50. *‘Angels’ in Hell: The Culture of Misogyny Inside Victoria’s Secret*:
<https://www.nytimes.com/2020/02/01/business/victorias-secret-razek-harassment.html>
51. *Victoria's Secret Sparks Outrage With 'Perfect Body' Campaign*:
<https://www.businessinsider.com/victorias-secret-perfect-body-campaign-2014-10>
52. *The Language of Flowers – the secret Victorian love code*:
<https://fiveminutehistory.com/the-language-of-flowers-the-secret-victorian-code-of-love/>
53. *WHAT CAN HISTORY TEACH US ABOUT THE LANGUAGE OF FLOWERS?:*
<https://www.english-heritage.org.uk/visit/whats-on/valentines-day-ideas/the-language-of-flowers/>

7. POPIS SLIKOVNIH MATERIJALA

Slika 1: Madio karte, 15. st., Ming dinastija, (fuyuneko.org)

Slika 2: Rane mamelučke dvorske karte, 14. st. (cards.old.no)

Slika 3: Španjolske karte iz 15. st., (cards.old.no)

Slika 4: Karte iz Katalonije datirane ranom 15. st., (wopc.co.uk/spain)

Slika 5: dizajn talijanskih karata, Venecija, 1462., (mundodosnaipes)

Slika 6: Prikaz paljenja karata ispred bazilike sv. Petronija u Bologni , 1424., (mutualart.com)

Slika 7: Tiskarski stroj Johannes Gutenberga, izumljen 1440., (wordpress.com)

Slika 8: Proizvodnja karata u 18. st.: Denis Diderot and Jean le Rond d’Alembert, „L’Encyclopédie, ou dictionnaire raisonné des arts, des sciences, et des métiers“, Pariz, 1763., (frenchplayingcards.mit.edu)

Slika 9: Kralj srca tiskan prije francuske revolucije, (frenchplayingcards.mit.edu)

Slika 10: Igraća karta s portretom Pariza ponovno korištena kao posjetnica i reklamna naljepnica, (frenchplayingcards.mit.edu)

Slika 11: Giovanni Antonio, karte iz 19 st. u Italiji, njemački izdavač (oko 1870.), (Yale University Library)

Slika 12: Igraće karte za tarok s motivima Zagreba, rad Josipa Bäcka iz 1847., Zagreb, Muzej grada Zagreba, (enciklopedija.hr)

Slika 13: Gent Supply monokromatske karte,(design-milk.com)

Slika 14: Gent Supply pozlaćene karte, (gentsupplyco.com)

Slika 15: Pixel karte, (design-milk.com)

Slika 16: Hoyle vodootporne karte, (Amazon.com)

Slika 17: Karte Uno, (Amazon.com)

Slika 18: Karte Magic: the Gathering, (magic.wizards.com)

Slika 19: različite klasifikacije karata iz raznih zemalja, (Encyclopedia Britannica)

Slika 20: tradicionalne tarot karte, (issimoissimo.com/coltissimo)

Slika 21: Karte za Belot (mađarice), (expatincroatia.com)

Slika 22: Karte Triestine, (golgeter-shop.com)

Slika 23: Karte za poker, (Erik Mclean/Unsplash)

Slika 24: Kotač emocija - Geoffrey Roberts, baziran na The Feeling Wheel, autorica Dr. Gloria Willcox (1982), (Instagram/ trainingsbyromy)

Slika 25: Asocijativne karte za traumu i stres "Ispričaj mi svoju priču", 2021. (facebook.com)

Slika 26: vrste asocijativnih karata proizvođača OH Publishing, (ohcardjapan)

Slika 27: Live a fulfilled life karte, GRADO, 2022. (grado-inspired.com)

Slika 28: Karte izazova „My therapy cards“ – a teen guide for self-discovery and insight, 2020., (BostonPublicLibrary)

Slika 29: Karte za poticaj razgovora „Feelings, Thoughts & Emotions Conversation Cards“, 2018., (responsivecounselling.com)

Slika 30: COLORCARDS karte emocija, (idadidacta.hr)

Slika 31: Vrećica srećica, 2020., Tamara Vučković i Tihana Lipovec, (vjezbaonिकासrece.hr)

Slika 32: SUPER JA kartice, 2022., Tamara Vučković i Tihana Lipovec, (vjezbaonिकासrece.hr)

Slika 33: Karte Pričalice u sklopu projekta Budi muško - Status M i Zagrebačko psihološko društvo, 2023., (zgpd.hr)

Slika 34: Asocijativne karte Emocije i stanja vizualne umjetnice Ivane Pipal, 2022., (grazia.hr)

Slika 35: Karte „Upoznaj sebe“ - Eva Brlek, 2021., (womeninadria.com)

Slika 36: Kartice „Zagrljaj za Razvoj“, Psidacta, 2023., (psidacta.hr)

Slika 37: „Venera iz Willendorfa“ iz perspektive žena, (Toward Decolonizing Gender, 1996.)

Slika 38: Albrecht Durer, Anthropometric Plate, („Četiri knjige o ljudski proporcijama“, 1528.)

Slika 39: Giorgione, Tizian, Usnula Venera, 1509., (Umberto Eco, Povijest ljepote, 189.)

Slika 40: Jean-Honoré Fragonard, Ljuljačka, 1770., (Umberto Eco, Povijest ljepote, 238.)

Slika 41: John Everett Millais, Ophelia, 1851.-52., (Umberto Eco, Povijest ljepote, 307.)

Slika 42: Poznate glumice iz 40-ih do 70-ih: Grace Kelly, Brigitte Bardot, Audrey Hepburn i Marlene Dietrich, (Umberto Eco, Povijest ljepote, 421.)

Slika 43: Usporedba mjesečnog korištenja društvenih mreža po satima, (The Marketix Blog, 2023.)

Slika 44: TikTok trend „girl dinner“, (screenshot: TikTok i X)

Slika 45: oglas za „Kenilworth Cigarettes“, Cope Bros. & Co., 1919., (Mary Evans Picture Library)

Slika 46: Američka reklama za Woodbury sapun; „Koža koju volite dirati“, (Ladies' Home Journal Vol, 33, No. 9, 1916.)

Slika 47: Reklama za britvicu Milady Decollete Gillette – 1917., (Duke University Libraries)

Slika 48: Ladies' Home Journal oglas za Cutex lak za nokte, 1932., (Ladies Lounge)

Slika 49: Kim Kardashian promovira lizalice za supresiju apetita, (Instagram/kimkardashian)

Slika 50: Henry Cavill, „Man of Steel“, 2013., (Hollywood.com)

Slika 51: Victoria's Secret „Perfect 'Body'“ Campaign, 2014., (Victoria's Secret naslovnica)

Slika 52: Victoria's Secret, Love Cloud kolekcija, 2022, Instagram/victoriasecret

Slika 53: Skica karte „Self Love“

Slika 54: Logo za karte „Idealno tijelo“

Slika 55: Karta iz svake kategorije špila „Idealno tijelo“

Slika 56: Poledina karte „Self love“

Slika 57: Victor Gabriel Gilbert, The Flower Market, 1880., (fiveminutehistory.com)

Slika 58: Lista simboličkih značenja cvijeća na kartama „Idealno tijelo“

Slika 59: Mock-up špila karata „Idealno tijelo“

Slika 60: Karte u uporabi

Slika 61: Dizajn ambalaže za karte „Idealno tijelo“

Slika 62: Upute za karte „Idealno tijelo“